

İşletme Dergisi | The Business Journal

# iŞLETME

Cilt 3 | Sayı 2 | 2022  
Vol. 3 | Issue 2 | 2022

e-ISSN: 2757-9433

## Dergi Hakkında

*İşletme*, Mart ve Eylül aylarında yılda iki sayı olarak yayınlanan hakemli akademik bir dergidir. Türkçe ve İngilizce dillerinde makaleler kabul edilmektedir. *İşletme*'nin kapsamında, yönetim, muhasebe, finans, bankacılık, pazarlama, sayısal yöntemler, girişimcilik, üretim, ticaret hukuku, turizm, lojistik ve yönetim bilişim konularındaki akademik çalışmalar yer almaktadır. *İşletme*'nin amacı, işletme alanında araştırma ve derleme türlerinde gerçekleştirilen akademik çalışmaların ulusal ve uluslararası düzeyde ilgi duyanlarla paylaşılması yoluyla bilime katkı sunmaktır.

## About The Journal

The *İşletme* is a peer-reviewed academic journal published two times (March, September) in a year. Articles in Turkish and English are accepted. The scope of the *İşletme* covers academic studies on management, accounting, finance, banking, marketing, numerical methods, entrepreneurship, production, commercial law, tourism, logistics and management informatics. The *İşletme* aims to contribute to science by sharing the academic studies carried out in the field of business with those interested at national and international level.

### Editör / Editor In Chief

İbrahim Apak, PhD, *Aksaray Üniversitesi*

### Editör Yardımcısı / Assistant Editor

M. Bilgehan AYTAÇ, PhD, *Aksaray Üniversitesi*

### Editörler Kurulu / Editorial Board

İbrahim APAK, PhD, *Muhasebe ve Finansman, Aksaray Üniversitesi*

Claudiu CÎCEA, PhD, *İktisat, Organizasyon, Bucharest University of Economic Studies*

Şefik ÖZDEMİR, PhD, *Yönetim, Örgütsel Davranış ve Girişimcilik, Aksaray Üniversitesi*

Gökhan KERSE, PhD, *Örgütsel Davranış, Kafkas Üniversitesi*

Kamile MERİÇ, PhD, *Pazarlama, Kafkas Üniversitesi*

Talip ARSU, PhD, *Sayısal Yöntemler, Aksaray Üniversitesi*

Mohammed ABUBAKAR, PhD, *Yönetim Bilişim Sistemleri, Antalya Bilim Üniversitesi*

Hilmi Can TURAN, PhD, *Ticaret Hukuku, Anayasa Mahkemesi*

### Dil Editörü / Language Editor

Umut ÇİL, PhD, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi*

**Danışma Kurulu / Advisory Board\***

Prof. Dr.	Adnan	Çelik	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr.	Ali	Özdemir	Dokuz Eylül Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr.	Bahar	Yaşın	İstanbul Üniversitesi	Türkiye
Prof.	Bronisław	Sitek	SWPS University	Polonya
Prof. Dr.	Eyup	Akın	Aksaray Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr.	Eyyüp	Yaraş	Akdeniz Üniversitesi	Türkiye
Dr.	Francielle	Frizzo	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul	Brezilya
	Gary	Cokins	Analytics-Based Performance Management LLC	ABD
Prof. Dr.	Haluk	Duman	Aksaray Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr.	Hasan	Tağraf	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Türkiye
Dr.	Iwona	Florek	Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy	Polonya
Prof. Dr.	İbrahim	Aksu	İnönü Üniversitesi	Türkiye
Doç.	Jakub	Szczerbowski	University of Lodz	Polonya
Prof. Dr.	Kenan	Güllü	Erciyes Üniversitesi	Türkiye
Doç.	Maciej	Rzewuski	University of Warmia and Mazury	Polonya
Doç.	Magdalena	Sitek	Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy	Polonya
Prof. Dr.	Muammer	Zerenler	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr.	Rabia	Özpeynirci	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	Türkiye
Dr.	Rafael	Demczuk		Brezilya
Prof. Dr.	Tahir	Akgemici	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr.	Tülay	Yeniçeri	Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi	Türkiye

**İletişim / Contact**

isletmedergisi@gmail.com

## Sayı Hakemleri / Issue Reviewers\*

Unvan	Ad soyad	Kurum
Prof. Dr.	Eyup AKIN	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr.	Hülya BAKIRTAŞ	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Ahmet TÜRKMEN	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Erkin ARTANTAŞ	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Gözde SUNMAN	Kapadokya Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Mesut SOYALIN	Siirt Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Şükran ORUÇ	Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Tülay ÖZKAN	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Yağmur KERSE	Kafkas Üniversitesi
Dr. Öğr. Ü.	Yusuf Bahadır KAVAS	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç. Dr.	Ahmet Buğra HAMŞIOĞLU	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr.	Ahmet Tuncay ERDEM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr.	Ersin KANAT	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Doç. Dr.	Haşim BAĞCI	Aksaray Üniversitesi
Doç. Dr.	Ömer Faruk RENÇBER	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr.	Seval AKSOY KÜRÜ	Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr.	Tolga ORAL	İnönü Üniversitesi
Doç. Dr.	Yakup DURMAZ	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Dr.	İbrahim Halil EFENDİOĞLU	Gaziantep Üniversitesi
Dr.	Saniye ÖZMUTLU YILDIRIM	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Dr.	Yusuf KURT	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

\* Unvan ve alfabetik sıraya göre düzenlenmiştir /Organized in title and alphabetical order.

## Index / Indexing



## İçindekiler

Dergi Hakkında .....	i
İçindekiler .....	v

### **Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğiliminin İnovasyon Performansı ve Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi: Kuramsal ve Nicel Bir Değerlendirme**

(The Effect of Resource Dependency Management Tendency on Innovation Performance and Strategic Human Resources Management: A Theoretical and Quantitative Evaluation) ..... 1-14

*Ethem MERDAN*

*Makale Türü/Paper Type: Araştırma/Research*

### **BİST’de İşlem Gören Bilişim Sektörü Şirketlerinin Pandemi Öncesi ve Pandemi Dönemi Finansal Performanslarının Promethee Yöntemi İle Ölçülmesi**

(Measuring the Pre-Pandemic and Pandemic Period Financial Performance of IT Sector Companies Traded in BIST with Promethee Method) ..... 15-31

*Öznur AKTAŞ*

*Makale Türü/Paper Type: Araştırma/Research*

### **Tüketici Davranışı Perspektifinden Kurgulama Seviyesi Teorisi: Bir Sistemik Literatür Taraması Girişimi**

(Construal Level Theory From The Perspective of Consumer Behavior: An Attempt For A Systematic Literature Review)..... 33-55

*Emre BİLGİÇ*

*Makale Türü/Paper Type: Derleme/Review*

### **İşletmelerde Uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluğu Faaliyetlerinin Çalışanların Çevreci Davranış Performanslarına Etkisi**

(The Effect of Corporate Environmental Responsibility Activities Implemented in Businesses on Environmental Behavior Performance of Employees) ..... 57-71

*Bekir DEĞİRMENCİ*

*Makale Türü/Paper Type: Araştırma/Research*

**Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors**  
(Disiplinlerarası Kişilik Profillerinin Temel Finansal Davranışlar Bağlamında İncelenmesi)..... 73-93

*Yusuf POLAT*

*Makale Türü/Paper Type: Araştırma/Research*

**Covid-19 Pandemisinde Öğrencilerin Gelecek Kaygılarının Kariyer Geleceği Algısı ile İlişkisi**  
(The Relationship Between Students' Future Anxiety and Perception of Career Future in the Covid-19  
Pandemic)..... 95-114

*Şerife UĞUZ ARSU*

*Makale Türü/Paper Type: Araştırma/Research*

**Ön Lisans Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının  
Değerlendirilmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği**  
(Evaluation of the Perspectives of the Students Taking Associate Degree Accounting Education on  
Accounting Profession: The Case of Van Yüzüncü Yıl University)..... 115-128

*Murat KARA*

*Makale Türü/Paper Type: Araştırma/Research*

# Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğiliminin İnovasyon Performansı ve Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi: Kuramsal ve Nicel Bir Değerlendirme

(The Effect of Resource Dependency Management Tendency on Innovation Performance and Strategic Human Resources Management: A Theoretical and Quantitative Evaluation)

Ethem MERDAN<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Öğr. Gör. Dr., Ahi Evran Üniversitesi, ethem.merdan@ahievran.edu.tr

## Öz

Örgütler hammadde, insan, enerji gibi unsurlar konusunda ne kadar çok dışa bağımlı iseler bu onların iş süreçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bir örgütün kaynak bağımlılığı arttıkça daha fazla dışa bağımlı hale gelmekte ve rekabet etme gücü azalmaktadır. Bu durum beraberinde örgütün yeni ürün ve hizmetleri geliştirmesinin önüne geçmektedir. Diğer taraftan iş gücü bakımından da kaynak bağımlılığı fazla ise bu örgütün zor durumlar yaşamasına, işlerin aksamasına neden olabilir. Dolayısıyla kaynak bağımlılığının, örgütlerde yenilik faaliyetlerinin, performansın, insan kaynaklarının stratejik yönetimi üzerinde önemli bir etkiye sahip olacağı söylenebilir. Bu yüzden kaynak bağımlılığını azaltmak ve kaynak bağımlılığını iyi şekilde yönetmek örgütler için büyük öneme sahiptir. Çalışmada amaç, kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi üzerindeki rolünün belirlenmesidir. Çalışmanın örneklemini Ankara'daki tekstil sektöründeki işletmelerin sahipleri ve yöneticileri oluşturmaktadır (n=117). Veriler hazırlanan basılı form ile toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin, inovasyon performansını ve stratejik insan kaynakları yönetimini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir.

## Anahtar Kelimeler:

Kaynak Bağımlılığı,  
İnovasyon,  
İnovasyon  
Performansı,  
Stratejik İnsan  
Kaynakları Yönetimi

## Makale türü:

Araştırma

## Abstract

The more externally dependent organizations are on elements such as raw materials, people, and energy, this negatively affects their business processes. As resource dependency of an organization increases, it becomes more foreign-dependent and its competitive power decreases. This situation prevents the organization from developing new products and services. On the other hand, if there is a high resource dependency in terms of workforce, this may cause the organization to experience difficult situations and disrupt the work. Therefore, it can be said that resource dependence will have a significant impact on the strategic management of innovation activities, performance and human resources in organizations. Therefore, it is of great importance for organizations to reduce resource dependency and manage resource dependency well. The aim of the study is to determine the role of resource dependency management tendency on innovation performance and strategic human resources management. The sample of the study consists of the owners and managers of the enterprises in the textile sector in Ankara (n=117). The data were collected with the prepared printed form. According to the findings, it was determined that the tendency to manage resource dependence positively affects innovation performance and strategic human resources management.

## Keywords:

Resource  
Dependency,  
Innovation,  
Innovation  
Performance,  
Strategic Human  
Resources  
Management

## Paper type:

Research

Başvuru/Received: 14.05.2022 | Kabul/Accepted: 19.07.2022 , iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %16

## Giriş

Örgütler üretim ve hizmet sırasında gerekli olan ihtiyaçlarını dışardan temin etmek zorundadırlar. Çünkü hiçbir örgüt gerekli olan ihtiyaçlarının tamamını kendisi karşılayamaz ve dışa bağımlıdır. Bu bağımlılığı en aza indirmek ve iyi şekilde yönetmek örgütleri başarıya götürecektir. Başarılı olmak isteyen örgütlerin inovasyon performansının da yüksek olması gerekmektedir. Örgütlerin yeni ürün ve hizmet gelişimine ilişkin farklılıkları ortaya koyması olarak ifade edilen inovasyon performansının yüksek olmasının, örgütün kaynak bağımlılığının düşük olmasına bağlı olduğunu söyleyebiliriz. Yani kaynak bağımlılığını iyi yöneten örgütlerin inovasyon performanslarının yükseleceği söylenebilir. Diğer taraftan kaynak bağımlılığı sadece ürün ve hizmet konusunda düşünülmemelidir. Örgütler zaman zaman iş yüküne göre gerekli insan kaynağını da dışardan temin etmek zorunda kalabilmektedirler. Bu yüzden kaynak bağımlılığının iyi yönetimi stratejik insan kaynakları yönetiminin hedeflerini gerçekleştirmesinde faydalı olacaktır.

Örgütler, gerekli olan kaynak teminini sağlayarak belirsizliği ortadan kaldırıp istikrar sağlamaya çalışırlar (Öztaş, 2015: 42-43). Çünkü örgütlerdeki belirsizlik durumları etkinliği, verimliliği, karlılığı, performansı ve pazar payını etkilemekte ve belirlenen hedeflerde sapmalara neden olmaktadır. Bu noktada örgüt yöneticilerinin örgütün bağımlı hale geldiği dış çevredeki belirsizliği belirgin hale getirmesi önem taşımaktadır (Karaman, 2015: 29). Bu yüzden örgütler, belirsizliği ortadan kaldırmak amacıyla kaynak akışını devam ettirmeye yönelik stratejik planlar geliştirirler (Meydan, C. H., 2015: 183; Özkoç ve Batman, 2012: 20).

Kaynak bağımlılığı kuramı, bir örgütün hayatta kalması için ihtiyaç duyduğu kaynaklara ulaşabilme yeteneğinin iyi olmasıdır (Thambar vd., 2019: 2). Bu kurama göre bağımlılığı fazla olan örgütlerin gücü zayıftır ve bu gücü sağlayabilmek için sahip olduğu yetenekleri kullanması gerekmektedir. Kaynak bağımlılığı kuramı, stratejik yönetim açısından bu noktada önemlidir (Sarvan, 2003: 98). Özellikle örgüt için insan kaynağı en önemli unsurdur ve insan olmadan örgütün misyon ve vizyonunu gerçekleştirmesi mümkün değildir. Çünkü insan kaynağı örgütün en önemli sermayesi ve stratejik hedeflere ulaşma aracıdır. Diğer taraftan örgütlerin varlıklarını sürdürmesi mevcut müşterileri koruyarak yeni müşteriler kazanmasına bağlıdır ki bu da bilgili, tecrübeli ve yetenekli insan kaynağının elde edilmesiyle sağlanabilir (Çağatay ve Kızılkaya, 2021: 251).

Kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalara bakıldığında inovasyon performansı ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkileri ele alan çalışmaların yoğunlukta olduğu görülmektedir (Yavan, 2012; Waheed vd., 2019; Atar ve Konaklıoğlu, 2016; Sriviboon, 2020; Yavuz ve İraz, 2019; Oke vd., 2012). Bu çalışmalardan yola çıkarak kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile inovasyon performansı, kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalara yeterince rastlanılmadığı söylenebilir. Bu çalışma ile bu kavramlar arasındaki etkileşimler ortaya konulmakla birlikte literatürdeki bu boşluğa katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Çalışmanın temel



sorunu inovasyon performansı ile stratejik insan kaynakları yönetimini artırmada kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin bir çözüm yolu olmasıdır. Çalışmanın amacı, kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki etkileşimleri belirlemektir. Amaca bağlı olarak araştırma sorusu; *“kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi üzerinde bir etkiye sahip midir”* şeklinde belirlenmiştir. Araştırma Ankara ilindeki tekstil işletmelerindeki yönetici ve işletme sahiplerine yönelik yapılmıştır. Tekstil sektöründe hem hammadde hem de insan kaynağı bakımından kaynak bağımlılığının ve bunun yönetilmesinin öneminin anlaşılması, bu durumun inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetiminin hedefleri üzerindeki etkisinin ortaya konulması açısından tekstil işletmeleri örnekleminde yapılmıştır.

### 1. Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğilimi

Thompson tarafından 1967 yılında temeli atılan kaynak bağımlılığı kuramı, 1978 yılında Pfeffer ve Salancik tarafından geliştirilmiştir (Meydan, C. H., 2015: 179). Kaynak bağımlılığı kuramının ana fikri, örgütler faaliyetlerini devam ettirmek ve varlıklarını sürdürebilmek için çevrelerinden sağladıkları malzeme, enerji, hammadde, bilgi, insan kaynağı ve yetenek gibi unsurları kullanırlar (Koçel, 2015: 414). Bu kuramın temelinde, açık sistemler olan örgütlerin varlıklarını sürdürebilmek amacıyla kritik olan kaynakları çevreden elde etmek için kurduğu ilişkilerini yönetebilmesi vardır (Pfeffer, 2005: 441; Erdem, 2021: 56).

Kaynak bağımlılığı kuramı, örgütün dış kaynak tedarik ederken kontrol, güç ve savunmasızlığına odaklanmaktadır (Bode vd., 2011: 834). Bu kurama göre örgütler dışa olan kaynak bağımlılığını azaltmak, çevreyi kontrol altına almak ve örgüt çevre uyumunu sağlamak için politikalar geliştirirler (Erdil, 2010: 29). Çünkü hiçbir örgüt kendi başına yeterli değildir ve yaşamını sürdürebilmesi için çevresi ile sürekli iletişim ve alışverişte bulunması gerekmektedir. Örgütlerin ihtiyaç duyduğu kaynakların önemi ve derecesi, çevresine olan bağımlılığını nitelik ve kapsam bakımından etkilemektedir. Öyle ki örgütün ne yapacağını dış çevresine olan bağımlılığı belirler ve örgütler bu bağımlılığı kontrol edebilmek için örgüt dışındakilerle işbirliklerini geliştirirler (Koçel, 2015: 414-415).

Kaynak bağımlılığı kuramı ayrıca, sosyal beklentiler ile ilgilenmez. Bu kuram çevresel kısıtlamaların örgütler üzerinde yarattığı etkiyi, örgütün diğer örgütlerle kaynaklar konusunda yaptığı değiş-tokuşu ve işlemlere girmesi gerekliliğini açıklar. Örgütlerin sadece varlıklarını sürdürmek için kaynağa ihtiyaç duymazlar, aynı zamanda büyümek için de kaynaklara gereksinimleri vardır. Bu kaynaklara ulaşmak kolay değildir ve örgütler bunun için taktikler geliştirirler (Chen ve Roberts, 2010: 653). Kaynak bağımlılığı kuramının unsurları, çevre, çevreye olan uyum, yönetim, diğer örgütlerle olan ilişkiler sırasında oluşan güç, ihtiyaç duyulan kaynaklar ve örgütlerin kaynakları elde ederken kullandığı taktikler şeklinde sıralanabilir (Meydan, C. H., 2015: 184-185).

Özellikle çevre ile örgütler arasındaki bağlar örgütün güçlenmesi açısından çok önemlidir. Çünkü örgütler hayatlarını sürdürmek için dış taleplere cevap vermek zorundadırlar ve bunun içinde bağ kurduğu örgütlerle ilişkilere gereksinim duyarlar (Helmig, 2004: 107). Bu sebeple bir örgütün diğer örgütlere nasıl bağımlı hale geldiği ve diğer örgütlerle nasıl iletişim kuracağı çok önemlidir. Örgütler arasındaki karşılıklı bağımlılık neticesinde oluşan ilişkilerle tedarik zincirinin devam etmesi ile işbirliği sağlanır ve birbirlerine bağımlı hale gelirler (Güloğlu vd., 2015: 198). Bu bağımlılık elinde kaynağı bulduran örgüt için güçtür ve kaynağa ihtiyaç duyan örgütün kontrol edilmesine neden olur. Öyle ki bazı kaynaklar hayati önem taşımaktadır ve örgütler bunları sürekli ve düzenli şekilde elde edemedikleri zaman hayatları tehlikeye girmektedir. Diğer taraftan bir örgütün bütün kaynakları elinde bulundurması da mümkün değildir ve buna bağlı olarak bütün gücün kendisinde olması da söz konusu olamaz. Aynı kaynak başka örgütlerde de var ise örgütün ihtiyaç duyduğu kaynağın elde edilmesi de hem hızlanır hem de kolaylaşır. Bunun içinde örgütler biçimsel, biçimsel olmayan, yasal ve yasal olmayan şekillerde stratejiler izleyebilirler. Kurulan ilişkilerin amacı, önemli olan kaynak bağımlılığı sürecindeki belirsizliği ortadan kaldırmaktır (Öztaş, 2015: 52).

## 2. İnovasyon Performansı

İnovasyon, problemleri çözmek için yeni fikirlerin ortaya konulması ve benimsenmesi, süreçlerin iyileştirilmesi, yeni ürün veya hizmetlerin sunulması durumudur (Hjalager, 2010:2). Başka bir ifadeyle inovasyon, ürün ve hizmetler konusunda farklı ve yeni fikirler geliştirip, uygulamaya koymaktır (Dengiz ve Belgin, 2007: 268). Performans ise, belirli bir sürede kişi ya da grubun bir işi yaparken gösterdiği eylemi gerçekleştirebilme yeteneği veya ortaya koyduğu emeğin nicel ve nitel sonuçlarına ulaşılmasıdır (Üzüm ve Uçkun, 2018: 255; Uysal, 2015: 33).

İnovasyon performansı, yeni ürün ve süreçlerin kalitesinin ve işlevinin rakiplerle kıyaslanması, yeni patentlerin, raporların ve projelerin sayısının değerlendirilmesidir (Hung vd., 2011: 215). Başka bir ifadeyle inovasyon performansı, örgütlerin operasyonel durumlar söz konusu olduğunda, elindeki bilgileri paylaşarak ve uygulayarak sürece hızlı entegre olması, stratejik hedeflere ulaşmayı kolaylaştıran teknolojik ve idari uygulamalar ile yüksek düzeyde yenilik faaliyetlerinde bulunmasıdır (Aboelmaged, 2014: 44).

İnovasyon sayesinde örgütler ve işgörenler kendilerini sürekli geliştirmekte, iş süreçlerinde yeteneklerini kullanarak daha fazla uyum sağlamakta, motive olmakta ve böylece performans artmaktadır (Dincer ve Orhan, 2012: 23). Çünkü örgütler için istek ve beklentilere hızlı cevap verebilen işgörenlerin varlığı önemlidir. Dolayısıyla performansın artması için yöneticiler işgörenlerle bilgi paylaşımında bulunmalı, onları alınan kararlara ve iş süreçlerine dahil etmeli, inovatif davranışlar göstermeleri konusunda yönlendirmelidirler (Hussain vd., 2016: 37).

Ülkeler açısından inovasyon performansının iyi olması, ulusal rekabet gücünün yüksek olması anlamına gelmektedir (Erdil vd., 2018: 143). Bu sebeple rekabet gücü yüksek olan ülkelerin gelişmiş, teknolojik gelişmeleri yakından takip eden, teknolojik

ürünlerin üretiminde ciddi pay ayıran ülkeler olduğu söylenebilir. Bu yüzden inovasyon performansına ciddi önem veren ülkeler, kendilerini özellikle sanayi açısından geliştirmeye çalışmaktadırlar.

### 3. Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi

Stratejik insan kaynakları yönetimi, örgütün stratejik hedeflerine ulaşabilmesi için insan kaynakları faaliyetlerinin örgüte yayılması sürecidir (Wright ve McMahan, 1992: 298; Kramar, 2014: 1073; Akdemir, 2005: 440). Başka bir ifadeyle stratejik insan kaynakları yönetimi, örgütün performansını yükseltmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek için insan kaynakları fonksiyonlarının, örgütün stratejik hedefleri ile bütünleştirilmesidir (Akdoğan ve Cingöz, 2015: 4; Mert vd., 2020: 5201).

Stratejik insan kaynakları yönetimi, örgütün performansını yükseltme, esnekliği ve yenilikçiliği artırarak örgüt kültürünü geliştirme, İKY faaliyetlerinin örgütün stratejik hedefleri ile bütünleşmesini sağlama gibi amaçları kapsamaktadır (Lengnick-Hall vd., 2009: 64; Balaban ve Palaz, 2018: 81). Stratejik insan kaynakları yönetiminin en temel amacı, örgüt ile değişen çevresel şartlar arasında uyum sağlamasıdır (Alayoğlu, 2010: 30).

Stratejik insan kaynakları yönetimi, örgütün hedeflerine ulaşabilmesi ve rekabet avantajından yararlanabilmesi için örgüte gerekli olan yetenekli işgörenlere sahip olmayı, bu işgörenlerden yüksek düzeyde performans elde edebilmek için onları söz sahibi yapmayı esas almaktadır. Bu düşünceye sahip bir stratejik insan kaynakları yönetimi, örgütte bütünleştirici bir hava oluşturarak etkinlik, verimlilik, kalite ve yüksek finansal performans elde edebilir (Kılıçaslan ve Marşap, 2018: 7; Çalışkan, 2010: 102). Diğer taraftan işgören seçimi, eğitim ve geliştirme, performans değerlendirme, ödüllendirme gibi İKY uygulamaları ile işgörenin motivasyonunu artırarak, örgütün stratejik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmasını ve örgüt performansının artmasını sağlar (Boon vd., 2018: 38-39).

## 4. Yöntem

### 4.1. Veri Toplama Aracı ve Analiz Yöntemleri

Araştırmada verilerin toplanmasını sağlamak için basılı soru formu (anket) uygulanacaktır.<sup>1</sup> Soru formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim, aylık gelir, işletmenin faaliyet süresi, işletmedeki statüye ilişkin demografik özellikleri içeren 7 soruya yer verilmiştir. İkinci bölümde kaynak bağımlılığını yönetme eğilimini ölçmek için Pfeffer ve Salancik (1978) tarafından geliştirilen ve Kotter (1979) tarafından genişletilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek Özkoç ve Batman (2012) tarafından uyarlanmıştır ve 20 ifadeden oluşmaktadır. Üçüncü bölümde inovasyon performansını ölçmek için Ibarra (1993) tarafından geliştirilen ve Demirtaş'ında (2013) çalışmasında yer verdiği 7 ifadelik ölçek kullanılmıştır. Dördüncü bölümde stratejik İnsan Kaynakları Yönetimini ölçmek için

<sup>1</sup> Araştırma kapsamında Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 21.04.2020 tarih ve 2022/03/49 Karar Numarasıyla Etik Kurul izni alınmıştır.

Bartram vd. (2007) tarafından geliştirilen ve Başar (2016)'ın da çalışmasında yer verdiği 13 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır.

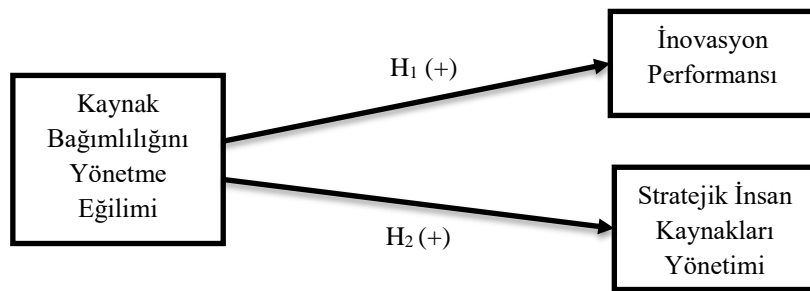
Çalışma kapsamında uygulanan anketten elde edilen verileri analiz etmek için "SPSS 22.0" ve "AMOS 20.0" programı kullanılacaktır. Kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi ölçeklerinin geçerliliklerini tespit etmek için doğrulayıcı faktör analizi; güvenilirliklerini tespit etmek için cronbach alpha güvenilirlik analizi; demografik özellikleri belirlemek için tanımlayıcı istatistik analizler; değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için korelasyon analizi kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi üzerindeki etkisini belirlemek için regresyon analizi kullanılacaktır.

#### 4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Ankara tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise Ankara il merkezindeki 200 tekstil işletmesi yöneticisi olarak belirlenmiştir. Bu işletmelerde çalışan yönetici sayısı tam olarak bilinmediğinden; yani evren bilinmediğinden Tutar ve Erdem (2020: 267)'in eserindeki örneklem tablosundaki 384 örneklem büyüklüğü esas alınmıştır. Bu doğrultuda bu işletmelerin yöneticilerine ve işletme sahiplerine tesadüfî olarak 300 anket formu dağıtılmıştır. Araştırmada eksik ve hatalı doldurulan 5 anket formu çıkarıldıktan sonra analize tabi tutulabilir 117 anket formu araştırmada kullanılmıştır. Bu durumda anketlerin geri dönüş oranı % 58'dir. Bu oranın evreni temsil etme gücünün yeterli düzeyde olduğunu gösterir (Baş, 2013: 43).

#### 4.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmaya yol gösterici olması ve hipotezlerin oluşturulması açısından aşağıdaki model kurulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Çalışmanın amacına ve önerilen araştırma modeline göre oluşturulmuş hipotezler şu şekildedir:

Akdede ve Turan (2008) çalışmasında insan, işletme ve teknoloji kaynaklarının genel işletme performansını etkilediğini ortaya koymuşlardır. Arpacı (2019) çalışmasında dış kaynak kullanımının tüm alt boyutları ile inovasyon arasında pozitif

yönlü ilişkiler tespit etmiştir. Zheng vd. (2013) çalışmasında ilişkili-özel kaynaklarla, tamamlayıcı kaynakların inovasyon performansını pozitif yönde etkilediğini saptamışlardır. Laosirihongthong vd. (2014) çalışmasında iç kaynakların inovasyon performansını doğrudan etkilediğini, dış kaynakların ise iç kaynakları etkileyerek inovasyon performansını dolaylı olarak etkilediğini belirlemişlerdir. Bu çalışmalardan yola çıkarak kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin inovasyon performansını artıracığı söylenebilir. Bu açıklamalardan hareketle şu hipotez oluşturulmuştur:

*H1: Kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi inovasyon performansını pozitif yönde etkilemektedir.*

Literatür incelendiğinde stratejik yönetim süreci ile örgütsel çeviklik arasındaki ilişkiyi inceleyen yeterince çalışmaya rastlanılamamıştır. Barney (1991)'e göre kaynakların iyi yönetilmesi ile rekabet avantajı sağlanabilir ve bu insan kaynağının yönetimi ile başarı elde edilebilir. Wright vd. (2001)'ne göre örgüte değer katacak kaynakların ve yeteneklerin sağlanması insan kaynakları yönetiminin stratejileri ile mümkün olabilir. Bu açıklamalardan hareketle kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin stratejik insan kaynakları yönetimini artıracığı söylenebilir. Bu bağlamda kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkiye yönelik aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

*H2: Kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi stratejik insan kaynakları yönetimini pozitif yönde etkilemektedir.*

## 5. Bulgular

Araştırmadaki katılımcılara ait cinsiyet, yaş, işletmenin faaliyet süresi, medeni durum, eğitim düzeyi, işletmedeki statü, aylık gelir demografik bilgiler Tablo 1'de açıklanmaktadır.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)	Medeni Durum	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kadın	49	41,9	Bekâr	42	35,9
Erkek	68	58,1	Evli	75	64,1
Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)	Eğitim Düzeyi	Frekans (n)	Yüzde (%)
26-30	6	5,1	İlköğretim	3	2,6
31-35	18	15,4	Lise & Dengi	20	17,1
36-40	38	32,5	Ön lisans	35	29,9
41-45	47	40,2	Lisans	59	50,4
46-üstü	8	6,8	İşletmedeki Statü	Frekans (n)	Yüzde (%)
İşletmenin Faaliyet Süresi	Frekans (n)	Yüzde (%)	İşletmenin Sahibi	103	88,0
1-5 yıl	25	21,4	Profesyonel yönetici	14	12,0
6-10 yıl	74	63,2	Aylık Gelir	Frekans (n)	Yüzde (%)
11-15 yıl	13	11,1	2000-5000 TL	28	23,9
16 yıl ve üzeri	5	4,3	5001-10000 TL	73	62,4
			10000 TL'den fazla	16	13,7

Tablo 1’de görüleceği üzere katılımcıların % 58,1’i erkeklerden oluşmaktadır ve % 64,1’i evlidir. Yaş dağılımına bakıldığında katılımcıların % 40,2’si 41-45 yaş aralığında yer almaktadır. İşletmenin faaliyet süresi incelendiğinde % 63,2’sinin 6-10 yıl arası faaliyetlerini sürdürdüğü belirlenmiştir. Eğitim düzeyi incelendiğinde % 50,4’ünün lisans eğitimi aldığı görülmektedir. Katılımcıların işletmedeki statülerine bakıldığında % 88’i işletmenin sahibidir. Aylık gelir durumları incelendiğinde % 62,4’ünün 5001-10000 TL aralığında gelire sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Ölçeklerin tanımlayıcı istatistikler ve güvenilirlik değerleri (cronbach alpha) değerleri aşağıdaki Tablo 2’dedir:

Tablo 2. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Cronbach Alpha Değerleri

Ölçekler	Ölçme Aralığı	İfade Sayısı	Cronbach $\alpha$
Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğilimi	5’li Likert	20	0,717
İnovasyon Performansı	5’li Likert	7	0,818
Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi	5’li Likert	13	0,805

Tablo 2’de görüleceği üzere, ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ölçeği için cronbach  $\alpha=0.717$ , inovasyon performansı ölçeği için cronbach  $\alpha=0.818$  ve stratejik insan kaynakları yönetimi ölçeği için cronbach  $\alpha=0.805$  değerleri elde edilmiştir. Bu değerler ölçeklerin güvenilirliğinin kabul edilebilir seviyede olduğunu göstermektedir (Tutar ve Erdem, 2020: 328; Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19).

Araştırma modelinde ele alınan kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi ölçeklerinin geçerliliklerini belirleyebilmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA sonucunda ölçeklerin uyum iyi değerleri ortaya konulmuştur ve elde edilen sonuçlar Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3. Ölçüm Modelinin DFA Sonuçları

Ölçek	İfade Sayısı	Std. Faktör Yükleri	t Değerleri ***	CR	AVE
<b>Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğilimi</b>	KB12	,612		.926	.719
	KB13	,702	5,179		
	KB14	,711	5,224		
	KB15	,699	5,350		
<b>İnovasyon Performansı</b>	IP4	,544		.763	.511
	IP5	,554	3,401		
	IP6	,547	3,388		
<b>Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi</b>	SIK7	,630		.776	.565
	SIK8	,804	9,249		
	SIK9	,932	8,349		
	SIK10	,964	8,513		
	SIK11	,869	7,953		

$\chi^2/df= 1.061$ ;  $GFI= 0.935$ ;  $CFI= 0.996$ ;  $NFI= 0.939$ ;  $TLI= 0.995$ ;  $RMSEA= 0.02$

\*1’e sabitlenmiş olduğunu ifade eder. \*\*\*  $p<.001$

Tablo 3’de görüldüğü gibi ölçek maddelerinin standartlaştırılmış faktör yükleri 0.544 ile 0.964 arasında değişmektedir. Bu yüklerin 0.50 değerinin üzerinde olması

ölçütün sağlanmış olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2006). Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ölçeğinin 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 16, 17, 18, 19, 20. İfadeleri, inovasyon performansı ölçeğinin 1, 2, 3, ve 7. İfadeleri, stratejik insan kaynakları yönetimi ölçeğinin 1, 2, 3, 4, 5, 6, 12 ve 13. ifadeleri faktör yükleri düşük olduğu için analiz kapsamından çıkarılmıştır.

Tablo 3’de görüleceği üzere doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre  $\chi^2/df=1.061$ , GFI= 0.935, CFI= 0.996, NFI= 0.939, TLI= 0.995, RMSEA= 0.02 değerini aldığı görülmektedir. Bu bulgular ölçeklerin uyum iyiliği değerlerinin iyi uyum düzeyinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca değişkenlere ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin 0.50’nin üzerinde olduğu, CR değerlerinin 0.70’in üzerinde olduğu ve AVE değerlerinin 0.50’nin üzerinde olduğu görülmektedir. Buradan hareketle ölçekler için yakınsak geçerliliğin sağlandığı söylenebilir. Ayrıca ölçüm modelindeki tüm değişkenlere ilişkin AVE (OAV) değerlerinin arzu edilen minimum düzey olan 0.50’nin üzerinde olduğu görülmektedir. Değişkenler arasındaki korelasyonların karelerinin, değişkenlerin OAV değerlerinden düşük olmasından dolayı ölçeklerin ayırt edici geçerliği de sağlanmıştır (Kline, 2015).

Aşağıdaki Tablo 4’de kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, inovasyon performansı ve stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları ve Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	$\bar{x}$	St. Sapma	1	2	3
<b>1. Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğilimi</b>	2.98	0.99	1,00		
<b>2. İnovasyon Performansı</b>	4.02	0.32	0.371**	1,00	
<b>3. Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi</b>	3.03	1.08	0.320**	0,157	1,00

\*\*p<0.01,

Tablo 4’e göre ölçüm modelindeki tüm değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının 0.80’den düşük olduğu görülmektedir. Bu sebeple de ayırt edici geçerlilik koşullarının tekrar sağlandığını söylemek mümkündür (Kline, 2015).

Tablo 4’e göre kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile inovasyon performansı arasında ( $r=0.371$ ;  $p<0.01$ ) pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Diğer taraftan kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasında ( $r=0.320$ ;  $p<0.01$ ) pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir.

Aşağıdaki Tablo 5’de kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin inovasyon performansı üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5. Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğiliminin İnovasyon Performansı Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Model I	B	Sig.	Beta	t
<b>Sabit</b>	3.666	.000		42.359
<b>Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğilimi</b>	.121	.000	.371	4.399
R	.371			
R <sup>2</sup>	.138			
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	.131			
Standart Hata	.30197			
F Değeri	19.352			
Durbin-Watson	1.453			

Tablo 6'daki model II istatistiksel olarak anlamlıdır ( $R^2= 0,138$ ;  $F = 13,352$ ;  $p<0.01$ ). Model belirleyici değişken olan kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi bağımlı değişkendeki varyansı % 13 açıklamakta, yani kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, inovasyon performansını düşük düzeyde etkilemektedir. Araştırma bulgularına göre kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi inovasyon performansı üzerinde pozitif etkiye sahiptir ( $\beta= ,371$ ;  $p<0.01$ ). Buradan hareketle kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilir. Bu bağlamda *H1 hipotezi kabul edilmektedir.*

Aşağıdaki Tablo 6'da kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin stratejik insan kaynakları yönetimi üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 6. Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğiliminin Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Model II	B	Sig.	Beta	t
Sabit	1.987	.000		6.713
<b>Kaynak Bağımlılığını Yönetme Eğilimi</b>	.351	.000	.320	3.720
R	.320			
R <sup>2</sup>	.103			
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	.095			
Standart Hata	1.03294			
F Değeri	13.842			
Durbin-Watson	1.499			

Tablo 6'daki model II istatistiksel olarak anlamlıdır ( $R^2= 0,103$ ;  $F = 13,842$ ;  $p<0.01$ ). Model belirleyici değişken olan kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi bağımlı değişkendeki varyansı % 10 açıklamakta, yani kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, stratejik insan kaynakları yönetimini düşük düzeyde etkilemektedir. Araştırma bulgularına göre kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi, stratejik insan kaynakları yönetimini üzerinde pozitif etkiye sahiptir ( $\beta= ,320$ ;  $p<0.01$ ). Buradan hareketle kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi arttıkça stratejik insan kaynakları yönetiminin de artacağı söylenebilir. Dolayısıyla *H2 hipotezi de kabul edilmektedir.*

## 6. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma Ankara ilindeki tekstil işletmelerinin yönetici ve işletme sahiplerine yönelik yapılmıştır. Katılımcıların demografik bulguları değerlendirildiğinde çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu ve evli olduğu, orta yaşlarda yer aldıkları gözlemlenmektedir. Ayrıca katılımcıların orta düzeyde gelire sahip oldukları, eğitim düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Yine katılımcıların büyük çoğunluğunun işletmenin sahibi olduğu ve işletmenin faaliyet süresinin 6-10 yıl arasında yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Bu bağlamda işletme sahibi veya yöneticisi konumunda olan kişilerin orta yaşlarda yer aldıklarını ve yüksek düzeyde eğitime sahip oldukları söylenebilir. Sektörde yaş itibarıyla dinamik ve tecrübeli bir yönetici kadrosunun oluştuğu söylenebilir. Bu yöneticilerin tecrübelerini ve yeteneklerini yerlerine gelecek yeni yöneticilere aktarmaları işletmenin hem varlığını koruması hem de yeni başarılar elde etmesini sağlayacaktır.



Çalışmada kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin inovasyon performansını etkilediği belirlenmiştir. Yani kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi arttıkça inovasyon performansı da artmaktadır. Nitekim bu sonuç Akdede ve Turan (2008), Arpacı (2019), Zheng vd. (2013) ve Laosirihongthong vd. (2014) çalışmalarını destekler niteliktedir. Dolayısıyla inovasyon performansının artırılmasında kaynak bağımlılığını yönetme eğiliminin faydalı olacağı söylenebilir. Elde edilen bu bulguya ilişkin başka sektörlerde araştırmalar yapılması ikili ilişkiye yönelik zenginlik katacaktır.

Literatür incelendiğinde kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkiyi inceleyen yeterince çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak Barney (1991)'e göre kaynak bağımlılığının iyi yönetilmesi ile gerekli olan stratejik insan kaynağının en iyi şekilde karşılanacağı söylenebilir. Wright vd. (2001) ise örgüte gerekli olan insan kaynağının, insan kaynaklarının stratejik olarak yönetilmesi ile sağlanacağını ifade etmiştir. İstihdamın sağlayacağı rekabet avantajından yararlanmak için, kaynaklara dayalı İKY stratejileri geliştirilmesi önemlidir (Aybas ve Tokucu, 2020: 1082; Keçecioğlu, 2009: 160). Dolayısıyla örgütte stratejik insan kaynağı ihtiyacının, kaynak bağımlılığını en iyi şekilde yönetmekle mümkün olabileceği söylenebilir. Nitekim çalışmada elde edilen bu bulgu literatüre katkı niteliğindedir.

Çalışmanın örneklem sayısının az olması, yöneticilerin yoğunluğu ve ilgisizliği, sorulara gelişigüzel cevaplar verilmesi, zaman ve maliyet gibi kısıtları bulunmaktadır. Örneklem sayısının az olmasının sebebi yöneticilerin iş yoğunluğu nedeniyle çalışmaya katılmak istememeleri ve araştırmacıların yönetim kadrosuna ulaşmakta güçlük çekmesi şeklinde sıralanabilir. Gelecek çalışmalarda kaynak bağımlılığını yönetme eğilimi ile işletme performansı, örgütsel çeviklik ve verimlilik ile ilişkileri incelenebilir. Ayrıca inovasyon performansı ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkiler farklı sektörlerde araştırılabilir. Stratejik insan kaynakları yönetiminin işgören performansı üzerindeki etkisine yönelik çalışmaların yapılması da literatüre ve örgüt yöneticilerine fayda sağlayacaktır.

### **Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Etik Beyanı ve Finansal Destek**

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Araştırma kapsamında Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 21.04.2020 tarih ve 2022/03/49 Karar Numarasıyla Etik Kurul İzni alınmıştır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

### **Kaynaklar**

Aboelmaged, M. G. (2014). Linking operations performance to knowledge management capability: the mediating role of innovation performance. *Production Planning & Control*, 25(1), 44-58.

- Akdede, S. H. ve Turan, A. H. (2008). Bilişim sistemlerinin kobi'lerin performansına etkileri: Kaynak temelli yaklaşım ile Denizli ilinde ampirik bir uygulama. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(4), 1-28.
- Akdemir, B. (2005). Küresel rekabet ortamında insan kaynakları yönetiminin değişen rolü: Stratejik insan kaynakları yönetimi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 49, 428-455.
- Akdoğan, A. A. ve Cingöz, A. (2015). Stratejik insan kaynakları yönetiminin iç girişimcilik (girişimsel performans) üzerindeki etkileri: Kayseri imalat sanayinde bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(43), 1-25.
- Alayoğlu, N. (2010). Rekabet üstünlüğü sağlamada insan kaynakları ve rekabet stratejileri uyumunun önemi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), 27-49.
- Arpacı, Ö. Y. (2019). İşletmelerde dış kaynak kullanımı ve inovasyon ilişkisi. Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Atar, A. ve Konaklıoğlu, E. (2016). Stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgüt inovasyonu ve iç girişimcilik üzerindeki etkisinin belirlenmesi: Oteller üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 104-123.
- Aybas, M. ve Tokucu, F. (2020). Kaynak temelli stratejik insan kaynakları yönetimi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(22), 1075-1104.
- Balaban, Ö. ve Palaz, P. (2018). İnsan kaynakları yöneticileri perspektifinden stratejik insan kaynakları yönetimi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 7(4), 77-96.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bartram, T., Stanton, P., Leggat, S., Casimir, G. and Fraser, B. (2007). Lost in translation: exploring the link between HRM and performance in healthcare. *Human Resource Management Journal*, 17 (1), 21-41.
- Baş, T. (2013). *Anket*. (7. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Başar, D. (2016). Stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamaları, rekabetçi örgüt kültürü oryantasyonları ile firma ve çalışan performansı arasındaki ilişki: Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları üzerinde bir araştırma. Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bode, C., Wagner, S. M., Petersen, K. J. and Ellram, L. M. (2011). Understanding responses to supply chain disruptions: Insights from information processing and resource dependence perspectives. *Academy of Management Journal*, 54(4), 833-856.
- Boon, C., Eckardt, R., Lepak, D. P. and Boselie, P. (2018). Integrating strategic human capital and strategic human resource management, *The International Journal of Human Resource Management*, 29(1), 34-67.
- Chen, J. C. and Roberts, R. W. (2010). Toward a more coherent understanding of the organization-society relationship: A theoretical consideration for social and environmental accounting research. *Journal of Business Ethics*, (2010) 97, 651-665.
- Çağatay, A. ve Kızılkaya, S. (2021). Stratejik insan kaynakları yönetimi aracının liyakate esas görüşlerle olan ilişkisi: Sağlık çalışanları örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 249-267.
- Çalışkan, E. N. (2010). The impact of strategic human resource management on organizational performance. *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(2), 100-116.
- Demirtaş, Ö. (2013). Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel inovasyon. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, XXXV(II), 261-290.
- Dengiz, B. ve Belgin, Ö. (2007). *Kobi'lerin iş süreçlerinde inovasyon: Benzetimin rolü*. 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi, 7-8 Aralık 2007, 267-272.
- Dincer, H. ve Orhan, N. (2012). Relationship between emotional intelligence and innovative work behaviors in Turkish banking sector. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 1(1), 21-28.

- Erdem, A. T. (2021). The moderator role of generations X and Y in the effect of resource dependency management strategy on corporation entrepreneurship: Ankara OSTIM Industry case. *Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 55-62.
- Erdil, O., Kalkan, A. ve Alparslan, A. M. (2010). Örgütsel Ekoloji Kuramından Stratejik Yönetim Anlayışına, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1) 2010, 17-31.
- Erdil, T. S., Aydoğan, S., Ayar, B., Güvendik, Ö., Diler, S. ve Gusinac, K. (2018). İnovasyon Performansının Rekabet Gücü, Firma Performansı ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 40(2), 137-166.
- Güloğlu, U., Hazır, K. ve Miman, M. (2015). *Tedarik zinciri yönetimi, örgüt yapıları, yaklaşımlar ve organizasyon kuramları ilişkisi*. Gümüşhane Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, IV. Ulusal Lojistik Ve Tedarik Zinciri Kongresi, 21-23 Mayıs 2015, Gümüşhane, 193-199.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Vol. 6, Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Helmig, B., Jegers, M. and Lapsley, I. (2004). Challenges in managing nonprofit organizations: A research overview. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 15(2), 101-116.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*. 31(1),1-12.
- Hung, R.Y.Y., Lien, B.Y.H., Yang, B., Wu, C. M. and Kuo, Y. M. (2011). Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high-tech industry. *International Business Review*, 20 (2011), 213-225.
- Hussain, K., Konar, R. and Ali, F. (2016). Measuring service innovation performance through team culture and knowledge sharing behaviour in hotel services: A PLS approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 35-43.
- Ibarra, H. (1993). Network centrality, power, and innovation involvement: determinants of technical and administrative roles. *Academy of Management Journal*, 36(3), 471-501.
- Karaman, D. (2019). Çevresel belirsizliğin kaynak bağımlılığına etkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma. *International Journal of Academic Value Studies*, 5(1) (5th Year Special Issue), 25-45.
- Keçecioglu, T. (2009). stratejik insan kaynakları yönetimine kaynak bazlı bakış açısı üzerine değerlendirmeler. *Ege Akademik Bakış*, 9(1), 159-171.
- Kılıçaslan, Ö. ve Marşap, A. (2018). Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılığa etkisi. *International Journal of Labour Life and Social Policy*, 1(2), 5-23.
- Kline, R. (2015). Principles and practice of structural equation modeling, 2nd ed., New York, NY: The Guilford Press.
- Koçel, T. (2015). *İşletme yöneticiliği*. (16. Baskı), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kotter, P. (1979). Managing External Dependence. *Academy of Management Review*, 4(1), 87-92.
- Kramar, R. (2014). Beyond strategic human resource management: is sustainable human resource management the next approach?, *The International Journal of Human Resource Management*, 25(8), 1069-1089.
- Laosirihongthong, T., Prajogo, D. I. and Adebanjo, D. (2014). The relationships between firm's strategy, resources and innovation performance: resources-based view perspective, *Production Planning & Control*, 25(15), 1231-1246.
- Lengnick-Hall, M. L., Lengnick-Hall, C. A., Andrade, L. S. and Drake, B. (2009). Strategic human resource management: The evolution of the field. *Human Resource Management Review*, 19(2009), 64-85.
- Mert, G., Alan, T., Bingöl, A., Tümkaya, T. ve Koyunlu, F. (2020). Stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamalarının kurumsallaşma sürecine etkisi: Kamu hastanelerinde bir araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 5197-5230.
- Meydan, C. H. (2015). *Kaynak bağımlılığı kuramı*. (3. Baskı), Editör: H. Cenk Sözen ve H. Nejat Basım, Örgüt Kuramları, İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Oke, A., Walumbwa, F. O. and Myers, A. (2012). Innovation strategy, human resource policy, and firms' revenue growth: The roles of environmental uncertainty and innovation performance. *Decision Sciences* 43(2), 273-302.
- Özkoç, A.G. ve Batman, O. (2012). Otel işletmelerinde uygulanan kaynak bağımlılığını yönetme stratejilerinin etkinliğinin ölçülmesi. *New World Sciences Academy*, 7(1), 19-31.
- Öztaş, N. (2015). *Örgüt ve yönetim kuramları*. (2. Baskı), İstanbul: Otorite Yayınları.
- Pfeffer, J. and Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York: Harper & Row Publishers.
- Pfeffer, J. (2005). *Developing resource dependence theory: How theory is affected by its environment*. (Editör: Ken G. Smith ve Michael A. Hitt). Great Minds in Management: The Process of Theory Development, Oxford: Oxford University Press, 436-459.
- Sarvan, F., Arıcı, E. D., Özen, J., Özdemir, B. ve İçigen, E. T. (2003). On stratejik yönetim okulu: Biçimleşme okulunun bütünleştirici çerçevesi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (6) 2003, 73-122.
- Sriviboon, C. (2020). The impact of strategic human resource on the innovation performance of Pharmacy companies in Thailand: Mediating role of innovation capabilities. *Sys Rev Pharm*, 11(1), 434-442.
- Thambar, P. J., Brown, D. A. and Sivabalan, P. (2019). Managing systemic uncertainty: The role of industry-level management controls and hybrids. *Accounting, Organizations and Society*, 77 (2019), 1-20.
- Thompson, J. D. (1967). *Organizations in action*. New York: McGraw-Hill.
- Tutar, H., ve Erdem, A. T. (2020). *Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uysal, Ş. (2015). Performans yönetimi sisteminin tanımı, tarihçesi, amaç ve temel unsurlarına genel bir bakış. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 5(2), 32-39.
- Üzüm, B. ve Uçkun, S. (2018). Performans değerlendirme yöntemleri üzerine nitel bir araştırma: Kocaeli ili örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 254-275.
- Waheed, A., Miao, X., Waheed, S., Ahmad, N. and Majeed, A. (2019). How new hrm practices, organizational innovation, and innovative climate affect the innovation performance in the IT industry: A moderated-mediation analysis. *Sustainability*, 11(3), 621-642.
- Wright, P. M. and McMahan, G. C. (1992). Theoretical perspectives for strategic human resource management. *Journal of Management*, 18, 295-320.
- Wright, P.M., Dunford, B.B. and Snell, S.A. (2001). Human resources and the resource based view of the firm. *Journal of Management*, 27(6): 701-721.
- Yavan, Ö. (2012). Stratejik insan kaynakları yönetimi ve firma performansı. *Akademik Bakış Dergisi*, 32, 1-20.
- Yavuz, A. ve İraz, R. (2019). Stratejik insan kaynakları yönetiminin işletmelerin yenilikçilik yeteneğine etkisi: Bir bankanın Konya şubelerinde örnek uygulama. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(41), 2222-2231.
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28.
- Zheng, S., Li, H. and Wu, X. (2013). Network resources and the innovation performance Evidence from Chinese manufacturing firms. *Management Decision*, 51(6), 1207-1224.

# BİST’de İşlem Gören Bilişim Sektörü Şirketlerinin Pandemi Öncesi ve Pandemi Dönemi Finansal Performanslarının Promethee Yöntemi İle Ölçülmesi

(Measuring the Pre-Pandemic and Pandemic Period Financial Performance of IT Sector Companies Traded in BIST with Promethee Method)

Öznur AKTAŞ<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Öğr.Gör., Kocaeli Üniversitesi-Gazanfer Bilge Meslek Yüksekokulu, oznur.aktas@kocaeli.edu.tr

## Öz

Bu çalışmanın amacı, pandemi döneminden olumlu etkilendiği düşünülen BİST Bilişim sektöründe yer alan şirketlerin finansal verileri kullanılarak PROMETHEE yöntemiyle bu şirketlerin 2019 ve 2020 yılı finansal başarı ölçümlerini yapmaktır. Performans değerlendirmede *Satışların Maliyeti / Hasılat*, *Esas Faaliyet Giderleri / Hasılat*, *Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler / Hasılat*, *Finansman Giderleri / Hasılat* olmak üzere 4 maliyet oranı ile *Esas Faaliyet Karı yada Zararı / Hasılat*, *Vergi Öncesi Kâr yada Zarar / Hasılat* ve *Dönem Kârı yada Zararı / Hasılat* olmak üzere 3 kârlılık oranı kriter olarak kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, 2019 ve 2020 yılındaki en başarılı 3 şirket sırasıyla ARDYZ, LİNK VE FONET; performans sıralamasında son iki şirket ise her iki yıl için de ARMDA ve NETAŞ olmuştur. 2019 yılında 15. sırada yer alan ALCTL şirketinin 2020 yılında büyük bir performans göstererek 5. sırada yer alması ise en dikkat çekici sonuç olmuştur. Ayrıca pandemi öncesine (2019) göre, pandemi dönemi (2020) tüm şirketlerin, tüm kârlılık oranlarının ortalamalarında büyük bir artış yaşandığı sonucuna da ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:**  
Performans Analizi,  
PROMETHEE,  
Bilişim Sektörü

**Makale türü:**  
Araştırma

## Abstract

The aim of this study is to make financial success measurements of these companies in 2019 and 2020 with the PROMETHEE method by using the financial data of the companies in the BIST IT Sector, which are thought to be positively affected by the pandemic period. In the performance evaluation, 4 cost ratios as *Cost of Sales / Revenue*, *Main Operating Expenses / Revenue*, *Other Expenses / Revenue from the Main Activities*, *Financing Expenses / Revenue* and 3 profitability ratios as *Principal Operating Profit or Loss / Revenue*, *Pre-Tax Profit or Loss / Revenue* and *Period Profit or Loss / Revenue* were used as criteria. As a result of the research, the 3 most successful companies in 2019 and 2020 were ARDYZ, LINK and FONET, respectively; The last two companies in the performance ranking were ARMDA and NETAŞ for both years. The most striking result is that ALCTL, which ranked 15th in 2019, showed a great performance and ranked 5th in 2020. It was also concluded that compared to the pre-pandemic (2019), all companies experienced a great increase in the average of all profitability rates during the pandemic period (2020).

**Keywords:**  
Performance  
Analysis,  
PROMETHEE,  
IT Industry

**Paper type:**  
Research

Başvuru/Received: 12.06.2022 | Kabul/Accepted: 06.09.2022 , iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %18

## Giriş

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte özellikle pandemi döneminin etkisiyle birçok insan internet ve dijital ortamlar aracılığıyla hemen hemen bütün işlerini bilgisayar veya akıllı telefonlar üzerinden yapmaya başlamışlardır. Bankacılık hizmetleri, sağlık hizmetleri, eğitim hizmetleri, e-ticaret, randevu hizmetleri, iletişim, tanıtım, alışveriş gibi birçok alanda hem çalışanlar hem de vatandaşlar işlerinin büyük bir kısmını zaman ve emekten tasarruf sağlayarak kolayca halledebilmektedir. Ayrıca Bilişim sektöründeki şirketlerin sunduğu dijital hizmetler ve ürünler ile hem kamu kurum ve kuruluşları hem de özel şirketler, işlerini zaman ve mekân sınırı olmadan kolaylıkla yapmakta ve yapılan işlemler daha kolay bir şekilde denetlenebilmektedir. Bundan dolayı da her geçen gün Bilişim sektörü daha da önem kazanmaya başlayan büyük bir sektördür.

Dijitalleşmiş günümüz dünyasında, bilgiye hızlı bir şekilde erişme, kolay iletişim kurma ve daha birçok amaçla internetin bağlı olduğu akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler ve televizyonlar gibi yüksek teknolojik ürünler daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (www.techopedia.com).

Teknolojinin her geçen gün büyük bir ivme ile ilerlemesi Bilişim sektörünün de her geçen gün küresel ölçekte büyüyüp gelişmesini sağlamaktadır. Bilişim Sektöründeki şirketlerin başarılarının değerlendirilmesi ve rakipleri ile kıyaslanabilmesi açısından finansal performanslarının ölçülmesi önem arz etmektedir. Başta işletme sahipleri olmak üzere, yatırımcılar, kredi veren kuruluşlar, çalışanlar, kamuoyu, rakip firmalar gibi birçok çıkar grupları şirketlerin finansal başarıları hakkında bilgiye ihtiyaç duymaktadır (Türkmen ve Çağıl, 2012).

Araştırmanın örneklemini BİST’de işlem gören Bilişim sektöründe yer alan toplam 19 şirket oluşturmaktadır. Bu şirketlere ait finansal veriler KAP (Kamuyu Aydınlatma Platformu)’dan alınarak PROMETHEE yöntemi ile şirketlerin performansları değerlendirilmiştir.

Literatür incelendiğinde, Bilişim sektöründe yer alan işletmelerin finansal performanslarını inceleyen çalışmalara ulaşılsa da pandemi öncesi ve pandemi dönemi başarı değerlendirmesi yapan başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan yapılan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada şirketlerin 2019 ve 2020 yılı maliyet ve kârlılık oranlarına ait ortalamalar hesaplanarak, 2019 ve 2020 finansal performans ölçümleri yapılmıştır.

Araştırmaya konu olan Bilişim sektöründe yer alan firmaların çalışma alanları ve yaptıkları işler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Bilişim Sektöründe Yer Alan Firmaların Çalışma Alanları

Şirketler	Faaliyet Alanları
ALCTL	Şirket, transmisyon cihazları, telefon santralleri gibi telekomünikasyon teçhizatı üretimini ve satışını yapmaktadır ( <a href="https://tr.wikipedia.org/wiki/Alcatel-Lucent">https://tr.wikipedia.org/wiki/Alcatel-Lucent</a> ).
ARDYZ	Şirketin faaliyet alanı, bilişim teknolojileri ve bu teknolojilerin altyapı yatırımlarıdır. Şirket, bilgisayar yazılım ve donanımları, telekomünikasyon, iletişim, bilişim ve sistem entegrasyonu alanlarında üretim, geliştirme, mühendislik, araştırma-geliştirme ve müşavirlik çalışmaları yapmaktadır. Ürettiği ve satışını yaptığı ürünlerin her türlü

	bakım, onarım, teknik destek, servis, montaj gibi hizmetlerini yerine getirir ve tüm bilişim teknolojisi ürünlerini geliştirme, üretme ve bu ürünlerin yurt içinde ve yurt dışında alım ve satımını yapmaktadır (KAP, 2020).
<b>ARENA</b>	Şirket, çok uluslu HP, Microsoft, Dell, Lenovo gibi pek çok büyük şirketin teknolojik ürünlerinin Türkiye'deki dağıtıcılığını yapmaktadır. Ayrıca ödeme işlemleri, finansal sorunların çözümüne ilişkin de faaliyetleri yürütmektedir ( <a href="https://www.haberler.com/ekonomi/arena-bilgisayar-kimdir-hangi-hizmetleri-sunar-13327982-haberi/">https://www.haberler.com/ekonomi/arena-bilgisayar-kimdir-hangi-hizmetleri-sunar-13327982-haberi/</a> ).
<b>ARMDA</b>	Şirket, bilişim teknolojileri sektöründe tümleşik iletişim, sunucu, ağ iletişim, veri güvenliği, yedekleme, depolama, sanallaştırma, iş sürekliliği, bulut bilişim teknolojileri, video konferans, IP PBX, ağ güvenliği, bilgisayar, mobil cihazlar gibi altyapı ürünlerin üretimini ve dağıtımını yapmaktadır ( <a href="https://elemanarayanfirmalar.net/armada-bilisim-teknolojileri-personel-aliyor/">https://elemanarayanfirmalar.net/armada-bilisim-teknolojileri-personel-aliyor/</a> ).
<b>DGATE</b>	Şirket, bilgisayar bilgi teknolojileri ve Telekom sektöründe faaliyet göstermekte, mobil telefon ve cihazlar, bilgisayarlar, aksesuarlar, GSM hatları gibi ürünlerin tedarikini yapmakta ve bu ürünlerin kendisine bağlı bayilere satışını gerçekleştirmektedir. Apple, Samsung, Huawei, Oppo, Casper, General Mobile, Realme, HTC, Homotech, Reeder, Vive, LG, JBL, Zyxel ve Xiaomi markalarına ait ürünlerin tedarik ve satışını yapmaktadır ( <a href="https://finanstaksi.com/datagate-bilgisayar-ne-is-yapar-kimin-dgate-hisse-nedir/">https://finanstaksi.com/datagate-bilgisayar-ne-is-yapar-kimin-dgate-hisse-nedir/</a> ).
<b>DESPC</b>	Şirket, Bilişim sektöründe faaliyet göstermekte olup, toner, mürekkep kartuş, yedekleme ürünleri, şerit, kâğıt ürünleri gibi bilgi teknolojileri tüketim malzemeleri, mobil ve iletişim teknoloji aksesuarları distribütörlüğü yapmaktadır.
<b>FONET</b>	Hastane Bilgi Yönetim Sistemi (HBYS), sistem entegrasyonu, danışmanlık ve anahtar teslim proje hizmetlerini yürüten ve esas faaliyet alanı sağlık bilişimi olan ve sektörün öncülerinden biri olan şirket, farklı bilişim projelerini de yürütmektedir.
<b>INDES</b>	Şirket, Bilişim sektöründe bilgisayarlar başta olmak üzere, bilgisayar yazıcıları, makine ve cihazlar gibi bilişim teknolojilerine dayanan ürünlerin ve bunların yedek parçalarının alım, satım ve montajını gerçekleştirmek ( <a href="https://www.fortuneturkey.com/indeks-bilgisayar-hem-urun-gamini-hem-is-modelinidegistiriyor#:~:text=%C4%B0ndeks%20Bilgisayar%20olarak%20faaliyetlerimizi%2C%20bili%C5%9Fim,bilgisayarlar%20ve%20ak%C4%B1l%C4%B1%20telefonlar%20olu%C5%9Fturuyor">https://www.fortuneturkey.com/indeks-bilgisayar-hem-urun-gamini-hem-is-modelinidegistiriyor#:~:text=%C4%B0ndeks%20Bilgisayar%20olarak%20faaliyetlerimizi%2C%20bili%C5%9Fim,bilgisayarlar%20ve%20ak%C4%B1l%C4%B1%20telefonlar%20olu%C5%9Fturuyor</a> ).
<b>KFEIN</b>	Başta Telekom olmak üzere, teknoloji, turizm, sigortacılık, bankacılık, perakende sektörlerinde bulunan müşterilerinin teknoloji yazılımı ve yönetimi ihtiyaçlarına yönelik çalışmaları yürüten şirket, büyük veri analizi, güvenlik ve mobil uygulamalar alanlarında da teknolojiler geliştiren TÜBİTAK ve uluslararası partnerleri ile sürekli Ar-Ge projeleri yürütmektedir ( <a href="https://www.gcmyatirim.com.tr/borsa/hisse/kfein-hisse-kafein-yazilim-hizmetleri-ticaret-a-s">https://www.gcmyatirim.com.tr/borsa/hisse/kfein-hisse-kafein-yazilim-hizmetleri-ticaret-a-s</a> ).
<b>KAREL</b>	Esas faaliyet alanı telekomünikasyon olan şirket, telekomünikasyon konusunda çeşitli kablolu ve kablosuz haberleşme sistemlerinin üretimini, bu ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda satışını yapmakta ve satış sonrası destek hizmetleri vermektedir (KAP, 2020).
<b>KRONT</b>	Ana faaliyet konusu Telekom olan şirket, internet servis, içerik ve erişim sağlayıcılığı ile ilgili her türlü hizmete ilişkin faaliyetleri yürütmektedir (KAP, 2020).
<b>LINK</b>	Şirket, firmaların üretim, finans, satış, pazarlama, stok yönetimi, satın alma, depo-mağaza yönetimi, bütçe planlama, cari hesap, muhasebe, insan kaynakları gibi Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) işlemlerinin entegre olarak gerçekleştirilmesini sağlayan yazılımlar geliştirmekte ve bunların satışını yapmaktadır ( <a href="https://anapara.com/link-bilgisayar-link-hisse-senedi/">https://anapara.com/link-bilgisayar-link-hisse-senedi/</a> ).
<b>LOGO</b>	Bilgisayara ilişkin her türlü donanımı içine işlenmiş yazılımların, uygulama yazılımlarının, veri tabanı verimlilik artıran yazılımların, işletim sistemi

	yazılımlarının, multimedya ( çoklu ortam ) yazılım ürününü vb. her türlü yazılımın üretimi ve geliştirilmesi, işlenmesi, çoğaltılması ve elektronik ve fiziki ortamlarda dağıtılması faaliyetlerini yürütmektedir (KAP, 2020).
<b>NETAS</b>	Şirket, kurumsal müşterilerine ve servis sağlayıcılara çoklu ortam ve ses hizmetlerini destekleyebilmeleri için kablolu ve kablosuz ağlar, kurumsal ağlar ve optik ağlarla donatılmış iletişim altyapısı hizmetlerini sunmakta ve ağ problemlerine ilişkin çözümler üretmektedir (KAP, 2020).
<b>PAPIL</b>	Şirket, ulusal ve uluslararası kamu kuruluşlarına ve özel ticari işletmelere bütünlük güvenlik sistemleri, mobil cihazlar, yüz tanıma, biyometrik iş istasyonları, sanal gerçekliğe yönelik platform cihazları ve iris tanıma cihazlarının üretimini, geliştirilmesini ve entegrasyon işlemlerini sağlamaktadır ( <a href="https://docplayer.biz.tr/198773969-Sermaye-piyasasi-kurulu-seri-ii-14-1-sayili-tebligine-istinaden-hazirlanmis.html">https://docplayer.biz.tr/198773969-Sermaye-piyasasi-kurulu-seri-ii-14-1-sayili-tebligine-istinaden-hazirlanmis.html</a> ).
<b>PKART</b>	Şirket, her türlü kimlik kartları ve plastik kartlar, kredi ve bankamatik kartları, telefon kartları, elektronik kartlar, sağlık ve sigorta kartları, otoyol ve köprü kartları, toplu taşımacılığa uygun kartlar ile bu kartlara benzer kartların üretimini ve pazarlamasını yapmaktadır ( <a href="https://www.dunya.com/finans/borsa/hisse/PKART/plastikkart-akilli-kart-iletisim-sistemleri-san-ve-tic-as">https://www.dunya.com/finans/borsa/hisse/PKART/plastikkart-akilli-kart-iletisim-sistemleri-san-ve-tic-as</a> ).
<b>SMART</b>	Esas faaliyet alanı yazılım olan şirket, ileri teknoloji bileşenleri kullanarak müşterilerine etkin iş çözümleri sunmakta, kişi ve kuruluşlara uzman kadrosu ile yazılım geliştirme ve danışmanlık etme faaliyetlerini yürütmektedir ( <a href="https://www.smartiks.com.tr/Haberler/DeloitteFast50.Sx">https://www.smartiks.com.tr/Haberler/DeloitteFast50.Sx</a> ).

## 1. Literatür Taraması

Behzadian vd. (2010), yaptıkları çalışmada, PROMETHEE yönteminin finans, üretim, çevre, lojistik, tıp, spor gibi birçok alanda kullanıldığı ve yaklaşık 100’den fazla uygulama alanı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Qu vd. (2011), yaptıkları çalışmada, Şangay Borsası’nda işlem gören 20 şirketin performans ölçümlerini PROMETHEE yöntemi kullanarak ölçmüşler ve PROMETHEE yöntemini yatırım kararı verme sürecinde etkili ve değer odaklı bir yöntem olduğunu belirtmişlerdir. Kosmidou ve Zopounidis (2008), 2003-2004 döneminde 30 Yunan bankasının performansını, rakiplerine kıyasla bir bankanın güçlü ve zayıf yönlerini ele alarak finansal kriterler kullanıp PROMETHEE yöntemi ile analiz etmişlerdir. Oberschmidt vd. (2010), teknolojik değişimin dinamiklerini hesaba katarak enerji tedarik teknolojilerinin performans değerlendirmesini yapmak için PROMETHEE yöntemini kullanmışlardır. Sarı (2020) ise, kamu, özel ve yabancı sermayeli Türk bankalarının finansal performanslarını TOPSİS ve PROMETHEE metotlarını kullanarak ölçmüş ve TOPSİS ile PROMETHEE metotlarının karşılaştırmasını yapmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ise her iki yöntemin de bankaların performanslarının ölçümünde etkili bir değerlendirme aracı olduğu ortaya konmuştur. Bülbül ve Köse (2016), 2010-2013 dönemine ait bilanço verilerini kullanarak Türk Sigorta Sektöründe faaliyette bulunan şirketlerin performanslarının ölçümünde PROMETHEE yöntemini kullanmışlar ve bu şirketlerin performanslarını karşılaştırılarak istikrarlı performans gösteren ve göstermeyen şirketlerin değerlendirmesini yapmışlardır. Ömürbek ve Eren (2016) gıda sektöründe faaliyette bulunan öncü şirketlerin, 2005-2014 yılları arasındaki performanslarının, bu şirketlerin finansal oranlarını kullanarak PROMETHEE, MOORA ve COPRAS yöntemleri ile ölçümünü yapmış ve yıllar bazında şirketlerin her



üç yönteme göre de performanslarını karşılaştırmıştır. Çalışkan ve Eren (2016), özel, kamu ve yabancı mevduat bankalarının 2010-2014 yılları arasındaki performanslarını PROMETHEE yöntemi ile ölçerek değerlendirmiş ve PROMETHEE yöntemiyle diğer performans ölçümü yapan yöntemlerin birbiriyle tutarlı olduklarını belirtmişlerdir. Çavdar ve Özçalık (2019), Borsa İstanbul Metal Eşya, Makine Endeksinde yer alan 2012-2016 yılları arası faaliyette bulunan işletmelerin performansları değerlendirmiş ve EVA analizi sonuçları ile PROMETHEE sonuçlarında farklılıklar olması nedeniyle, iki yöntemin çıktılarının farklı değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Korkmaz ve Öztel (2020), Bist Ana Metal Sanayindeki 17 firmanın 2014-2018 döneminin, bilanço ve gelir tablolarından elde ettiği temel finansal oranları ele alarak PROMETHEE yöntemi ile finansal performans ölçümünü yapmışlardır.

Türkmen ve Çağıl, (2012), Bilişim sektöründe yer alan firmaların finansal raporlarını kullanarak, bu işletmelerin finansal performanslarını, çeşitli kriterler kullanarak (*Cari Oran, Likidite Oranı, Alacak Devir Hızı, Toplam Varlık Devir Hızı, Kaldıraç Oran, Net Kar Marjı, Özsermaye Karlılığı ve Toplam Varlık Karlılığı*) TOPSİS yöntemi ile ölçümünü yapmış ve sektördeki şirketler arasında PKART şirketinin 2007-2010 döneminde en iyi performansı gösteren şirket olduğu; KAREL ve ARENA şirketlerinin ise istikrarlı bir performans sergiledikleri; ESCOM şirketinin ilk yıllarda düşük performansına rağmen son yıllarda finansal performansını artırdığı; LINK şirketinin ise 2007 yılında en düşük performansa sahipken 2008 yılında performansını yükselttiğini fakat ilerleyen yıllarda tekrar performansının düşüşe geçtiği; LOGO şirketinin ise 2007 yılında iyi bir performansa sahipken sonraki yıllarda performans sıralamasında en son sıralarda yer aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayçin ve Aşan (2018), F/K Oranı, PD/DD Oranı, Aktif Karlılığı (ROA), Satışların Karlılığı (ROS), Özsermaye Karlılığı (ROE), ve Piyasa Katma Değeri (MVA) kriterlerini kullanarak, BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin, Entropi ve TOPSİS yöntemlerinden yararlanarak ve Haziran 2018 dönemindeki finansal raporlarını kullanarak performanslarını değerlendirmiştir. Analiz sonucunda finansal performansı en yüksek 3 firma sırasıyla; LINK, LOGO ve KRONT olurken en başarısız son 3 firma ise sırasıyla; NETAS, ARMDA ve KAREL olmuştur. Yerdelan Kaygın (2020), BİST Bilişim sektöründeki şirketlerin 2015-2018 yılları arasındaki finansal performanslarını MULTIMOORA (Multi-Objective Optimization on the Basis of Ratio Analysis) yöntemi ile incelemiş, analiz sonucunda, yıllar itibarıyla en iyi performansa sahip olan şirketler LINK, KFEIN, LINK ve LINK; en düşük finansal performansa sahip şirketler ise KAREL, NETAS, ARENA ve KAREL şirketlerinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özkan (2021), performans değerlendirmesinde kullanılan temel kriterleri ele alarak (*Cari Oran, Nakit Oran, Alacak Devir Hızı, Satışların Maliyeti Artış Oranı, Piyasa Değeri/Defter Değeri, Aktif Kârlılık, Özsermaye Karlılığı, Net Satışların Artış Oranı*) Veri Zarflama Analizi yöntemi ile BİST Bilişim sektörü şirketlerinin 2019 etkinliklerini değerlendirmiş; 11 şirketin ( ARDYZ, ARENA, DGATE, DESPC, ESCOM, FONET, INDES, KAREL, KRONT, LOGO ve NETAS) etkin olduğunu, 7 şirketin (ALCTL, ARMDA, KFEIN, LINK, PAPIL, PKART ve SMART) ise etkin olmadığını bildirmiştir. Uygurtürk ve Yıldız (2021) ise, BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin 2014-2018 yıllarındaki finansal performansları ile etkinlikleri arasındaki ilişkiyi

belirlemek amacıyla öncelikle şirketlerin etkinliklerini VZA ile belirlemişler ve sonrasında söz konusu şirketlerin finansal performans ölçümlerini GİA Yöntemi ile analiz etmişlerdir. GİA sıralamasında 2014-2018 yılları arasında etkin şirket INDES olurken ESCOM şirketi 2014, 2015 ve 2017 yıllarında sıralamada ikinci sırada yer almıştır. Elde edilen bulgulara göre DESPC, DGATE, ESCOM, INDES, KRONT, LINK ve LOGO şirketlerinin etkin durumda oldukları sonucuna ulaşılmıştır. GİA yöntemi ile elde edilen sonuçlara göre 2014 yılında performans açısından sırasıyla INDES, ESCOM ve KRONT şirketleri ilk üç sırada yer alırken, 2016 yılında INDES ve ESKOM yine ilk ikide yer almış, PKART ise üçüncü sıraya yerleşmiştir. Yine INDES şirketi 2017 ve 2018 yıllarında birinci sırada yer almaktadır (Uygurtürk ve Yıldız, 2021).

## 2. Veri ve Yöntem

Çalışmada BİST’e kayıtlı Bilişim sektöründe faaliyette bulunan 17 şirketin 2019 ve 2020 yılı finansal verileri KAP (Kamuyu Aydınlatma Platformu)’dan alınarak belirlenen oranlar hesaplandıktan sonra Visual PROMETHEE programına veriler aktarılarak analiz edilmiştir. Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinden biri olan PROMETHEE yöntemi kullanılarak şirketlerin performansları değerlendirilmiş ve 2019 ve 2020 yılı için performans sıralaması yapılmış, şirketlerin 2019 ve 2020 yılındaki değişimi ortaya koyulmuştur.

### 2.1. PROMETHEE Yöntemi

PROMETHEE (The Preference Ranking Organization Method For Enrichment Evaluation) yöntemi, 1982 yılında Brans tarafından geliştirilen, 1985 yılında Vincke ve Brans tarafından genişletilmiş ve alternatifler üzerinde hem kısmi sıralama (PROMETHEE I) hem de tam sıralama (PROMETHEE II) yapan bir ÇKKV (Çok Kriterli Karar Verme) yöntemlerinden biridir (Behzadian vd., 2010). Basitlik, açıklık ve dengeli olma PROMETHEE yönteminin temel özelliğidir. Yöntemin temelini, birden fazla kritere ( $x_1, x_2, \dots, x_k$ ) dayalı olarak alternatifler ( $a_1, a_2, \dots, a_n$ ) içerisinde en uygun değerlendirme sonucunu belirlemek oluşturmaktadır.

En son geliştirilen ÇKKV yöntemlerinden biri olan PROMETHEE yönteminin en büyük avantajı, karar verme süreci içerisinde başlangıçta ağırlıklandırılan puanların araştırmacı tarafından istenildiğinde değiştirilebilmesidir. Bu yöntem özellikle karar verme, performans değerlendirme ve bir sıralama yapmada oldukça etkin sonuçlar vermekle birlikte, kullanımı kolay ve basittir (Kalender ve Aygün, 2019). Yöntemin diğer yöntemlerden ayırt edici noktası ise; her bir kriter için ayrı tercih fonksiyonları tanımlayabilmeye imkân vermesidir (Bağcı ve Rençber, 2014). PROMETHEE yönteminin dezavantajı ise kesin olmayan, dilsel olarak ifade edilen kriterler için kullanmaya elverişli değildir. PROMETHEE yöntemi 7 aşamadan oluşmaktadır ve bu aşamalar sırasıyla aşağıda açıklanmıştır (Şenkayas ve Hekimoğlu, 2013).

#### *PROMETHEE Yönteminin Aşamaları*

**Birinci Aşama:** Performans değerlendirmesi yapılacak alternatifler ve bu alternatiflerin karşılaştırılmasında kullanılacak kriterler belirlenir. Söz konusu

kriterlerin önem dereceleri birbirinden farklı olabilir bu nedenle her bir kriter için ağırlıklar verilerek bir karar matrisi oluşturulmaktadır (Çavdar ve Özçalık, 2019).

**İkinci Aşama:** Performans değerlendirmesinde kullanılacak kriterlerin iç ilişkileri ve yapısını belirlemek amacıyla karar verici tarafından bir tercih fonksiyonu belirlenir (Kalender ve Aygün, 2019). PROMETHEE yöntemi ikili karşılaştırmalarla karar noktalarının değerlendirme faktörlerine göre kıyaslamasını yaparken tercih fonksiyonlarından yararlanır (Şenkayas ve Hekimoğlu, 2013). Söz konusu tercih fonksiyonları aşağıda verilmiştir.

**Olağan Tip:** Bu tercih fonksiyonu, değerlendirmeci tarafından herhangi bir tercih yapılmak istenmediğinde yani eşitlik söz konusu olduğunda seçilen bir tercih fonksiyonudur.

**U Tipi:** İlgili değerlendirme faktörü açısından değerlendirmecinin kendi belirlediği bir değer üzerinde değere sahip karar noktalarını tercih etmek istediğinde bu tercih fonksiyonu kullanılır.

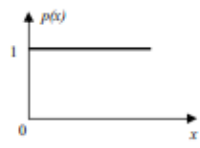
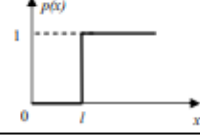
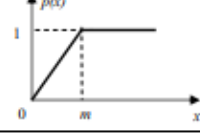
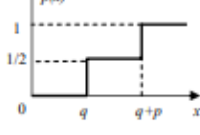
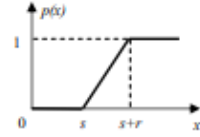
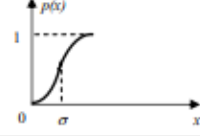
**V Tipi:** Bir değerlendirme faktörü açısından değerlendirmeci ortalamanın üstünde değere sahip karar noktalarından yana tercihinin kullanırken, bu değer altındaki değerleri de analiz dışı bırakmak istemiyorsa bu tercih fonksiyonundan yararlanır (Şenkayas ve Hekimoğlu, 2013).

**Seviyeli Tip:** Bir değerlendirmede değerlendirmeci kademeli değerlendirme seviyeleri belirlemek istiyorsa bu tercih fonksiyonundan yararlanır.

**Doğrusal Tip:** Bir değerlendirme faktörü açısından değerlendirmeci ortalamanın üstünde değere sahip olan karar noktalarını tercih etmek istiyorsa bu tercih fonksiyonundan yararlanır.

**Gaussian Tip:** ilgili değerlendirme faktörü açısından değerlendirmeci, değerlerinin ortalamadan sapma değerleri belirleyici olduğu durumlarda bu tercih fonksiyonundan yararlanır (Şenkayas ve Hekimoğlu, 2013).

Tablo 2: PROMETHEE Tercih Fonksiyonları

Tip	Parametreler	Fonksiyon	Grafik, $p(x)$
Birinci Tip (olağan)	-	$p(x) = \begin{cases} 0, & x \leq 0 \\ 1, & x > 0 \end{cases}$	
İkinci Tip (U-tipi)	$l$	$p(x) = \begin{cases} 0, & x \leq l \\ 1, & x > l \end{cases}$	
Üçüncü Tip (V-tipi)	$m$	$p(x) = \begin{cases} x/m, & x \leq m \\ 1, & x \geq m \end{cases}$	
Dördüncü Tip (Seviyeli)	$q, p$	$p(x) = \begin{cases} 0, & x \leq q \\ 1/2, & q < x \leq q+p \\ 1, & x > q+p \end{cases}$	
Beşinci Tip (Lineer)	$s, r$	$p(x) = \begin{cases} 0, & x \leq s \\ (x-s)/r, & s < x \leq s+r \\ 1, & x \geq s+r \end{cases}$	
Altıncı Tip (Gaussian)	$\sigma$	$p(x) = \begin{cases} 0, & x \leq 0 \\ 1 - e^{-x^2/2\sigma^2}, & x \geq 0 \end{cases}$	

**Üçüncü Aşama:** Seçilen tercih fonksiyonu dikkate alınarak karar noktalarının ikili karşılaştırmaları yapılır ve bütün alternatif çiftleri için ortak tercih fonksiyonları belirlenir.

**Dördüncü Aşama:** Tercih indekslerinin belirlenmesi amacıyla ortak tercih fonksiyonlarından hareket edilerek her alternatif çifti için tercih indeksleri belirlenir.

**Beşinci Aşama:** Oluşturulan tercih fonksiyonları kullanılarak her bir alternatif için pozitif ( $\Phi+$ ) ve negatif ( $\Phi-$ ) üstünlükler belirlenir.

**Altıncı Aşama:** Alternatifler için PROMETHEE I ile kısmi sıralama yapılır ve alternatiflerin birbiri karşısında pozitif üstünlükleri ile negatif üstünlükleri gösterilir.

**Yedinci Aşama:** PROMETHEE II ile belirlenen alternatiflerin net üstünlük değerlerine göre aynı düzlem üstünde büyükten küçüğe doğru sıralanarak net sıralamalar yapılır. Yani değerler büyükten küçüğe doğru sıralanır (Şenkayas ve Hekimoğlu, 2013).

### 3. Uygulama Ve Bulgular

Bu çalışmada BİST’e kayıtlı toplam 19 Bilişim şirketinin 2019 ve 2020 finansal tabloları KAP’dan alınarak analizi yapılmıştır. Bu şirketlerden (MTRKS) Matriks Bilgi Dağıtım Hizmetleri A.Ş.’nin finansal tablolarına ulaşamadığından, (ESCOM) Escort Teknoloji Yatırım A.Ş.’nin ise finansal tablolarında satışların maliyeti kalemi

gösterilmediğinden bu şirketler analize dahil edilmemiştir. Analize dahil edilen toplam 17 şirketin listesi ve BİST kodu Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Şirket Unvanları ve BİST Kodları

SIRA NO	BİST KODU	ŞİRKET ÜNVANI
1	<b>ALCTL</b>	Alcatel Lucent Teletaş Telekomünikasyon A.Ş.
2	<b>ARDYZ</b>	Ard Grup Bilişim Teknolojileri A.Ş.
3	<b>ARENA</b>	Arena Bilgisayar Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
4	<b>ARMDA</b>	Armada Bilgisayar Sistemleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
5	<b>DGATE</b>	Datagate Bilgisayar Malzemeleri Ticaret A.Ş.
6	<b>ESCOM</b>	Escort Teknoloji Yatırım A.Ş.
7	<b>FONET</b>	Fonet Bilgi Teknolojileri A.Ş.
8	<b>INDES</b>	İndeks Bilgisayar Sistemleri Mühendislik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
9	<b>KFEIN</b>	Kafein Yazılım Hizmetleri Ticaret A.Ş.
10	<b>KAREL</b>	Karel Elektronik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
11	<b>KRONT</b>	Kron Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.
12	<b>LINK</b>	Link Bilgisayar Sistemleri Yazılımı Ve Donanımı Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
13	<b>LOGO</b>	Logo Yazılım Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
14	<b>NETAS</b>	Netaş Telekomünikasyon A.Ş.
15	<b>PAPIL</b>	Papilon Savunma-Güvenlik Sistemleri Bilişim Mühendislik Hiz. İthalat İhracat San. Ve Tic. A.Ş.
16	<b>PKART</b>	Plastikkart Akıllı Kart İletişim Sistemleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
17	<b>SMART</b>	Smartiks Yazılım A.Ş.

Bu çalışmada şirketlerin performanslarını ölçmede 4 maliyet oranı ve 3 kârlılık oranı kullanılmıştır. Kullanılan kriterler, bu kriterlere verilen kısa adlar ve kriterlere verilen ağırlıklar Tablo 4'te gösterilmiştir. Söz konusu kriterler ve kriter ağırlıkları, Yıldırım vd.'nin 2019'da Ana Metal Sanayi sektöründeki bir şirketin TOPSİS yöntemi kullanılarak performans ölçümünü yaptıkları çalışmadan alınmıştır.

Maliyet ve kârlılık oranlarının başarısını test etmek için, BİST'de işlem gören Bilişim sektörü şirketlerinin 2019 ve 2020 yılına ait maliyet ve kârlılık oranları PROMETHEE yöntemiyle analiz edilmiştir. Söz konusu analiz ve bu analizden elde edilen bulgular sırasıyla aşağıda verilmiştir.

### 3.1. Karar Matrisinin Oluşturulması

Bu aşamada iki başlık altında toplam yedi finansal oran karar kriteri olarak kabul edilmiştir. Bu uygulamada, işletmenin maliyetlerini temsil eden karar değişkenlerinin minimizasyonu, işletmenin kârlılığını temsil eden karar değişkenlerinin ise maksimizasyonu hedeflenmiş olup bu hedeflere ilişkin bilgiler Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Değerlendirme Kriterleri (Finansal Oranlar) ve Kriter Ağırlıkları

Kriterler	Kısa Adları	Hedeflenen Değer	Kriter Ağırlığı
<b>Maliyet Oranları</b>			
Satışların Maliyeti / Hasılat	M1	Minimum	% 12,50
Esas Faaliyet Giderleri / Hasılat	M2	Minimum	% 12,50
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler / Hasılat	M3	Minimum	% 12,50
Finansman Giderleri / Hasılat	M4	Minimum	% 12,50
<b>Kârlılık Oranları</b>			
Esas Faaliyet Karı yada Zararı / Hasılat	K1	Maksimum	% 16,66
Vergi Öncesi Kâr yada Zarar / Hasılat	K2	Maksimum	% 16,66
Dönem Kârı yada Zararı / Hasılat	K3	Maksimum	% 16,66
<b>Toplam</b>			<b>% 100</b>

PROMETHEE yönteminde, öncelikle alternatif şirketlerin ve karar kriterlerinin belirlenmesi gerekmekte ve sonrasında karar matrisinin oluşturulması aşamasına geçilmektedir. Firmalara ait veriler Microsoft Excel programına aktarılarak her firmanın maliyet ve kârlılık oranları ayrı ayrı hesaplanarak karar matrisi oluşturulmuştur.

Tablo 5’te BİST’de işlem gören Bilişim sektörü şirketlerinin 2019 yılına ait maliyet ve kârlılık oranları, Tablo 6’da ise 2020 yılına ait maliyet ve kârlılık oranları gösterilmiştir.

Tablo 5. 2019 Yılı İçin Maliyet ve Kârlılık Oranları (Karar Matrisi)

Alternatifler	M1	M2	M3	M4	K1	K2	K3
<u>ALCTL</u>	0,8972	0,0641	0,0344	0,0153	0,0164	0,0019	0,0397
<u>ARDYZ</u>	0,4076	0,0817	0,0681	0,0310	0,4947	0,4644	0,4653
<u>ARENA</u>	0,9461	0,0021	0,0021	0,0136	0,0227	0,0114	0,0098
<u>ARMDA</u>	0,9679	0,0269	0,0104	0,0215	0,0218	0,0121	0,0065
<u>DGATE</u>	0,9412	0,0248	0,0218	0,0058	0,0397	0,0449	0,0349
<u>DESPC</u>	0,9117	0,0383	0,0480	0,0139	0,0686	0,0569	0,0444
<u>FONET</u>	0,6094	0,1333	0,0119	0,0109	0,3289	0,3299	0,2984
<u>INDES</u>	0,9495	0,0200	0,0277	0,0183	0,0341	0,0278	0,0216
<u>KFEIN</u>	0,6503	0,0849	0,0174	0,0268	0,1815	0,1843	0,1807
<u>KAREL</u>	0,7272	0,0773	0,0161	0,0883	0,2120	0,1673	0,1408
<u>KRONT</u>	0,2202	0,6593	0,0720	0,0388	0,1897	0,1754	0,1990
<u>LINK</u>	0,1510	0,5280	0,0093	0,0927	0,3276	0,5337	0,4751
<u>LOGO</u>	0,1777	0,6037	0,0136	0,0306	0,2192	0,2168	0,2044
<u>NETAS</u>	0,8795	0,1448	0,0335	0,1426	-0,0466	-0,1343	-0,1121
<u>PAPIL</u>	0,4494	0,4568	0,0246	0,3999	0,1002	0,5456	0,4794
<u>PKART</u>	0,9399	0,0340	0,0500	0,0052	0,0501	0,0449	0,0349
<u>SMART</u>	0,2951	0,3827	0,0753	0,0787	0,3318	0,2863	0,2886

Tablo 6. Şirketlere Ait 2020 Yılı Maliyet ve Kârlılık Oranları

Alternatifler	M1	M2	M3	M4	K1	K2	K3
<u>ALCTL</u>	0,8642	0,0481	0,0626	0,0003	0,6985	0,0353	0,0179
<u>ARDYZ</u>	0,2975	0,1697	0,0235	0,0160	0,5349	0,5272	0,5245
<u>ARENA</u>	0,9519	0,0185	0,0042	0,0142	0,0330	0,0204	0,0127
<u>ARMDA</u>	0,9591	0,0310	0,0213	0,0170	0,0166	0,0125	0,0052
<u>DGATE</u>	0,9547	0,0185	0,0196	0,0087	0,0325	0,0293	0,0224
<u>DESPC</u>	0,9445	0,0215	0,0321	0,0206	0,0504	0,0400	0,0308
<u>FONET</u>	0,5026	0,1166	0,0029	0,0086	0,4412	0,4376	0,4273
<u>INDES</u>	0,9624	0,0123	0,0196	0,0208	0,0337	0,0220	0,0162
<u>KFEIN</u>	0,7166	0,6503	0,0259	0,0205	0,0914	0,2104	0,1942
<u>KAREL</u>	0,7660	0,0639	0,0209	0,1631	0,1850	0,1352	0,1274
<u>KRONT</u>	0,1767	0,8307	0,0570	0,1155	0,2717	0,2142	0,1985
<u>LINK</u>	0,1601	0,4508	0,0073	0,1205	0,3933	0,7436	0,6183
<u>LOGO</u>	0,1827	0,6084	0,0264	0,0378	0,1936	0,2166	0,2088
<u>NETAS</u>	0,8979	0,1025	0,0325	0,0666	-0,0178	-0,0398	-0,0409
<u>PAPIL</u>	0,8275	0,2960	0,0236	0,1569	0,4311	0,3978	0,3531
<u>PKART</u>	0,8951	0,0402	0,0340	0,0017	0,0929	0,0912	0,0703
<u>SMART</u>	0,3411	0,5636	0,1007	0,0399	0,1073	0,0855	0,1375

### 3.2. Tercih Fonksiyonunun Belirlenmesi

PROMETHEE yöntemi ikili karşılaştırmalarla karar noktalarının değerlendirme faktörlerine göre kıyaslamasını yaparken tercih fonksiyonlarından yararlanır. Karar verici tercihinin, bir değerlendirme faktörü açısından ortalamanın üstünde değere sahip karar noktalarından yana kullanıp aynı zamanda da bu ortalamanın altında kalan değerleri de ihmal etmeden bir değerlendirme yapmak istiyorsa, Üçüncü Tip (V tipi) tercih fonksiyonundan yararlanmalıdır (Şankayas ve Hekimoğlu, 2013). Bu nedenle bu çalışmada V-Tipi tercih fonksiyonu tercih edilmiştir.

### 3.3. PROMETHEE Flow Table

Alternatifler (şirketler), performans değerlendirme kriterleri ve kriter ağırlık değerleri Decision Lab 2000 programına aktarılmış, maliyet 1, maliyet 2, maliyet 3 ve maliyet 4 kriterine minimum; kârlılık 1, kârlılık 2 ve kârlılık 3 kriteri için ise maksimum seçeneği belirlenerek pozitif ve negatif üstünlükler hesaplanmıştır. Pozitif değer ilgili alternatifin diğer alternatifler karşısında ne kadar baskın olduğunu; negatif değerler ise, diğer alternatifler karşısında ilgili alternatifin ne kadar zayıf olduğunu göstermektedir (Kalender ve Aygün, 2019).

2019 yılı için şirketlere ait pozitif, negatif ve net üstünlük değerleri visual PROMETHEE ekran görüntüsü Şekil 1’de; 2020 yılı için şirketlere ait pozitif, negatif ve net üstünlük değerleri visual PROMETHEE ekran görüntüsü ise Şekil 2’de verilmiştir.

Rank	action	Phi	Phi+	Phi-
1	ARDYZ	0,1062	0,1147	0,0085
2	LINK	0,0858	0,1130	0,0272
3	FONET	0,0530	0,0707	0,0177
4	SMART	0,0443	0,0739	0,0296
5	PAPIL	0,0306	0,0839	0,0533
6	LOGO	0,0211	0,0629	0,0418
7	KFEIN	0,0157	0,0436	0,0279
8	KAREL	0,0047	0,0389	0,0342
9	KRONT	0,0035	0,0544	0,0509
10	DESPC	-0,0332	0,0204	0,0535
11	DGATE	-0,0364	0,0198	0,0562
12	PKART	-0,0379	0,0190	0,0569
13	INDES	-0,0411	0,0183	0,0594
14	ARENA	-0,0412	0,0201	0,0613
15	ALCTL	-0,0430	0,0169	0,0598
16	ARMDA	-0,0456	0,0176	0,0632
17	NETAS	-0,0867	0,0106	0,0972

Şekil 1. 2019 Yılı İçin PROMETHEE Flow Table Ekran Resmi

Rank	action	Phi	Phi+	Phi-
1	ARDYZ	0,1211	0,1302	0,0091
2	LINK	0,1207	0,1460	0,0253
3	FONET	0,0879	0,1014	0,0135
4	PAPIL	0,0321	0,0707	0,0386
5	ALCTL	0,0156	0,0625	0,0469
6	LOGO	0,0123	0,0603	0,0480
7	KRONT	-0,0035	0,0615	0,0650
8	SMART	-0,0124	0,0460	0,0584
9	KAREL	-0,0137	0,0342	0,0479
10	PKART	-0,0280	0,0251	0,0531
11	KFEIN	-0,0358	0,0291	0,0649
12	DGATE	-0,0414	0,0204	0,0618
13	DESPC	-0,0429	0,0195	0,0625
14	ARENA	-0,0459	0,0199	0,0657
15	INDES	-0,0471	0,0191	0,0662
16	ARMDA	-0,0513	0,0177	0,0690
17	NETAS	-0,0677	0,0139	0,0816

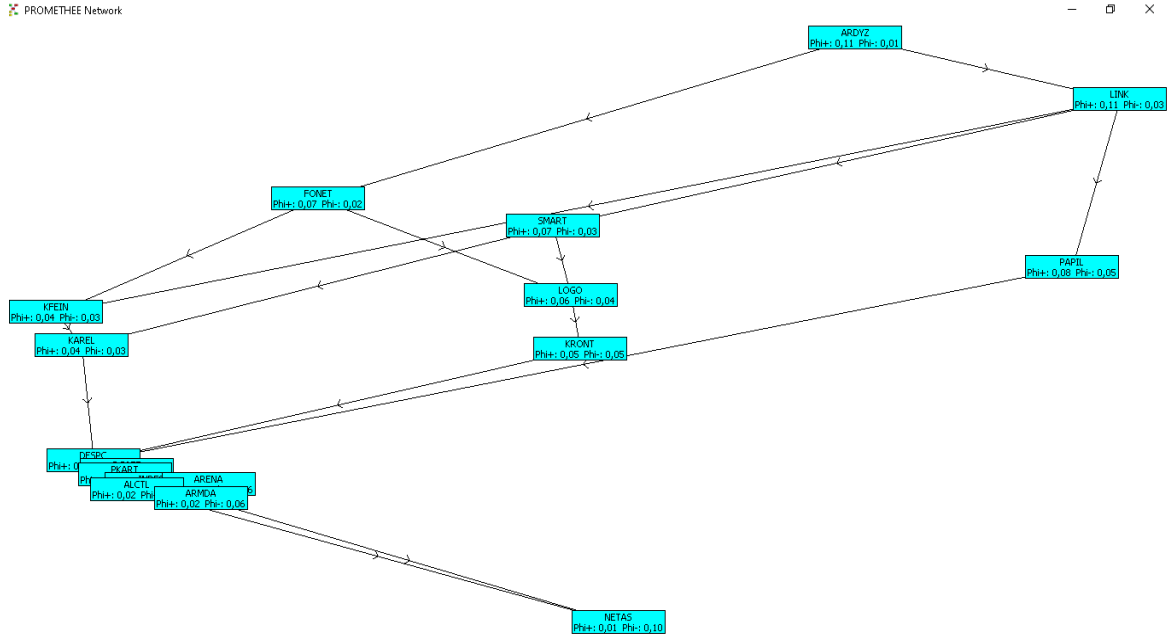
Şekil 2. 2020 Yılı İçin PROMETHEE Flow Table Ekran Resmi

Şekil 1 ve Şekil 2’de görüldüğü üzere alternatiflerin PROMETHEE II Complete Ranking sonuçlarında pozitif üstünlüklerden negatif üstünlüklerin çıkarılmasıyla pozitif üstünlükler elde edilmiştir (VPSolutions, 2013; Güney, 2017). 2019 ve 2020 yılında pozitif üstünlüğe sahip olan ilk üç şirket sırasıyla ARDYZ, LİNK ve FONET olmuştur.

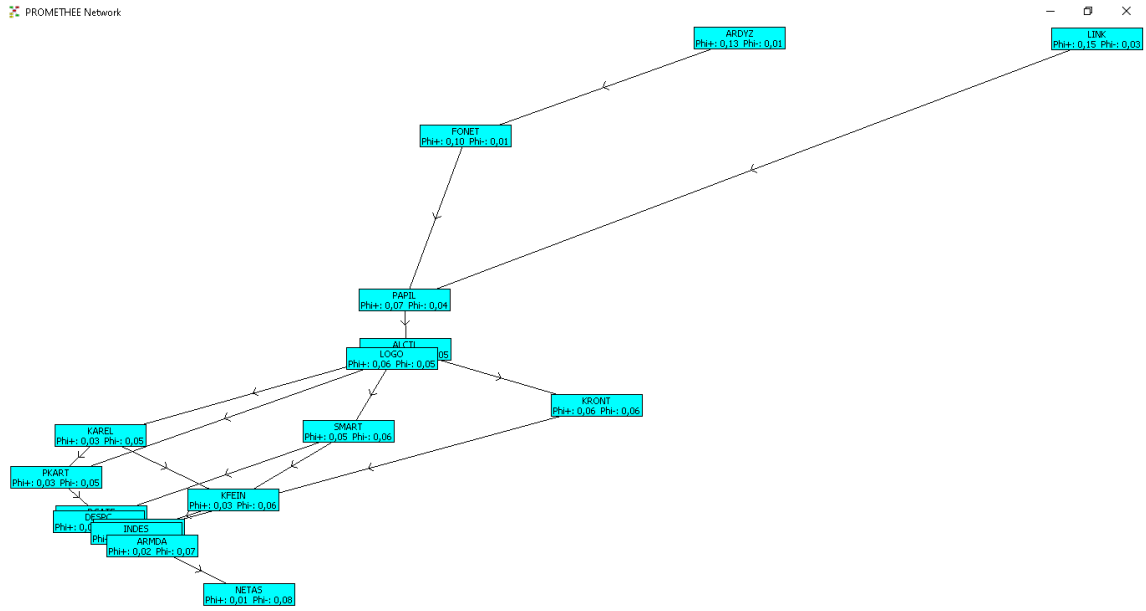
### 3.4. PROMETHEE Network

PROMETHEE Network, her alternatifin bir düğüm olarak temsil edildiği ve tercihlerin oklarla gösterildiği bir ağı ve alternatiflerin birbirine yakınlıklarını göstermektedir (VPSolutions, 2013; Güney, 2017). Şekil 3, 2019 yılının; Şekil 4 ise 2020 yılının PROMETHEE Network ekran görüntüsü göstermektedir.





Şekil 3. 2019 Yılı İçin PROMETHEE Network Ekran Görüntüsü



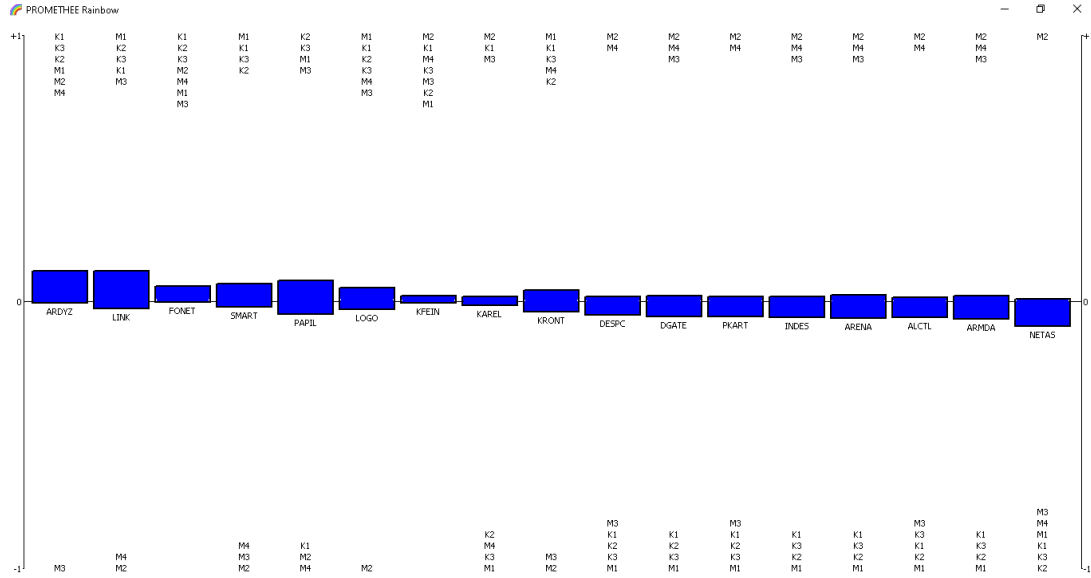
Şekil 4. 2020 Yılı İçin PROMETHEE Network Ekran Görüntüsü

Her iki yıl için de ARDYZ, LİNK ve FONET diğer alternatiflere göre tercih edilecek alternatiflerdir. Birbirine yakın duran alternatifler ise birbirine benzemektedir.

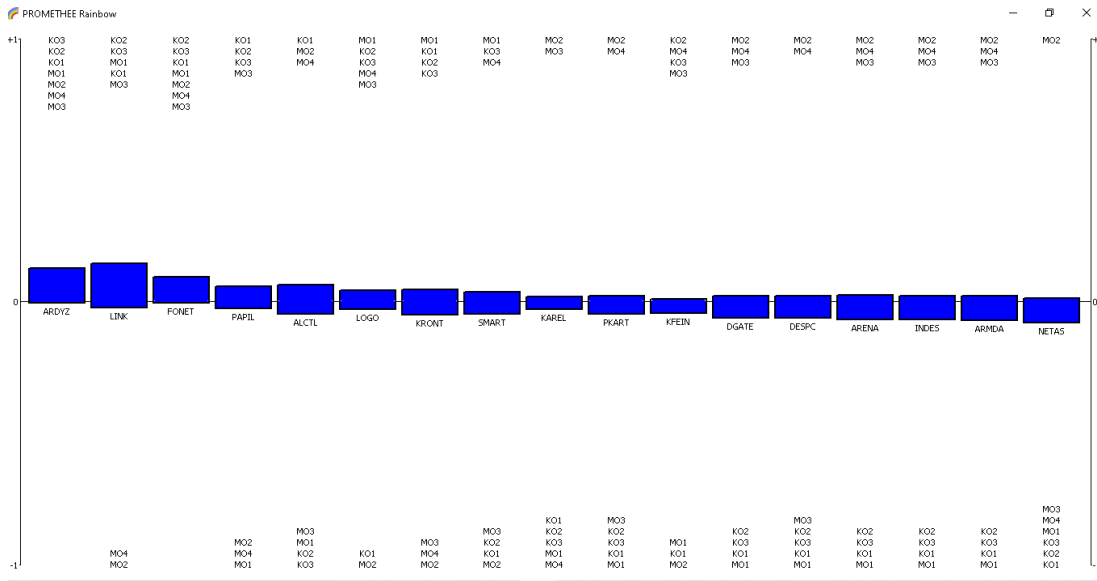
### 3.5. PROMETHEE Rainbow

PROMETHEE Rainbow'da her çubuk bir alternatifi temsil etmektedir ve kriterlere göre çubukların rengi boyanmaktadır. PROMETHEE Rainbow, pozitif (yukarı) dilimlerin iyi özelliklere karşılık geldiği, negatif (aşağı) dilimlerin zayıflıklara karşılık geldiği, her bir kriterle ilgili her bir alternatifin saf akışını göstermektedir. Bu şekilde pozitif ve negatif dilimler arasındaki denge Phi puanına eşittir. Alternatifler,

PROMETHEE II tam sıralamasına göre soldan sağa sıralanır (Alimohammadlou ve Bonyani, 2018).



Şekil 5. 2019 Yılı İçin PROMETHEE Rainbow Ekran Görüntüsü



Şekil 6. 2020 Yılı İçin PROMETHEE Rainbow Ekran Görüntüsü

Şekil 5 ve Şekil 6’da 2019 ve 2020 yılı için şirketler, en güçlüden en güçsüze doğru soldan sağa doğru sıralanmaktadır. PROMETHEE Rainbow grafiğine göre sırasıyla ARDYZ, LINK ve FONET şirketleri her iki yılda da diğer şirketlere göre performans anlamında daha güçlü konumdadır.

### 3.6. Yıllara Göre Kriterlerin Genel Ortalamaları

Bilişim sektöründeki 17 şirketin performans ölçümleri yapıldıktan sonra Visual PROMETHEE Programı ile tüm şirketlerin her oran için ortalaması alınmış ve 2019 ile 2020 yılı maliyet ve kârlılık oranlarındaki ortalama değişimler incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Şirketlerin 2019 ve 2020 Yılı Ortalamaları

	MO1	MO2	MO3	MO4	KO1	KO2	KO3
2019	0,6542	0,1978	0,0315	0,0608	0,1525	0,1747	0,1654
2020	0,6698	0,2382	0,0304	0,0486	0,2116	0,1879	0,1816

Toplam 17 şirketin yıl bazındaki ortalamalarına baktığımızda 3 kârlılık oranının da (KO1-KO2-KO3) 2020 yılında arttığını; maliyet oranlarına baktığımızda da MO3 ve MO4'te düşüş yaşandığını; MO1 ve MO2 oranlarının ise 2020 yılında arttığını görmekteyiz.

#### 4. Sonuç ve Değerlendirme

Her sektörde olduğu gibi Bilişim sektöründeki şirketlerin oluşturacağı stratejiler ve planlamalara yol göstermede, çeşitli kararların alınmasında ve sektördeki rakiplerle aralarındaki finansal başarı açısından değerlendirme yapmada sıklıkla finansal performans analizlerinden yararlanılmaktadır. Ayrıca işletme sahipleri kadar diğer birçok çıkar grupları (yatırımcılar, rakipler, işgörenler vb.) da bu bilgilerden faydalanmaktadır.

Pandemi döneminde uzaktan çalışma, uzaktan eğitim gibi uygulamalar, dijital platformlardaki faaliyet ve etkinliklerini daha çok arttırmaya başlamıştır. Bu durum Bilişim sektöründeki şirketlerin iş hacminde ve satışlarında artışların kaçınılmaz olduğunu ortaya koymuştur. Uzaktan çalışan ve uzaktan eğitim hizmeti alan hemen hemen her birey için bilgisayar, tablet, telefon gibi araçlar ile internet bağlantısı mecburi bir gereklilik olmuştur. Ayrıca pandemi döneminde dijital platformlar üzerinden faaliyetlerini devam ettiren birçok işletme, teknolojik altyapı, çeşitli yazılım, donanım ve uygulamalara daha çok ihtiyaç duymuştur.

BİST'de işlem gören Bilişim sektöründe yer alan şirketlerin 2019 ve 2020 yılı finansal verileri çok kriterli karar verme metotları arasında yer alan PROMETHEE yöntemi kullanılarak şirketlerin pandemi öncesi ve pandemi dönemi performanslarının karşılaştırması yapılmıştır. Yapılan inceleme sonucunda, hem 2019 yılı hem de 2020 yılındaki en başarılı 3 şirket sırasıyla ARDYZ, LİNK VE FONET; performans sıralamasında son iki şirket ise her iki yıl için de ARMDA ve NETAŞ olmuştur. Ayçin ve Aşan (2018)'in yaptığı çalışmada da LİNK performans sıralamasında birinci, ARMDA ve NETAŞ ise performans sıralamasında son üçte yer almaktadır. 2020 yılında bir önceki yıla göre performans sıralamasında ilerleme sağlayan şirketler, PAPİL, KRONT, PKART, ALCTL şirketleri olurken, performans sıralamasında bir önceki yıla göre rakipleri karşısında gerileyen şirketler ise SMART, KFEİN, KAREL, DESPC, DGATE ve İNDES şirketleri olmuştur. Aslında genel olarak şirketler, 2019 yılına göre 2020 yılında finansal performanslarını attırmıştır. Fakat bazı şirketler diğerlerine oranla daha çok performans artışı sağlayarak, performans sıralamasındaki yerini değiştirmiştir. En dikkat çekici sonuç ise, 2019 yılında 15. sırada yer alan ALCTL şirketinin 2020 yılında büyük bir performans göstererek 5. sırada yer alması olmuştur. Bu büyük sıçrayışın nedeni ile 2019 ve 2020 yılında performans sıralamasında sonda yer alan ARMDA ve NETAŞ şirketinin diğer şirketlere kıyasla düşük performansla devam etmelerinin nedeni araştırılacak bir diğer konudur.

Şirketlerin sadece kârlılık oranları dikkate alındığında 2019 yılına göre 2020 yılında tüm kârlılık oranlarında büyük bir artış yaşandığı sonucuna da ulaşılmıştır. Bu durumun, pandemi döneminde bu şirketlerin ürün ve hizmetlerine olan talebin yoğun olduğundan kaynaklandığı düşünülmektedir. Performans sıralamasını değerlendirirken dikkate alacağımız diğer bir husus ise; Bilişim sektörü şirketlerinin faaliyet alanlarının ve büyüklüklerinin farklılık arz etmesidir. Bilişim sektörü firmalarının performans analizlerini yapan çalışmaların sonuçlarında farklılıklar olmasının temel nedeni ise araştırmacıların kullanmış olduğu kriter ve yöntemlerdeki farklılıklardan kaynaklandığı; performans değerlendirmesinin birçok yöntemle birlikte kullanılmasının daha faydalı olacağı düşünülmektedir.

### **Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Etik Beyanı ve Finansal Destek**

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Çalışmada Etik Kurul Raporu aranmamaktadır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

### **Kaynaklar**

- Alimohammadlou, M., & Bonyani, A. (2018). A comparative analysis of dynamic and cross-sectional approaches for financial performance analysis. *American Journal of Finance and Accounting*, 5 (3), 253-275.
- Ayçin, E., & Aşan, H. (2018). BİST’te İşlem Gören Bilişim Sektöründeki Firmaların Finansal Performanslarının Entropi ve Topsis Yöntemleri İle Değerlendirilmesi. *İzmir Uluslararası İktisadi İdari Bilimler Kongresi IZCEAS-18*, 1-20.
- Bağcı, H. & Rençber, Ö.F. (2014). Kamu Bankaları ve Halka Açık Özel Bankaların PROMETHEE Yöntemi ile Kârlılıklarının Analizi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 39-47.
- Behzadian, M., Kazemzadeh, R. B., Albadvi, A. & Aghdasi, M., (2010). PROMETHEE: A Comprehensive Literature Review on Methodologies and Applications. *European journal of Operational research*, 200 (1), 198-215.
- Bülbül, S. & Köse, A. (2016). Türk Sigorta Sektörünün PROMETHEE Yöntemi İle Finansal Performans Analizi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 38 (1), 187-210.
- Çalışkan, E. & Eren, T. (2016). Bankaların Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Ordu Üniversitesi Bil. Tek. Dergisi*, 6(2), 85-107.
- Çavdar H. & Özçalık, S.G. (2019), İşletme Performanslarının Karşılaştırılması: BİST’te PROMETHEE Yöntemiyle Bir Uygulama. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F, Yönetim Ve Ekonomi*, 26 (3), 815-832.
- Güney, C. (2017). Visual PROMETHEE ile yatırımcılar açısından sektörlerin değerlendirilmesi. *TURAN-SAM*, 9 (34), 177-187.
- Kalender, F. Y. & Aygün, F. (2019). PROMETHEE sıralama yöntemi ile yatırım projesi değerlendirme ve üretim sektöründe uygulanması. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 183-208.
- KAP (2020). Kamu Aydınlatma Platformu. <https://www.kap.org.tr/tr/>, (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- Kosmidou, K. & Zopounidis, C. (2008). Measurement of bank performance in Greece. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 1(1), 79-95.

- Korkmaz, K. & Öztel, A . (2020). Bist Ana Metal Sanayi Endeksinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performanslarının Entropi Tabanlı PROMETHEE Yöntemiyle Ölçülmesi: 2014-2018 DÖNEMİ. *Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 5 (2), 57-85.
- Oberschmidt, J., Geldermann, J., Ludwig, J., & Schmehl, M. (2010). Modified PROMETHEE approach for assessing energy technologies. *international Journal of energy sector management*, 4 (2), (183-212).
- Ömürbek, N. & Eren, H. (2016). PROMETHEE, Moora Ve Copras Yöntemleri İle Oran Analizi Sonuçlarının Değerlendirilmesi: Bir Uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 174-187.
- Özkan, T. (2021). Borsa İstanbul Bilişim Sektöründe İşlem Gören İşletmelerin Etkinliklerinin Değerlendirilmesi. *Maliye ve Finans Yazıları, Özel Sayı (2)*, 253-268.
- Qu, S., Li, H., & Guo, X. (2011). Application Of Interval-Promethee Method For Decision Making In Investing. *ORSC & APORC*, 314-321.
- Sarı, T. (2020). Banka Performans Ölçümünde Topsis Ve PROMETHEE Yöntemlerinin Karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (1), 99-117.
- Şenkayas, H. & Hekimoğlu, H. (2013). Çok Kriterli Tedarikçi Seçimi Problemine PROMETHEE Yöntemi Uygulaması, *Verimlilik Dergisi*, (2), 63-80.
- Türkmen, S. & Çağıl, G. (2012). İmkb'ye Kote Bilişim Sektörü Şirketlerinin Finansal Performanslarının Topsis Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1 (95), 59-78.
- Uygurtürk, H. & Yıldız, İ. (2021). İşletmelerin Etkinlikleri İle Finansal Performansları Arasındaki İlişki: Bilişim Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 1(1), 3-15.
- VPSolutions, (2013). Visual PROMETHEE, <http://www.PROMETHEE-gaia.net/files/VPManual.pdf> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- Yerdelen Kaygın, C. (2020). Bist Bilişim Sektöründe İşlem Gören Şirketlerin Finansal Performanslarının Multimoora Yöntemleri İle Ölçümü. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22 (3), 529-546.
- Yıldırım, M., Karakaya, Ö. & Altan, İ. (2019). TOPSIS Yönteminde Maliyet ve Kârlılık Oranlarının Kullanılmasıyla Finansal Performansın Ölçümü: Ana Metal Sanayi Sektöründen Bir Şirket Örneği. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(3), 170-181.
- <https://www.techopedia.com> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Alcatel-Lucent> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://www.haberler.com/ekonomi/arena-bilgisayar-kimdir-hangi-hizmetleri-sunar-13327982-haberi/> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://elemanarayanfirmalar.net/armada-bilisim-teknolojileri-personel-aliyor/> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://finanstaksi.com/datagate-bilgisayar-ne-is-yapar-kimin-dgate-hisse-nedir/> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://www.fortuneturkey.com/indeks-bilgisayar-hem-urun-gamini-hem-is-modelinidegistiriyor#:~:text=%C4%B0ndeks%20Bilgisayar%20olarak%20faaliyetlerimizi%2C%20bili%C5%9Fim,bilgisayarlar%20ve%20ak%C4%B1l%C4%B1%20telefonlar%20olu%C5%9Fturuyor> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://www.gcmyatirim.com.tr/borsa/hisse/kfein-hisse-kafein-yazilim-hizmetleri-ticaret-a-s> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://anapara.com/link-bilgisayar-link-hisse-senedi/> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://docplayer.biz.tr/198773969-Sermaye-piyasasi-kurulu-seri-ii-14-1-sayili-tebligine-istinaden-hazirlanmis.html> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://www.dunya.com/finans/borsa/hisse/PKART/plastikkart-akilli-kart-iletisim-sistemleri-san-ve-tic-as> (Erişim Tarihi:10.06.2020)
- <https://www.smartiks.com.tr/Haberler/DeloitteFast50.Sx> (Erişim Tarihi:10.06.2020)



# Tüketici Davranışı Perspektifinden Kurgulama Seviyesi Teorisi: Bir Sistematik Literatür Taraması Girişimi

(Construal Level Theory From The Perspective of Consumer Behavior: An Attempt For A Systematic Literature Review)

Emre BİLGİÇ<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Arş. Gör., İzmir Bakırçay Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, emre.bilgic@bakircay.edu.tr

## Öz

Tüketici davranışı alanının multidisipliner bir alan olması hem farklı alanlarda üretilen teorilerin açıklama gücünden faydalanma gereksinimini oluşturmakta hem de bu alanlarda üretilen teoriler için bir sınanma alanı oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı ise literatürde görece yeni kabul edilebilecek olan kurgulama seviyesi teorisinin tüketici davranışı alanındaki durumunu eleştirel bir şekilde incelemektir. Bu kapsamda alanı temsil ettiği düşünülen beş dergide yer alan konu ile ilgili 31 makale sistematik literatür taraması yöntemi ile incelenmiştir. Bu dergiler ise şu şekildedir: Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology, Journal of Consumer Marketing, European Journal of Marketing, ve Journal of Business Research. İncelenen 31 makalenin 20'si Journal of Consumer Research dergisinde yer almaktadır. Ayrıca 31 makalenin 29'unun deneysel yöntem benimsediği söylenebilir. Sistematik literatür taraması beş aşamada gerçekleştirilmiştir: i) protokol geliştirme, ii) başlık ve anahtar kelimelere göre dahil etme, iii) öz kısmına göre dahil etme, iv) son okuma ve v) veri çıkartma ve sentezleme. Araştırma sonucunda karar verme ve bilgi işleme, tüketici, ürün ve marka olmak üzere dört tema ortaya çıkmış ve bunlardan en çok odaklanılanın tüketici olduğu gösterilmiştir. Ayrıca literatürdeki boşluklar gösterilmiş ve gelecek çalışmalar için önerilerde de bulunulmuştur.

## Anahtar Kelimeler:

Kurgulama Seviyesi Teorisi, Tüketici Davranışı, Sistematik Literatür Taraması

## Makale türü:

Araştırma

## Abstract

Due to reason that consumer behavior field is a multidisciplinary field, both it generates the necessity to make use of explanation power of theories put forward in different fields and offers a context to test these theories. Herein, the purpose of this study is to critically examine the situation of construal level theory, which can be considered as relatively new in the literature, in the field of consumer behavior. To reach research purpose, 31 articles related to the subject in five journals, that are thought to represent the field, were examined by systematic literature review method. These journals are Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology, Journal of Consumer Marketing, European Journal of Marketing and Journal of Business Research. 20 of 31 articles were published in Journal of Consumer Research. Also, 29 of 31 articles was adopted experimental method. The systematic literature review was carried out in five stages: i) protocol development, ii) inclusion of articles by title and keywords, iii) inclusion by essence, iv) last reading, and v) data extraction and synthesis. Within the scope of this research, four themes emerged, which are decision making and information processing, consumer, product, and brand, and it was shown that the most focused theme is the consumer. In addition, gaps in the literature are shown and suggestions for future studies are made.

## Keywords:

Construal Level Theory, Consumer Behavior, Systematic Literature Review

## Paper type:

Research

Başvuru/Received: 16.06.2022 | Kabul/Accepted: 12.08.2022, iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %1

## Giriş

Her ne kadar temelleri 1940'lara dayandırılrsa da (bkz. Kassarian ve Goodstein, 2010) tüketici davranışı alanı, 1960'ların başında farklı bilimsel paradigmaları esas alarak ortaya çıkan bir alandır (Galalae ve Voicu, 2013: 277). Pek çok araştırmacı tüketici davranışı alanını tanımlama girişiminde bulunmuştur. Tüketici davranışı alanı ile ilgili yapılan ilk tanımlamalara bakıldığında bu tanımların tüketici davranışının, "ürünün elde edinimi ve kullanımı" ve "karar alma" boyutuna odaklandığı gözlenirken (bkz. Engel, vd. 1973: akt. Helgeson, vd., 1984: 450) yakın dönem tanımlama girişimlerinin "ürünün elde edinimi ve kullanımı", "ihtiyaçların giderilmesi" ve "ürünlerin tüketici ve toplum üzerindeki etkisine" odaklandığı gözlemlenmektedir (bkz. Oszust ve Stecko, 2020). Bununla beraber ürün ile ilgili eylemlere paralel olarak tüketici davranışı alanının; biliş, duygu, çevre ve davranış kapsamında ele alındığı da dikkat çekmektedir (bkz. Bennett, 1995: akt. Galalae ve Voicu, 2013). Bu tanımlamalar ışığında, en geniş hali ile tüketici davranışı alanının; birey, grup veya örgüt düzeyinde her türlü tüketicinin zihinsel, davranışsal ve duygusal reaksiyonlarını dikkate alarak her türden ürünün alımı, kullanımı ve satımı ile ilişkili tüm faaliyetleri ve boyutları inceleyen bir pazarlama dalı olduğu söylenebilir.

Tüketici davranışı alanının kapsamının oldukça geniş olması, farklı disiplinlerden pek çok teorinin açıklama yetkinliğinden faydalanma ihtiyacını doğururken aynı zamanda pek çok teori için de bir sınanma alanı oluşturmaktadır. Bu bağlamda düzenleyici odak teorisi (bkz. Werth ve Foerster, 2007), benlik kurgusu teorisi (bkz. Doğan ve Yaprak, 2017), öz düzenleme teorisi (bkz. Black, vd. 2017), sosyal baskınlık teorisi (bkz. Shoham ve Gavish, 2016), bilişsel uyumsuzluk teorisi (bkz. Shoham, vd. 2016), sosyal kimlik teorisi (bkz. Han, 2017), optimal ayırt edicilik teorisi (bkz. Ma, vd. 2020) ve planlı davranış teorisi (bkz. Wel, vd. 2018) gibi pek çok teori tüketici davranışı kapsamında ele alınmıştır. Her ne kadar teoriye pek çok anlam atfedilebilir olsa da (bkz. Abend, 2008: 177-181) bu anlamlar bir bütün olarak düşünüldüğünde her bir teorinin alana farklı bir bakış açısı sunması, aynı olguları farklı şekilde açıklaması, anlaması ve/veya tahmin etmesi ve bu anlamda alanda bir farklılık oluşturması oldukça muhtemeldir. Gerek alana özgü teorilerin üretilmesi gerekse farklı alanlardan teorilerin ithal edilmesi alanın gelişimi için oldukça önemlidir. Bu bağlamda görece yeni sayılabilecek kurgulama seviyesi teorisinin tüketici davranışı alanı kapsamında incelenmesinin faydalı olabileceği düşüncesinden hareketle bu alanda kurgulama seviyesi teorisini ele alan çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (bkz. Hong ve Lee, 2010; Macdonnell ve White, 2015; Sinha ve Lu, 2019).

Kurgulama seviyesi teorisi bireyin anda ve içinde bulunduğu ortamda deneyimleyemediği olguları soyut ve zihinsel kurgularla deneyimlediğini iddia etmektedir (Trope ve Liberman, 2010). Temelleri öncül çalışmalarda (bkz. Liberman, vd. 2007; Trope, vd. 2007; Liberman ve Trope, 2008) atılmış olan kurgulama seviyesi teorisinin daha gelişmiş ve kapsayıcı hali ilgili teori ve çalışmalar da dikkate alınarak Trope ve Liberman'ın (2010: 2) makalesinde ele alınmıştır. Teori; tahmin, anımsama, hatıra, planlama, spekülasyon vb. gibi anda olmayan yani kişiden uzak olan her



olguyu zihinsel olarak oluşturulmuş kurgulamalar olarak görmektedir (Trope ve Liberman; 2010). Teorinin temel iddiasından hareketle teorinin iki temel kavram üzerine inşa edildiği söylenebilir; psikolojik mesafe ve kurgulama seviyesi. Psikolojik mesafe, bir şeyin bireyin benliğine, içinde bulunduğu ana ve o anda bulunduğu yere olan yakınlığının veya uzaklığının öznel bir deneyimi şeklinde tanımlanabilirken kurgulama seviyesi ise bireyin sahip olduğu bilgiden elde ettiği çıkarımların niteliği ile ilgilidir (Liberman ve Trope, 2010). Teori tarafından öne sürülen dört farklı psikolojik mesafe vardır: zamansal mesafe, mekânsal mesafe, sosyal mesafe ve varsayımsallık (Bar-Anan, vd. 2007). Ayrıca teori tarafından iki farklı kurgulama seviyesi tanımlanmaktadır: yüksek kurgulama seviyesi ve düşük kurgulama seviyesi. Liberman ve Trope (2010) yüksek seviye kurguları görece daha soyut, uyumlu ve üst-anlam olarak gördüklerini belirtmektedirler. Örneğin gelecek sene için planlanan tatil yüksek kurgu seviyesine sahip bir olgu iken haftaya çıkılacak olan tatil düşük kurgu seviyesine sahip bir olgudur. Teori psikolojik mesafe ve kurgulama seviyesi arasında bir ilişki kurmaktadır. Teoriye göre psikolojik mesafe arttıkça, kurgular daha soyut hale gelir ve soyutlama düzeyi arttıkça, insanların kafasında oluşturduğu psikolojik mesafeler de artar (Trope ve Liberman, 2010). Dolayısıyla, psikolojik olarak uzak olguların zihinsel temsilleri yakın olgularinkine göre daha soyuttur ve daha üst düzey bir kurgulama seviyesine sahiptir. Yani, uzak olayların soyut olarak kurgulandığını (yüksek seviye kurgulama) ve daha yakın olayların ise somut düzeyde kurgulandığını (düşük seviye kurgulama) söyleyebiliriz. Yüksek seviye kurgulamada alakasız ve tutarsız ayrıntılar kurgulamadan çıkarılmakta ve bu nedenden dolayı da bu kurgulamalar düşük düzey kurgulamalara göre daha basit, daha az belirsiz, daha tutarlı, daha şematik ve daha prototip olma eğilimindedir (Trope ve Liberman, 2010). Kurgulama seviyesi teorisini bireye odaklanan diğer teorilerden ayıran en önemli nokta ise bireyin farklı kurgulama seviyeleri ile farklı deneyimler arasında gezebileceğini ve bunun bireyi etkileyebileceği iddiasında bulunmasıdır.

Kurgulama seviyesi teorisi ve bu teoriye zemin hazırlayan öncül çalışmalar, hem tüketicinin tüketim ile ilgili olgulara olan mesafesi hem de tüketicilerin ürün, satıcı, mağaza, mesaj, reklam, vb. gibi unsurlar hakkındaki kurgulamaları ile ilişkilendirilerek özellikle 2000'li yıllardan bu yana tüketici davranışı alanında ele alınmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma kurgulama seviyesi teorisinin, tüketici davranışı literatürdeki kullanımını sistematik olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Literatürde kurgulama seviyesi teorisini literatür taraması şeklinde inceleyen sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların bir kısmının teoriyi spesifik bir olguya odaklanarak incelediği (bkz. Maiella, vd. 2020; Lee, 2019), bir kısmının teoriyi bir alanla ilişkilendirerek incelediği (bkz. Weisner, 2015; Wiesenfeld, vd. 2017), bir kısmının spesifik bir bağlama odaklanarak incelediği (bkz. Ludolph ve Schulz, 2016), bir kısmının teorinin kendisini ele aldığı (bkz. Krivosheina ve Kotov, 2016) ve bir kısmının da teorinin spesifik bir kavramına odaklandığı (bkz. Maglio, 2020) gözlemlenmektedir. Bu çalışma ise hem kurgulama seviyesi teorisini tüketici davranışı kapsamında ele alması hem de Türkçe yazının dikkatini kurgulama seviyesi teorisine çekme niyeti taşıması hasebiyle literatüre önemli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Özellikle Türkçe yazında kurgulama seviyesi teorisini farklı alanlarda ele alan veya

değinen<sup>1</sup> sınırlı sayıda<sup>2</sup> çalışma (bkz. Cengiz, 2018; Solmazer, 2018; Doğan, 2019; Erol, 2020; Emirza, 2020; Kılıç, 2020) olduğu düşünüldüğünde bu çalışmanın Türkçe yazında kurgulama seviyesi teorisinin kullanımda öncü bir rol alacağı düşünülmektedir.

Bu amaç doğrultusunda bu çalışma şu şekilde yapılandırılmıştır: Birinci bölümde literatür incelemesi ile ilgili nasıl bir yöntemin takip edildiği açıklanmıştır. İkinci bölümde bulgular ve tartışma kısmına yer verilmiştir. Son bölümde ise gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

## 1. Yöntem

Sistematik literatür taraması belirli bir konuyla ilgili tüm ilgili çalışmaların sistematik derlemesi, eleştirel değerlendirmesi ve sentezi ile önyargıyı sınırlayan bilimsel stratejilerin uygulanması şeklinde tanımlanabilir (Cook, vd. 1995: 167). Sistematik literatür taramasının bu bağlamda literatür hakkında güvenilir bir genel bakış sunduğu iddia edilebilir. Her ne kadar alt türleri olsa da sistematik literatür taramasının temelde üç çeşit olduğu söylenebilir; alana dayalı, teoriye dayalı ve yönetime dayalı (Paul ve Criado, 2020: 2). Bu çalışmada ise hem sistematik literatür taramasının sağladığı güvenilirlik ve önyargıları önleme yetkinliği sebebiyle hem de çalışmanın belirli bir teoriye odaklanması sebebiyle teori odaklı sistematik literatür taraması tercih edilmiştir.

Bu çalışmada, daha önceden çokça atf almış çalışmalarda da takip edilen sistematik literatür taraması süreci takip edilecektir (bkz. Gupta, vd. 2020: 210). Bu bağlamda araştırmaya dahil edilen makaleler beş aşamada belirlenmiş ve analiz edilmiştir: protokol geliştirme, başlık ve anahtar kelimelere göre dahil etme, öz kısmına göre dahil etme, son okuma ve veri çıkartma ve sentezleme (bkz. Gupta, vd. 2020: 210 -211).

### 1.1. Protokol Geliştirme

Makalelerin belirlenmesinde takip edilen protokol şu şekildedir; i) Tüketici davranışları alanında saygın bir yere sahip 4 dergiden makaleler incelemeye alınmıştır. Kurgulama seviyesi teorisinin odağa bireyi alması nedeniyle bu dergilerden üçü tüketici odaklı olması sebebiyle seçilmiştir. Ayrıca alanda *Journal of Marketing Research*, *Journal of Marketing* gibi saygın yere sahip pek çok dergi olmakla birlikte çalışmanın yürütülebilir bir çerçevede kalabilmesi için tüketici de dahil olmak üzere pazarlama alanına odaklanan *European Journal of Marketing* dergisi de incelenen dergiler arasına alınmıştır. İncelenen dergiler şu şekildedir; *Journal of Consumer Research*, *Journal of Consumer Psychology*, *Journal of Consumer Marketing*, ve *European Journal of Marketing*. ii) Ayrıca işletme alanındaki dergilerde de konu ile ilgili makaleler olabileceği düşüncesiyle *Journal of Business Research* de incelenmiştir. Bu dergilerin hepsinin yüksek etki faktörüne sahip olması ve *Social Sciences Citation Index*'de (SSCI) yayınlanması bu dergilerin seçiminde etkili olmuştur. iii) Bahsi geçen dergilerin 2010 ve 2021 (Mayıs) yılları arasındaki tüm

<sup>1</sup> Ampirik olmayan çalışmalar kastedilmiştir.

<sup>2</sup> Araştırmacı konu kapsamında Türkçe yazında farklı alanlardan ve derecelerden sadece 8 teze ve 2 makaleye rastlamıştır.

sayıları tek tek incelenmiştir. 2010 yılının seçilmesinin sebebi ise Trope ve Liberman'ın 2010 yılındaki makalelerinde teorinin daha geniş ve kapsayıcı halini sunduklarını belirtmeleridir. Elde edilen makalelerin özeti Ek-1'de sunulmuştur.

### 1.2. Başlık ve Anahtar Kelimeye Göre Dahil Etme

Dergilerin sayıları tek tek incelenirken ilgili olmayan makaleleri ayıklayabilmek için öncelikli olarak başlığında "construal" kelimesi geçen makalelere odaklanılmıştır. Fakat başlığında "self-construal" kelimesi doğrudan kullanılan makalelerin kurgulama seviyesi teorisi ile ilişkili olamayacağı düşünüldüğü için araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu işlem sonucunda 31 makale elde edilmiştir.

### 1.3. Öz Kısımına Göre Dahil Etme

Bu aşamada elde edilen tüm makalelerin öz kısımları detaylıca okunmuştur. Bunun gerçekleştirilmesindeki sebep ilgili olmayan makalelerin olup olmadığını tespit etmektir. Yapılan detaylı okuma sonucunda elde edilen 31 makalenin de konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiş, dolayısıyla hiçbir makale araştırma kapsamında çıkarılmamıştır.

### 1.4. Son Okuma

Bu aşamada tüm makaleler baştan sona okunarak ilgisiz makaleler varsa araştırmadan çıkarılması amaçlanmıştır. Burada makalenin bulgularının ve sonuç kısmının kurgulama seviyesi teorisi ile ilgili bir tartışma yürütüyor olması kriter olarak belirlenmiştir. Okunan 31 makalenin de kurgulama seviyesi teorisi ile ilgili tartışma yürüttüğü gözlemlendiği için bu aşamada da elde edilen 31 makaleden hiçbirini araştırma kapsamından çıkarılmamıştır.

Tablo 1. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Sıklık	Yüzde
2010	1	3
2011	4	13
2012	0	0
2013	3	10
2014	5	16
2015	4	13
2016	2	6
2017	3	10
2018	2	6
2019	5	16
2020	0	0
2021	2	7
<b>Toplam:</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Takip edilen aşamalar neticesinde bu çalışma kapsamında 31 makale sistematik literatür taraması kapsamında incelenmeye alınmıştır. Elde edilen makalelerin yıllara göre dağılımı Tablo 1'de sunulmuştur. Her ne kadar çalışma sayısı sınırlı olsa da incelemeye alınana dergilerin alanı temsil ettiği düşünüldüğünde tüketici davranışı

literatürde kurgulama seviyesi teorisine olan yönelimin yıllar içerisinde önemli ölçüde değişmediği gözlemlenmektedir. Bu duruma sebep olarak ise teorinin psikoloji temelli bir teori olması ve görece yeni bir teori olmasından dolayı diğer alanlara yayılımının başlangıç aşamasında olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 2’de ise incelenen makalelerin dergilere göre dağılımları gösterilmiştir. Tablo 2’ye göre kurgulama seviyesi teorisi ile ilgili belirtilen yıl aralığında en çok yayın yapan derginin “Journal of Consumer Research” olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 2. Makalelerin Dergilere Göre Dağılımı

Dergi	Sıklık	Yüzde
Journal of Consumer Research	20	65
Journal of Consumer Psychology	4	13
Journal of Consumer Marketing	0	0
European Journal of Marketing	4	13
Journal of Business Research	3	9
<b>Toplam:</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Tablo 3. Makalelerin Kullandıkları Yönteme Göre Dağılımı

Araştırma Yöntemi	Sıklık	Yüzde	Kullanılan Teknikler
DeneySEL Araştırma	29	96	ANOVA, Regresyon, T Testi
Nicel Araştırma	1	2	Regresyon, ANOVA
Nitel Araştırma	0	0	
Karma Araştırma	1	2	Nitel Veri Analizi, SEM, Faktör Analizi
<b>Toplam:</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	

Tablo 3’te ise incelemeye alınan makalelerin kullandıkları yönteme göre dağılımı sunulmuştur. Tablo 3 incelendiğinde makalelerin hemen hemen hepsinin deneySEL yöntem benimsediği gözlemlenmektedir. Bu durum ise deneySEL yöntemin alanda kabul gören hâkim yöntem olduğunu göstermektedir. Öte yandan her ne kadar bu çalışmanın kapsamı dahilinde olmasa da deneySEL yöntemlerin kalitesi ve türleri yönünden de bir literatür taraması gerçekleştirilmesi alandaki yöntem anlayışının detaylarının sunulması açısından önemli olacaktır. Ayrıca alanda diğer yöntemlerle birlikte deneySEL yöntemin kullanılmasının yapılan araştırmayı ayrı bir noktaya taşıyacağı hususuna da dikkat çekilmelidir.

Tablo 4. Makale Yazarlarının Ülkeleri

Ülke	Kişi Sayısı
ABD	38
Çin	16
Birleşik Krallık	9
Kanada	7
Avustralya	3
Belçika	3
Almanya	2
Portekiz	2
Avusturya	1
Birleşik Arap Emirlikleri	1
Danimarka	1
Fransa	1
Güney Kore	1
İspanya	1
Japonya	1
Tayland	1
Yunanistan	1

Tablo 4'te ise makalelerin yazarların hangi ülkelerden olduğu bilgisi yer almaktadır. Tablo oluşturulurken farklı makaleler yazan aynı yazarlar iki kere sayılmıştır. Bunun nedeni ise yazılan makalenin o ülkenin literatüre katkısı olarak değerlendirilmesidir. Tabloya göre literatüre en çok katkı ABD ve Çin'den gelmiştir. Bununla birlikte makalelerin genellikle gelişmiş ülkelerde yazılması Türkiye de dahil olmak üzere diğer ülkelerde kurgulama seviyesi ile ilgili yayınlara ihtiyaç olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

### 1.5. Veri Çıkartma ve Sentezleme

Makaleleri daha iyi analiz edebilmek ve anlamlı veriler sunabilmek adına makaleler dört temel boyutta özetlenmiştir: makalenin ana teması ve/veya değişkenleri, amaç ve/veya hipotez, yöntem ve sonuç. Temalar ve alt temalar oluşturulmadan önce makaleleri özetlemede kullanılan dört boyut tekrarlı bir şekilde 5 defa incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda ilk olarak makalelerin doğrudan ilişkili olduğu 27 alt tema belirlenmiştir. Daha sonra bu alt temalar 4 ana tema altında sentezlenmiştir: karar verme ve bilgi işleme, tüketici, ürün ve marka. Bulunan temalar ve alt temalar Tablo 5'te paylaşılmıştır.

## 2. Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde bulunan temalar ve alt temalar ilgili makalelerle ilişkilendirilerek açıklanacaktır. Ayrıca alandaki eğilime ve boşluklara da değinilecektir. Bu çalışma yöntem odaklı bir literatür taraması olmadığı için yapılan çalışmaların kalitesi hakkında değerlendirmelerde bulunulmayacak olmasına rağmen seçilen dergilerin yüksek etki faktörlü olmasından dolayı makalelerin kalite anlamında sorunlu olmadığı varsayılmıştır. Tablo 5'te araştırma kapsamında elde edilen temalar ve alt temalar ve bu temaların örneklem içerisindeki dağılımı gösterilmiştir. İlerleyen bölümlerde bulunan temalar ve alt temalarla ilişkili açıklamalara yer verilecektir.

## 2.1. Karar Verme ve Bilgi İşleme

Karar verme ve bilgi işleme birbiri ile ilişkili iki kavramdır. En basit haliyle karar verme alternatifler arasından seçim yapmak anlamına gelirken bilgi işleme ise elde edinilen bilgiden anlam çıkarma sürecini ifade etmektedir (Robbins ve Judge, 2019). Bu bağlamda bilgi işleme sonucu çıkarılan anlam, bireyin seçimleri etkilemektedir.

Karar verme ve bilgi işleme tüketicilerin sıklıkla gerçekleştirdiği faaliyetler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda karar verme ve bilgi işleme, tüketici davranışını alanının köklü konularından (bkz. Edwards, 1954) olmakla birlikte güncelliğini halen korumaktadır (bkz. Roy ve Naidoo, 2021; Vogrincic-Haselbacher, vd. 2021). Dolayısıyla tüketici davranışı kapsamında kurgulama seviyesi teorisini tüketici karar alma ve bilgi işleme süreçleri ile ilişkilendiren çalışmalar mevcuttur.

Bu çalışmalar incelendiğinde temel ortak noktaları karar alma ve bilgi işleme süreçlerinin nasıl etkilendiği sorusuna odaklanmalarıdır. Bu kapsamda incelemeye alınan makalelerin konuyu 4 alt temada ele aldıkları gözlemlenmektedir: renklerin etkisi, duyguların etkisi, öz kontrol etkisi ve güvenin etkisi. Lee, vd.'ın (2014) pazarlama iletişimde renk kullanımının tüketici bilgi işleme süreci üzerindeki etkisini incelemeyi amaçladıkları deneysel çalışmada siyah-beyaz (vs. renkli) görsellerin yüksek (vs. düşük düzey) düzey kurgulama seviyesini desteklediği, bu durumun nesnelere yüksek düzey (vs. düşük düzey) özelliklerine göre sınıflandırılmasını sağladığı, davranışların daha geniş (vs. daha dar) birimlere ayrılmasını sebep olduğu ve faaliyetlerin amaç (vs. araç) olarak yorumlanmasını neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlardan hareketle de siyah-beyaz (vs. renkli) ürün görselleri sunulan tüketicilerin, ürünün birincil ve temel (ikincil ve yüzeysel) özelliklerine daha fazla odaklandığını ve bu özelliklerde üstün olan bir seçeneği tercih ettiğini belirtmişlerdir (Lee, vd. 2014).

Han, vd. (2014) ise çalışmalarında utanç ve suçluluk duygularının kurgulama seviyesi üzerindeki etkisini ve buna bağlı olarak da duyguların tüketicilerin karar verme süreçleri üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırmanın sonucunda suçluluk (vs. utanç) duygusunun tüketicileri daha düşük (daha yüksek) kurgulama seviyesinde olayları yorumlamaya yönlendirdiği ve duyguların kurgulama seviyesini değiştirmesinin tüketicilerin kanaatlerini dolayısıyla kararlarını etkilediği gösterilmiştir (Han, vd. 2014).

Wan ve Agrawal (2011) çalışmalarında bireyin öz kontrol uygulayıp uygulamaması durumunun bireyin karar verme sürecini nasıl etkilediğini kurgulama seviyesi teorisi kapsamında incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda öz kontrolün, bireyin kaynaklara olan odağını artırdığı, diğer durumlara da taşınan düşük seviye kurgulamaları desteklediği ve bireylerin yüksek kurgulama seviyesine sahip olmaya itilmesinin bu etkiyi azalttığı sonucuna ulaşılmıştır (Wan ve Agrawal, 2011). Ayrıca öz kontrolün; bireylerin arzu edilir özelliklerden ziyade fizibiliteye güvenmesine, birincil özelliklerden çok ikincil özellikleri tercih etmesine ve uzak olanlardan ziyade yakın şekilde çerçevelenmiş ürünleri seçmesine neden olacağı da belirtilmiştir (Wan ve Agrawal, 2011).

Tablo 5. Temalar ve Alt Temalar

Ana Tema	Alt Tema	Sıklık	Yüzde
Karar Verme ve Bilgi İşleme	Renklerin Etkisi	4	13
	Duyguların Etkisi		
	Öz Kontrol Etkisi		
	Güvenin Etkisi		
Tüketici	Duygu	17	55
	Düşkünlük		
	Kendine Odaklanma		
	Mesaj Etkinliği		
	Baş Etme		
	Öz Yetkinlik		
	Güven		
	Tüketici Bekleme Süresi		
	Müşteriyi Dışlayıcı Davranışlar		
	Davranış		
	İkna		
	Bilişsel Esneklik		
	Değerlendirme		
Tüketici Türü			
Niyet			
Ürün	Ürün Değerlendirme ve Tercihi	8	26
	Fiyat		
	Ürün Fiziksel Konumu		
	Ürün Fizibilitesi		
	Ürün Arzu Edilirliği		
Marka	Ödeme Şekli	2	6
	Marka Değerlendirmesi		
	Kurumsal Markalama		

Wan ve Rucker (2013) çalışmalarında düşük veya yüksek güvenin bilgi işlemeyi nasıl etkilediğini ve bu durumun bilginin nasıl kurgulandığı ile ilgili olduğunu açıklamayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda düşük güvenin bireylerin somut kurgulamalara odaklanmasını ve yüksek güvenin ise bireylerin soyut kurgulamalara odaklanmasını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Wan ve Rucker, 2013). Buna paralel olarak ise düşük (yüksek) güven hisseden (hissetmeyen) bireylerin somut (soyut) olarak çerçevelenmiş mesajları daha fazla işleme faaliyetinde bulunduğu belirtilmiştir (Wan ve Rucker, 2013).

Her ne kadar karar verme ve bilgi işleme tüketici davranışı alanında yoğunlukla çalışılsa da kurgulama seviyesi teorisi kapsamında yeterince ele alınmadığı söylenebilir (bkz. Tablo 5). Bu bağlamda literatürde karar verme süreci kapsamında ele alınan bireysel özellikler (güdü, yaşam şekli, değer, kişilik, vb.), sosyal etkiler (kültür, grup etkileşimi, aile, vb.), durumsal ve ekonomik faktörler (bkz. Darley, vd. 2010) gibi pek çok unsur kurgulama seviyesi teorisinin temel varsayımlarından hareketle ele alınabilir. Ayrıca bireylerin tüketim nesnesi olan unsur hakkındaki kurgulamalarının bireyin karar alma süreci üzerindeki etkisi de incelenebilir. Ek olarak, kolektif kararların grupça nasıl kurgulandığı ve grup ve birey kararı arasında oluşabilecek kurgulama farklılıklarının etkileri de incelenebilir. Öte yandan karar

verme ve bilgi işleme süreci ile ilgili incelenen makalelerin hepsinin deneysel yöntem<sup>3</sup> benimsemiş olması diğer yöntemlerin sağlayacağı faydalar göz önüne alındığında bu alanda çalışacak olan araştırmacılara bir fırsat sunmaktadır.

## 2.2. Tüketici

Her ne kadar tüketici denildiğinde sadece birey kastedilmese de (bkz. Galalae ve Voicu, 2013) bu çalışma kapsamında ortaya çıkan tüketici teması ile sadece birey olan tüketiciler kastedilmiştir. Bunun nedeni ise yapılan araştırmaların tüketici ile sadece bireyi kastetmesidir. Tablo 5'e bakıldığında tüketici temasının, araştırma kapsamında elde edilen temalar arasında en çok işlenen tema olduğu göze çarpmaktadır. Kurgulama seviyesi teorisinin analiz biriminin birey ve onun öznel deneyimleri olduğu düşünüldüğünde en çok çalışılan temanın tüketici teması olması şaşırtıcı bir sonuç değildir.

Tüketici teması altında bulunan 15 farklı alt tema ise bu alanın ne kadar çeşitlendiğinin bir göstergesi olmakla birlikte ne kadar çeşitlenme fırsatı taşıdığına da bir işareti olabilir. Alt temalar incelendiğinde tüketici teması kapsamında kurgulama seviyesi teorisinin ele alındığı konu başlıkları şu şekilde özetlenebilir: duygulanım ve değerlendirme (Williams, vd. 2014), farklı kurgulama seviyelerinde tüketici düşkünlüğü (indulgence) ve kendine odaklanmanın rolü (Mehta, vd. 2014), müşteriler için karmaşık duyguların çekiciliği (emotional appeal) ve farklı kurgulama seviyelerinde tüketicinin yanıtı (Hong ve Lee, 2010), problem odaklı ve duygu odaklı baş etme stratejilerinin mesaj etkinliği üzerindeki etkisi, farklı kurgulara göre mesajların biçimlendirilmesi ve bu kapsamda öz yetkinliğin rolü (Han, vd. 2016), gelecek hakkındaki mesajlarda renk kullanımı ve ödeme niyeti arasındaki ilişki (Lee, vd. 2017), mesajın akıcılığı, tüketici güveni üzerindeki etkisi ve öznel zorluk duygusunun rolü (Tsai ve McGill, 2011), farklı kurgulama seviyeleri açısından müşterinin bekleme süresine ilişkin değerlendirmesi (Wang, vd. 2018), çalışanların müşterilere karşı olan olumsuz davranışları, bu davranışlar karşısında tüketicinin sahip olduğu kurgulama seviyesindeki farklılıklar ve iş yerinin tüketiciye yönelik telafi davranışının belirlenmesi (Sinha ve Lu, 2019), tüketicilerin bağış kapsamında para ve zaman hakkındaki değerlendirmeleri (Macdonnell ve White, 2015), farklı seviyelerde kurgulanmış reklamların tüketici açısından ikna ediciliği ve bu bağlamda tüketicinin sahip olduğu yaratıcı düşünce yapısının rolü (Yang, vd. 2011), örtük davranış teorisi kapsamında bilişsel esneklik kavramının kurgulama seviyesi ile ilişkisi (Bullard, vd. 2019), birden fazla psikolojik mesafenin etkileşimi ve tüketicilerin değerlendirmeleri üzerindeki ortak etkisi (Huang, vd. 2016) kurgulama seviyesi ve geçmiş hedonik deneyimlerin tüketiciler tarafından değerlendirilmesi arasındaki ilişki (Vilches-Montero ve Spence, 2015), tatmin olucu ve maksimizi edici tüketiciler kapsamında hissedilen pişmanlık hissini azaltılmasında kurgulamanın rolü (Hassan, vd. 2019), ve üzüntü ve mahcubiyet duygusunun tüketicinin sağlıklı davranış niyeti üzerindeki etkisinin kurgulama seviyesi açısından anlaşılması (Herter, vd. 2021).

---

<sup>3</sup> Yapılan deneysel çalışmaların türü, kalitesi ve tasarımı açısından ele alınması gerekmektedir.



Ulaşılan çalışmalara bakıldığında kurgulama seviyesi teorisinin oldukça farklı değişkenler kapsamında ele alındığı gözlemlenmektedir. Buradan hareketle ilerleyen çalışmalar için farklı değişkenlerin kurgulama seviyesi teorisi kapsamında tüketici perspektifinden değerlendirilmenin önemli fırsatlar barındırdığı söylenebilir. Bu bağlamda literatürde farklı perspektiflerden incelenen, tüketicilerin risk davranışı (bkz. Li, vd. 2019), din (bkz. Mathras, vd. 2016), sürdürülebilirlik (bkz. Han, 2021), müşteri sadakati (bkz. Chahal ve Kumari, 2011), etik (Sudbury-Riley ve Kohlbacher, 2016), kurumsal sosyal sorumluluk (bkz. Becker-Olsen, vd. 2006), bilişsel uyumsuzluk (bkz. Sharma, 2014), vb. gibi pek çok değişkenin kurgulama seviyesi teorisi kapsamında ele alınması önemlidir. Ayrıca her ne kadar kurgulama seviyesi teorisinin egosentrik bir bakış açısına sahip olması nedeniyle bağlama dair varsayımları olmasa da tüketicilerin farklı bağlamlardaki kurgulama veya farklı bağlamları nasıl kurguladıkları da incelenebilir. Bu kapsamda literatürde tüketici davranışlarını, online ortam (bkz. Cummins, vd. 2014), sosyal medya (bkz. Ho, 2014), perakende satış yerleri (bkz. Sangvikar ve Katole, 2012), resesyon dönemi (bkz. Bohlen, vd. 2010), muhteşem Cuma dönemi (bkz. Simpson, vd. 2011), vb. gibi farklı bağlamlarda ele alan çalışmalardan esinlenilerek kurgulama seviyesi teorisi bu bağlamlarda incelenebilir. Son olarak ise tüketicinin sadece birey olarak ele alınmadığı, yani grup ve örgüt düzeyinde tüketim ile ilgili faaliyet ve unsurların nasıl kurgulandığı da araştırılabilir. Bu çalışmalar tasarlanırken de alandaki deneysel tasarımın baskınlığı düşünüldüğünde farklı yöntemlerin sağlayacağı fırsatlardan da faydalanılmasının katkı sağlayabileceği de unutulmamalıdır.

### 2.3. Ürün

Çalışma kapsamında ortaya çıkan temalardan en çok incelenen ikinci temanın ürün olduğu gözlemlenmektedir. Bu tema ile kastedilen hem ürünün özellikleri veya edinim süreci hem de bu özellikler veya süreçler hakkındaki tüketici kurgulamalarıdır. Ayrıca bu tema altında ürün ile sadece fiziki mallar değil aynı zamanda hizmetler de dahil olmak üzere her türlü ürün kastedilmektedir. Bu tema altında altı alt tema bulunmaktadır. Bu altı alt temadan birincisi olan ürün değerlendirme ve tercihini tüketici teması altındaki değerlendirme alt temasından ayırmak önemlidir. Tüketici alt teması olan değerlendirme ile kastedilen tüketicinin her türlü deneyimi hakkındaki değerlendirmesi kastedilirken ürün değerlendirme alt teması ile tüketicinin spesifik olarak ürüne yönelik, ürünün özelliklerinden kaynaklanan değerlendirmeleri kastedilmektedir.

Ürün teması ile ilişkili olan alt temalar incelendiğinde şu başlıkların araştırmalarda ele alındığı söylenebilir: hediye alan ve veren kişinin alınan hediye arzu edilirliliği ve fizibilitesi arasında yapmış olduğu ödünleşim (Baskin, vd. 2014), alıcı ve satıcının aynı ürüne atfettiği fiyattaki farklılıklar (Irmak, vd. 2013), ürün kalitesi hakkındaki değerlendirmede fiyat veya ürünün özelliklerinden kaynaklanan güvenin rolü (Yan ve Sengupta, 2011), ürün seçiminde ürünün fiziksel konumunun rolü (Van Kerckhove, vd. 2015), para hakkındaki hatırlatıcıların kullanımı ve ürünün odaklanılan yanları arasındaki ilişki (Hansen, vd. 2013), nakit veya kredi kartı ile ödemenin kurgulama

seviyeleri açısından incelenmesi (Chen, vd. 2017), tüketicilerin özgün (authentic) ve kibirli (hubristic) övünçlerinin, arzu edilirlilik ve fizibilite açısından ürün değerlendirmesindeki rolü (Yang ve Zhang, 2018), ve yüksek ve düşük kimlikleyiciler açısından dissosiyatif (çözölmeli/ayrılıkçı) grupların bireyin ürün tercihi üzerindeki etkisi (McGowan, vd. 2019).

Kurgulama seviyesi teorisi her ne kadar birey odaklı bir teori olsa da bireyin objeler hakkındaki kurguları ile ilgilenmesinden dolayı ürün kapsamında da pek çok fırsat sunmaktadır. Bu bağlamda literatürdeki çalışmalardan da esinlenilerek kurgulama seviyesi teorisi, ürün tasarımı (bkz. Gilal, vd. 2018), ürün performansı (bkz. Han, vd. 2019), ürün yaşam döngüsü (bkz. Shin-Tien ve Chang, 2013), ürün ilgilenimi (bkz. Shirin ve Kambiz, 2011), ürün iadesi (bkz. Moore, vd. 2020), ürün yerleştirme (bkz. De Gregorio ve Sung, 2010), ürün resimleri (bkz. Van Der Heide, vd. 2013) gibi ürünle ilgili farklı konularda ele alınabilir. Özellikle tüketicinin ulaştığı bilgiyi nasıl kurguladığının ürünlerle ilgili mesajların ve reklamların etkinliği üzerindeki etkisi konusunda kurgulama seviyesi teorisinin oldukça önemli fırsatlar sunduğu düşünülebilir. Öte yandan ürünlerin sosyal medya fenomenleri tarafından canlı olarak denenmek suretiyle reklamının yapılması durumu geleneksel reklam modları ile kurgulama seviyesi açısından kıyaslanarak incelenebilir. Ek olarak ise uluslararası ürünlerin yerel piyasaya uyum süreci de yine kurgulama seviyesi teorisi kapsamında ele alınabilecek bir başka alan olarak düşünülebilir. Son olarak ise hizmetler hakkında tüketicilerin yapmış olduğu kurgulamalar da daha fazla incelemeye alınabilir.

#### **2.4. Marka**

Diğer temalara kıyasla en az çalışılan temanın marka olduğu söylenebilir. Marka teması markayı etkileme veya markanın etkileme potansiyeli olan her konuyu kapsamaktadır. Bu tema kapsamında 2 alt tema bulunmakta ve bunlarda birisi de marka değerlendirmesidir. Marka değerlendirmesi de ürün değerlendirmesi gibi tüketici teması altında yer alan değerlendirme alt temasından odaklanılan nokta açısından farklılaşmaktadır. Marka değerlendirmesi ile tüketicinin marka kaynaklı olgular hakkındaki her türlü değerlendirmesi kastedilmiştir.

Bu çalışma kapsamında marka ile ilişkili iki araştırmaya rastlanılmıştır. Bu çalışmalardan ilki Boukis, vd.'ye (2021) aittir. Karma araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada ön cephe çalışanlarının marka hakkında sahip oldukları kurgulamaların markanın vaatlerinin müşterilere iletilmesi üzerindeki rolünü anlamak amaçlanmıştır (Boukis, vd. 2021). Çalışma kapsamında dört farklı kurgulama tipi tanımlanmıştır: hayranlar, konfirmistler (uyumcu), kuşkucular ve sapanlar (Boukis, vd. 2021). Bu dört farklı tip için ölçek de geliştirilen makalede Boukis vd. (2021), spesifik olarak eğitim ve koçluğun marka hakkında farklı tipte kurgulamaya sahip ön cephe çalışanlarının marka bağlılığı ve dirençliliği (resilience) üzerinde farklı etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bu çalışmalardan ikincisi ise Zhu, vd.'ye (2017) aittir. Bu çalışmada farklı kurgulamalar altında farklı bağış stratejilerinin (çaba odaklı ve yetkinlik odaklı bağış stratejileri) tüketicinin marka değerlendirmesi ve satın alma niyeti üzerindeki etkisini

incelemek amaçlanmıştır (Zhu, vd. 2017). Bağış stratejilerinin farklı kurgulanacağı iddia edilen makalede çaba odaklı bağış çerçevelemesinin yetkinlik odaklı bağış çerçevelemesine kıyasla daha olumlu marka değerlendirmesine neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Zhu, vd. 2017). Ayrıca her ne kadar istatistiksel olarak anlamlı bulunmasa da tüketicilerin ana ve geleceğe odaklanması durumunun bağış stratejileri ile uygun biçimde eşleşmesi halinde olumlu marka değerlendirmesine neden olacağı da gösterilmiştir (Zhu, vd. 2017).

Markaların üründen farklı olgular olduğu düşünüldüğünde kurgulama seviyesi teorisinin marka ve tüketicinin kesiştiği her alan için önemli fırsatlar sunduğu söylenebilir. Bu bağlamda literatürden hareketle marka sadakati (bkz. Malik, vd. 2013), marka imajı, (bkz. Fianto, vd. 2014), marka güveni (bkz. Alhaddad, 2015), marka farkındalığı (bkz. Karam ve Saydam, 2015), marka kişiliği (bkz. Ahmad ve Thyagaraj, 2015), marka nefreti (bkz. Fetscherin, 2019), marka değeri (bkz. Satvati, vd. 2016), yeşil marka (bkz. Alamsyah ve Febriani, 2020), lüks markalar (bkz. Ko, vd. 2016), vb. gibi farklı değişkenler kurgulama seviyesi teorisi kapsamında ele alınabilir. Ayrıca örnek olay kapsamında farklı marka isimlerinin nasıl kurgulandığı, bu isimler ile marka logo ve simgelerinin kurgulamaları arasında uyum olup olmadığı ve marka ismi, logo/amblem ve marka sloganının kurgulama açısından uyumlu olup olmadığı ve bu uyum/uyumsuzluk durumunun tüketici üzerindeki etkileri de araştırılmaya değer bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak yerel markaların uluslararasılaşma sürecinde veya uluslararası markaların yerel piyasalara girme sürecinde tüketicilerin bu markalara karşı olan kurgulamaları ve bu markaların tüketici tarafından kabulü de yine önemli bir konudur.

### 3. Sonuç

Çalışma kapsamında beş farklı dergi 2010 – 2021 (Mayıs) dönemi için incelenmiştir. Kurgulama seviyesi teorisi ile ilgili en çok yayın yapan derginin Journal of Consumer Research olduğu, en çok yayın yapan ülkelerin ABD ve Çin olduğu ve çalışmalardaki hâkim yöntemin deneysel yöntem olduğu gösterilmiştir. İncelemeler sonucu karar verme ve bilgi işleme, tüketici, ürün ve marka olmak üzere 4 ana tema elde edilmiştir. Bulgular ve tartışma kısmında her bir tema için detaylı gelecek araştırma önerileri paylaşılmıştır. Takip eden bölümlerde ise tüm temalara yönelik gelecek araştırma önerilerine ve araştırmanın kısıtlarına değinilecektir.

#### 3.1. Gelecek Çalışmalar Hakkında Öneriler

Bu çalışmada tüketici davranışı alanında kurgulama seviyesi teorisinin kullanıldığı dört temel tema belirlenmiştir. Her ne kadar teori kapsamında alana önemli katkılar sunan çalışmalar bulunsa da kurgulama seviyesi teorisinin alan için sunduğu fırsatların oldukça fazla olduğu söylenebilir. Bu bağlamda genel anlamda alanda kurgulama seviyesi teorisi ile ilgili yapılabilecekler şu şekilde özetlenebilir:

- Tüketici davranışı ile ilişkili bu çalışmada belirtilen 4 tema içerisinde tartışılan gerek geleneksel gerekse güncel değişkenler ve olgular kurgulama

seviyesi teorisi kapsamında ele alınabilir. Bu değişkenlere ek yeni değişkenler kurgulama seviyesi teorisi kapsamında incelenebilir.

- Tüketicuyu sadece birey olarak değil grup veya örgüt olarak ele alan ve bu tüketicilerin kurgulama süreçleri ve oluşturdukları kurguların etkileri araştırılabilir. Özellikle kolektif kararlarda birey ve grup/örgüt kurgusunun örtüşmemesi durumu veya örtüşme süreci ele alınabilir.
- Tüketicilerin farklı bağlamlarda kurguların nasıl değiştiği veya aynı bağlam içerisinde kurguların nasıl farklılaştığı araştırma konusu edinilebilir. Özellikle sosyal medya fenomenlerinin canlı reklamları ile diğer reklam modları tüketici kurgulaması açısından incelenebilir.
- Teorinin tanımladığı dört psikolojik mesafeyi bir arada değerlendiren çalışmalara yoğunluk verilmesinin daha kapsayıcı bir anlayış sunması muhtemel olduğundan ileriki çalışmalar bu yönde tasarlanabilir. Ayrıca alanda daha az çalışıldığı düşünülen hipotetiklik ve sosyal mesafenin daha fazla çalışılması da alan için fayda sağlayacaktır.
- Öte yandan tüketici davranışı alanının teori için iyi bir sınanma alanı olduğu düşünüldüğünde teorinin gelişimine katkı sağlamayı amaçlayan çalışmalar da gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda teorinin temel varsayımlarını ele alan, tanımlanan dört psikolojik mesafeye yenilerini getiren veya var olanları geliştiren, kurgulamanın olmadığı durumları teoriye kazandıran, vb. gibi çalışmalar da literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.
- Alandaki deneysel çalışma sayısının baskınlığı düşünüldüğünde nitel, nicel ve karma çalışmaların avantajlarından faydalanan çalışmaların da literatüre önemli katkılar sunması muhtemeldir. Bu bağlamda örneklemin çok geniş olduğu nicel araştırmalar, örnek olayları açıklayan veya ölçek geliştiren karma tasarımlı araştırmalar ve olgu hakkında detaylı bir anlayış sunan nitel araştırmaların önemli olacağı söylenebilir.
- Ayrıca alanda yapılan deneysel çalışmalar hakkında yapılacak olan bir sistematik literatür incelemesi ile yapılan bu deneysel çalışmaların ne kadar deneysel olduğu, deneysel başlığı altında hangi tür deneysel çalışmalara odaklanıldığının da tespit edilmesi alan için oldukça önemlidir.
- Son olarak ise kurgulama seviyesi teorisinin Türkçe yazında yeni ele alınmaya başlandığı düşünüldüğünde teorinin ismi ve kavramları açısından ortak dil birliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu çalışmada kurgulama seviyesi teorisi (construal level theory) olarak adlandırılan teorinin Türkçe yazında çıkarsama düzeyi teorisi (Doğan, 2019: 468), kesinlik düzeyi teorisi (Cengiz, 2018. 162), kurgulama düzeyi teorisi (Erol, 2020: 27) gibi farklı kullanımlarının olduğu göz önüne alındığında Türkçe yazında bütüncül bir ilerlemenin sağlanabilmesi için teorinin kendisi ve kavramları hakkında dil birliğinin sağlanması önemlidir. Bu bağlamda teorinin esas kaynağı niteliğinde olan Trope ve Liberman'ın (2010) makalesinin Türkçe'ye çevrilmesi önem arz etmektedir.

### 3.2. Araştırma Kısıtları

Her ne kadar bu çalışma ile Türkçe yazına yapılan katkı önemli olsa da bu çalışmanın birtakım kısıtları da mevcuttur. Bu çalışmanın ilk kısıtı incelemeye alınan makale sayısı ile ilgilidir. Araştırma örnekleme farklı dergilerin eklenmesi veya Web of Science gibi arama motorlarında anahtar kelime bazlı aramaların yapılması daha faydalı sonuçlar doğuracaktır. İncelenen makale sayısının az olmasından dolayı temalar hakkında yapılan soyutlamaların da geliştirilebilir olduğu söylenebilir. Özellikle alt-alt-temaların belirlenememesi bu çalışma için bir başka kısıtı oluşturmaktadır. Son olarak ise her ne kadar tanımlayıcı istatistikler kullanılsa da bu çalışma kapsamında yapılan sistematik literatür taramasının bibliyometrik analiz ile desteklenmemiş olması nedeniyle alan hakkında bir harita anlayışı sunulamamıştır.

### Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### Etik Beyanı ve Finansal Destek

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Çalışmada Etik Kurul Raporu aranmamaktadır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

### Kaynaklar

- Abend, G. (2008). The meaning of 'theory'. *Sociological Theory*, 26(2), 173-199.
- Ahmad, A., ve Thyagaraj, K. S. (2015). Understanding the influence of brand personality on consumer behavior. *Journal of Advanced Management Science*, 3(1), 38-43.
- Alamsyah, D. P., ve Febriani, R. (2020, March). Green customer behaviour: Impact of green brand awareness to green trust. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1477, No. 7, p. 072022). IOP Publishing.
- Alhaddad, A. (2015). A structural model of the relationships between brand image, brand trust and brand loyalty. *International Journal of Management Research and Reviews*, 5(3), 137-144.
- Bar-Anan, Y., Liberman, N., Trope, Y., ve Algom, D. (2007). Automatic processing of psychological distance: evidence from a Stroop task. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(4), 610.
- Baskin, E., Wakslak, C. J., Trope, Y., ve Novemsky, N. (2014). Why feasibility matters more to gift receivers than to givers: A construal-level approach to gift giving. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 169-182.
- Becker-Olsen, K. L., Cudmore, B. A., ve Hill, R. P. (2006). The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior. *Journal of Business Research*, 59(1), 46-53.
- Black, N., Mullan, B., ve Sharpe, L. (2017). Predicting heavy episodic drinking using an extended temporal self-regulation theory. *Addictive Behaviors*, 73, 111-118.
- Bohlen, B., Carlotti, S., ve Mihas, L. (2010). How the recession has changed US consumer behavior. *McKinsey Quarterly*, 1(4), 17-20.
- Boukis, A., Punjaisri, K., Balmer, J. M., Kaminakis, K., ve Papastathopoulos, A. (2021). Unveiling front-line employees' brand construal types during corporate brand promise delivery: A multi-study analysis. *Journal of Business Research*, 131, 673-685.
- Bullard, O., Penner, S., ve Main, K. J. (2019). Can implicit theory influence construal level?. *Journal of Consumer Psychology*, 29(4), 662-670.

- Cengiz, E. (2018). Psikolojik uzaklık ve algılanan yatırım yeterliliğinin yatırım yapma isteğine etkisi: Türkiye’de deneysel bir çalışma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(1), 162-178.
- Chahal, H., ve Kumari, N. (2011). Consumer perceived value and consumer loyalty in the healthcare sector. *Journal of Relationship Marketing*, 10(2), 88-112.
- Chen, F., ve Wyer Jr, R. S. (2015). The effects of affect, processing goals and temporal distance on information processing: Qualifications on temporal construal theory. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 326-332.
- Chen, R., Xu, X., ve Shen, H. (2017). Go beyond just paying: Effects of payment method on level of construal. *Journal of Consumer Psychology*, 27(2), 207-217.
- Cook, D. J., Sackett, D. L., ve Spitzer, W. O. (1995). Methodologic guidelines for systematic reviews of randomized control trials in health care from the Potsdam Consultation on Meta-Analysis. *Journal of Clinical Epidemiology*, 48(1), 167-171.
- Cummins, S., Peltier, J. W., Schibrowsky, J. A., ve Nill, A. (2014). Consumer behavior in the online context. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(3), 169-202.
- Darley, W. K., Blankson, C., ve Luethge, D. J. (2010). Toward an integrated framework for online consumer behavior and decision making process: A review. *Psychology & Marketing*, 27(2), 94-116.
- De Gregorio, F., ve Sung, Y. (2010). Understanding attitudes toward and behaviors in response to product placement. *Journal of Advertising*, 39(1), 83-96.
- Doğan, M., ve Yaprak, A. (2017). Self-construal and willingness to purchase foreign products: The mediating roles of consumer cosmopolitanism and ethnocentrism. In *Creating marketing magic and innovative future marketing trends* (pp. 1499-1511). Springer, Cham.
- Doğan, V. (2019). Pazar araştırma(cı)sı ve pazarlama araştırma(cı)sı: Ulusal pazarlama akademisinde paradigmatik dönüşüm gereksinimi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 12(24), 453-481.
- Edwards, W. (1954). The theory of decision making. *Psychological Bulletin*, 51(4), 380-417.
- Emirza, S. (2020). Leader-follower similarity in construal level and leader-member exchange quality (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Erol, N. (2020). Kurgulama düzeyi teorisi perspektifinden yerel gıda tüketim motivasyon unsurlarının gastronomi amaçlı seyahat niyetine etkisinin incelenmesi. Gazi Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Fetscherin, M. (2019). The five types of brand hate: How they affect consumer behavior. *Journal of Business Research*, 101, 116-127.
- Fianto, A. Y. A., Hadiwidjojo, D., ve Aisjah, S. (2014). The influence of brand image on purchase behaviour through brand trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58-76.
- Galalae, C., ve Voicu, A. (2013). Consumer behaviour research: Jacquard weaving in the social sciences. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1(2), 277-292.
- Gilal, N. G., Zhang, J., ve Gilal, F. G. (2018). Linking product design to consumer behavior: the moderating role of consumption experience. *Psychology Research and Behavior Management*, 11, 169-185.
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., ve Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209-229.
- Han, C. M. (2017). Individualism, collectivism, and consumer animosity in emerging Asia: Evidence from Korea. *Journal of Consumer Marketing*, 34(4), 359-370.
- Han, D., Duhachek, A., ve Agrawal, N. (2014). Emotions shape decisions through construal level: The case of guilt and shame. *Journal of Consumer Research*, 41(4), 1047-1064.
- Han, D., Duhachek, A., ve Agrawal, N. (2016). Coping and construal level matching drives health message effectiveness via response efficacy or self-efficacy enhancement. *Journal of Consumer Research*, 43(3), 429-447.

- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021-1042.
- Han, H., Shim, C., Lee, W. S., ve Kim, W. (2019). Product performance and its role in airline image generation and customer retention processes: Gender difference. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(4), 536-548.
- Hansen, J., Kutzner, F., ve Wänke, M. (2013). Money and thinking: Reminders of money trigger abstract construal and shape consumer judgments. *Journal of Consumer Research*, 39(6), 1154-1166.
- Hassan, L. M., Shiu, E., ve McGowan, M. (2019). Relieving the regret for maximizers: The role of construal level across comparable and non-comparable choice sets. *European Journal of Marketing*, 54(2), 282-304.
- Helgeson, J. G., Kluge, E. A., Mager, J., ve Taylor, C. (1984). Trends in consumer behavior literature: A content analysis. *Journal of Consumer Research*, 10(4), 449-454.
- Herter, M. M., Borges, A., ve Pinto, D. C. (2021). Which emotions make you healthier? The effects of sadness, embarrassment, and construal level on healthy behaviors. *Journal of Business Research*, 130, 147-158.
- Ho, C. W. (2014). Consumer behavior on Facebook. *EuroMed Journal of Business*, 9(3), 252-267.
- Hong, J., ve Lee, A. Y. (2010). Feeling mixed but not torn: The moderating role of construal level in mixed emotions appeals. *Journal of Consumer Research*, 37(3), 456-472.
- Huang, N., Burtch, G., Hong, Y., ve Polman, E. (2016). Effects of multiple psychological distances on construal and consumer evaluation: A field study of online reviews. *Journal of Consumer Psychology*, 26(4), 474-482.
- Irmak, C., Waksalak, C. J., ve Trope, Y. (2013). Selling the forest, buying the trees: The effect of construal level on seller-buyer price discrepancy. *Journal of Consumer Research*, 40(2), 284-297.
- Karam, A. A., ve Saydam, S. (2015). An analysis study of improving brand awareness and its impact on consumer behavior via media in North Cyprus (A case study of fast food restaurants). *International Journal of Business and Social Science*, 6(1), 66-80.
- Kassarjian, H. H., ve Goodstein, R. C. (2010). The emergence of consumer research. *The SAGE handbook of marketing theory*, 59-73.
- Kılıç, Z. (2020). Morality-as-cooperation: How it relates to construal levels and how the theory could improve. Boğaziçi Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ko, E., Phau, I., ve Aiello, G. (2016). Luxury brand strategies and customer experiences: Contributions to theory and practice. *Journal of Business Research*, 69(12), 5749-5752.
- Krivosheina, I. V., ve Kotov, A. A. (2016). Construal-Level Theory of Psychological Distance (by N. Liberman. Y. Trope). *Social Psychology and Society*, 7(4), 5-18.
- Lee, H., Deng, X., Unnava, H. R., ve Fujita, K. (2014). Monochrome forests and colorful trees: The effect of black-and-white versus color imagery on construal level. *Journal of Consumer Research*, 41(4), 1015-1032.
- Lee, H., Fujita, K., Deng, X., ve Unnava, H. R. (2017). The role of temporal distance on the color of future-directed imagery: A construal-level perspective. *Journal of Consumer Research*, 43(5), 707-725.
- Lee, S. J. (2019). The role of construal level in message effects research: A review and future directions. *Communication Theory*, 29(3), 319-338.
- Li, Y. J., Lu, S., Lan, J., ve Jiang, F. (2019). Feel safe to take more risks? Insecure attachment increases consumer risk-taking behavior. *Frontiers in Psychology*, 10, 874.
- Liberman, N., Trope, Y., ve Stephan, E. (2007). Psychological distance. *Social psychology: Handbook of basic principles*, 2, 353-383.
- Liberman, N., ve Trope, Y. (2008). The psychology of transcending the here and now. *Science*, 322(5905), 1201-1205.
- Ludolph, R., ve Schulz, P. J. (2016). A Systematic Review of Construal Level Theory in the Health Context – Synthesis & Implications for Intervention Studies. *In Annals of Behavioral Medicine*, 50, 327.

- Ma, J., Yang, J., ve Yoo, B. (2020). The moderating role of personal cultural values on consumer ethnocentrism in developing countries: The case of Brazil and Russia. *Journal of Business Research*, 108, 375-389.
- Macdonnell, R., ve White, K. (2015). How construals of money versus time impact consumer charitable giving. *Journal of Consumer Research*, 42(4), 551-563.
- Maglio, S. J. (2020). An agenda for psychological distance apart from construal level. *Social and Personality Psychology Compass*, 14(8), e12552.
- Maiella, R., La Malva, P., Marchetti, D., Pomarico, E., Di Crosta, A., Palumbo, R., ... ve Verrocchio, M. C. (2020). The psychological distance and climate change: A systematic review on the mitigation and adaptation behaviors. *Frontiers in Psychology*, 11, 2459.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Hafiz, K. I., Riaz, U., Hassan, N. U., Mustafa, M., ve Shahbaz, S. (2013). Importance of brand awareness and brand loyalty in assessing purchase intentions of consumer. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 167-171.
- Mathras, D., Cohen, A. B., Mandel, N., ve Mick, D. G. (2016). The effects of religion on consumer behavior: A conceptual framework and research agenda. *Journal of Consumer Psychology*, 26(2), 298-311.
- McGowan, M., Hassan, L. M., ve Shiu, E. (2019). Solving dissociative group effects using construal level theory. *European Journal of Marketing*, 54(1), 212-237.
- Mehta, R., Zhu, R., ve Meyers-Levy, J. (2014). When does a higher construal level increase or decrease indulgence? Resolving the myopia versus hyperopia puzzle. *Journal of Consumer Research*, 41(2), 475-488.
- Moore, R. S., Collier, J. E., Williams, Z., ve Moore, M. L. (2020). Perceived market orientation in the product return experience and its impact on post-purchase behavior. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(3), 213-225.
- Okada, E. M. (2019). Differential construal of exercise versus diet and implications for weight control. *Journal of Consumer Research*, 46(3), 528-544.
- Oszust, K., ve Stecko, J. (2020). Theoretical aspects of consumer behaviour together with an analysis of trends in modern consumer behaviour. *Modern Management Review*, 25(4), 113-121.
- Paul, J., ve Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know?. *International Business Review*, 29(4), 101717.
- Robbins, S. P., ve Judge, T. A. (2019). Örgütsel Davranış (14. Baskı) (Çev. İ. Erdem). Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Roy, R., ve Naidoo, V. (2021). The role of implicit lay belief, SEC attributes and temporal orientation in consumer decision making. *Journal of Business Research*, 122, 411-422.
- Sangvikar, B. V., ve Katole, H. J. (2012). A study of consumer purchase behavior in organized retail outlets. *Journal of Business and Retail Management Research (jbrmr)*, 7(1), 39-47.
- Satvati, R. S., Rabie, M., ve Rasoli, K. (2016). Studying the relationship between brand equity and consumer behavior. *International Review*, (1-2), 153-163.
- Sharma, M. K. (2014). The impact on consumer buying behaviour: Cognitive dissonance. *Global Journal of Finance and Management*, 6(9), 833-840.
- Shin-Tien, C., ve Chang, B. G. (2013). The effects of product innovation on product life cycle patterns in Taiwanese motors: views of consumer preferences. *Journal of Business and Retail Management Research*, 8(1), 53-67.
- Shirin, K., ve Kambiz, H. H. (2011). The effect of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions. *Chinese Business Review*, 10(8), 601-615.
- Shoham, A., Gavish, Y., ve Rose, G. M. (2016). Consequences of consumer animosity: A meta-analytic integration. *Journal of International Consumer Marketing*, 28(3), 185-200.
- Shoham, A., ve Gavish, Y. (2016). Antecedents and buying behavior consequences of consumer racism, national identification, consumer animosity, and consumer ethnocentrism. *Journal of International Consumer Marketing*, 28(5), 296-308.



- Simpson, L., Taylor, L., O'Rourke, K., ve Shaw, K. (2011). An analysis of consumer behavior on Black Friday. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(1), 1-5.
- Sinha, J., ve Lu, F. C. (2019). Ignored or rejected: retail exclusion effects on construal levels and consumer responses to compensation. *Journal of Consumer Research*, 46(4), 791-807.
- Solmazer, G. (2018). Self-compassion and Construal Level Theory: The role of self-compassion in decreasing the effect of social distance. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Sudbury-Riley, L., ve Kohlbacher, F. (2016). Ethically minded consumer behavior: Scale review, development, and validation. *Journal of Business Research*, 69(8), 2697-2710.
- Trope, Y., Liberman, N., ve Wakslak, C. (2007). Construal levels and psychological distance: Effects on representation, prediction, evaluation, and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 17(2), 83-95.
- Trope, Y., ve Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440.
- Tsai, C. I., ve McGill, A. L. (2011). No pain, no gain? How fluency and construal level affect consumer confidence. *Journal of Consumer Research*, 37(5), 807-821.
- Van Der Heide, B., Johnson, B. K., ve Vang, M. H. (2013). The effects of product photographs and reputation systems on consumer behavior and product cost on eBay. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 570-576.
- Van Kerckhove, A., Geuens, M., ve Vermeir, I. (2015). The floor is nearer than the sky: How looking up or down affects construal level. *Journal of Consumer Research*, 41(6), 1358-1371.
- Vilches-Montero, S. N., ve Spence, M. T. (2015). The effect of construal level on time perceptions, confidence in judgements and future preferences. *European Journal of Marketing*, 49(5/6), 782-805.
- Vogrincic-Haselbacher, C., Krueger, J. I., Lurger, B., Dinslaken, I., Anslinger, J., Caks, F., ... ve Athenstaedt, U. (2021). Not too much and not too little: Information processing for a good purchase decision. *Frontiers in Psychology*, 12, 1426.
- Wan, E. W., ve Agrawal, N. (2011). Carryover effects of self-control on decision making: A construal-level perspective. *Journal of Consumer Research*, 38(1), 199-214.
- Wan, E. W., ve Rucker, D. D. (2013). Confidence and construal framing: When confidence increases versus decreases information processing. *Journal of Consumer Research*, 39(5), 977-992.
- Wang, J., Hong, J., ve Zhou, R. (2018). How long did I wait? The effect of construal levels on consumers' wait duration judgments. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 169-184.
- Weisner, M. M. (2015). Using construal level theory to motivate accounting research: A literature review. *Behavioral Research in Accounting*, 27(1), 137-180.
- Wel, C. A. C., Alam, S. S., Khalid, N. R., ve Mokhtaruddin, S. A. (2018). Effect of ethnocentrism and patriotism on the buying intention of Malaysian national car. *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 52, 169-179.
- Werth, L., ve Foerster, J. (2007). How regulatory focus influences consumer behavior. *European Journal of Social Psychology*, 37(1), 33-51.
- Wiesenfeld, B. M., Reyt, J. N., Brockner, J., ve Trope, Y. (2017). Construal level theory in organizational research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 367-400.
- Williams, L. E., Stein, R., ve Galguera, L. (2014). The distinct affective consequences of psychological distance and construal level. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1123-1138.
- Yan, D., ve Sengupta, J. (2011). Effects of construal level on the price-quality relationship. *Journal of Consumer Research*, 38(2), 376-389.
- Yang, P., ve Zhang, Q. (2018). How pride influences product evaluation through construal level. *European Journal of Marketing*, 52(7/8), 1750-1775.
- Yang, X., Ringberg, T., Mao, H., ve Peracchio, L. A. (2011). The construal (in) compatibility effect: The moderating role of a creative mind-set. *Journal of Consumer Research*, 38(4), 681-696.

Zhu, L., He, Y., Chen, Q., ve Hu, M. (2017). It's the thought that counts: The effects of construal level priming and donation proximity on consumer response to donation framing. *Journal of Business Research*, 76, 44-51.

## Ekler

### Ek-1: Analiz Edilen Makaleler

Kaynak	Veri Toplama Aracı	Analiz Tekniği	Amaç	Kapsam	Araştırma Tasarımı
Lee, vd. (2014)	Ölçek	ANOVA, Korelasyon Analizi	Renk kullanımının tüketici bilgi işleme sürecindeki etkisini incelemek.	Renkler ve Kurgu Seviyesi (Karar Verme ve Bilgi İşleme)	DeneySEL Tasarım
Han, vd. (2014)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Duyguların tüketicilerin karar verme süreçleri üzerindeki etkisini incelemek.	Utanç ve Suçluluk Duyguları ve Kurgu Seviyesi (Karar Verme ve Bilgi İşleme)	DeneySEL Tasarım
Wan ve Agrawal (2011)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Öz kontrol ve karar verme süreci arasındaki ilişkiyi incelemek.	Öz Kontrol ve Kurgu Seviyesi (Karar Verme ve Bilgi İşleme)	DeneySEL Tasarım
Wan ve Rucker (2013)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Güvenin bilgi işleme ve bilgi kurgulama şekli ile ilişkisini incelemek.	Güven ve Kurgu Seviyesi (Karar Verme ve Bilgi İşleme)	DeneySEL Tasarım
Williams, vd. (2014)	Ölçek	ANOVA	Psikolojik mesafe ve kurgulama seviyesinin duygulanım temelli değerlendire üzerindeki etkisini incelemek.	Duygulanım ve Değerlendirme (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Mehta, vd. (2014)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Bilgiyi kurgulama şekli ve tüketici düşkünlüğü arasındaki ilişkiyi incelemek.	Kurgulama Seviyesi ve Düşkünlük (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Hong ve Lee, (2010)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Kurgulama seviyesinin karmaşık duyguların çekiciliği üzerindeki etkisini incelemek.	Kurgu Seviyesi ve Karmaşık Duyguların Çekiciliği (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Han, vd. (2016)	Ölçek	ANOVA	Farklı baş etme stratejilerinin mesaj etkinliği üzerindeki etkisini incelemek.	Mesaj Etkinliği (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Lee, vd. (2017)	Ölçek	ANOVA	Gelecek hakkındaki mesajlarda renk kullanımı ve ödeme niyeti arasındaki ilişkiyi incelemek.	Mesaj Etkinliği (Tüketici)	DeneySEL Tasarım

Tsai ve McGill, (2011)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Üstbilişsel deneyimlerin tüketicilerin güven yargıları üzerindeki etkisini incelemek.	Tüketici Güveni ve Mesaj (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Wang, vd. (2018)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Kurgu seviyesinin bekleme süresi ile ilgili yargılar üzerindeki etkisini incelemek.	Bekleme Süresi (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Sinha ve Lu, (2019)	Ölçek	ANOVA, Lojistik Regresyon Analizi	Tüketiciler, çalışanlar tarafından açıkça reddedildiklerinde veya göz ardı edildiklerinde nasıl zihinsel kurgular oluşturduklarını incelemek.	Olumsuz Çalışan Davranışı (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Macdonnell ve White, (2015)	Ölçek	ANOVA, Hiyerarşik Regresyon Analizi	Tüketicilerin bağış kapsamında para ve zaman hakkındaki değerlendirmelerini incelemek.	Bağış (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Yang, vd. (2011)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Yaratıcı düşünce yapısı ile reklamların ikna ediciliği arasındaki ilişkiyi incelemek.	İkna Edicilik (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Bullard, vd. (2019)	Ölçek	ANOVA	Bilişsel esneklik ile kurgulama seviyesi arasındaki ilişkiyi incelemek.	Bilişsel Esneklik (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Huang, vd. (2016)	Anket	ANOVA, Regresyon Analizi	Birden fazla psikolojik mesafenin etkileşiminin tüketicilerin değerlendirmeleri üzerindeki ortak etkisini incelemek.	Psikolojik Mesafelerin Etkileşimi (Tüketici)	Geniş Örneklemli Survey Tasarımı
Vilches-Montero ve Spence, (2015)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Kurgulama seviyesi ve geçmiş hedonik deneyimlerin tüketiciler tarafından değerlendirilmesi arasındaki ilişkiyi incelemek.	Geçmiş Hedonik Deneyimler (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Hassan, vd. (2019)	Ölçek	ANOVA	Maksimize ediciler tarafından hissedilen pişmanlığın hafifletilmesinde kurgu seviyesi teorisinin rolünü değerlendirmek.	Pişmanlık (Tüketici)	DeneySEL Tasarım
Herter, vd. (2021)	Ölçek	ANOVA	Belirli duyguların sağlıklı davranış niyeti üzerindeki etkisini ve kurgu seviyesinin	Niyet (Tüketici)	DeneySEL Tasarım

			düzenleyici rolünü incelemek.		
Okada (2019)	Ölçek	Regresyon Analizi	Diyet ve egzersiz kurgulamaları ile kilo kontrolü arasındaki ilişkiyi anlamak.	Kilo Kontrolü (Tüketici)	Deneysel Tasarım
Chen ve Wyer, (2015)	Ölçek	ANOVA	Duygu, amaç ve zamansal mesafenin bilgi işleme üzerindeki etkisini anlamak.	Duygu (Tüketici)	Deneysel Tasarım
Baskin, vd. (2014)	Ölçek	Regresyon Analizi	Hediye alan ve veren kişinin alınan hediye arzu edilişliği ve fizibilitesi arasında yapmış olduğu ödünleşimi incelemek.	Hediye (Ürün)	Deneysel Tasarım
Irmak, vd. (2013)	Ölçek	ANOVA, Regresyon Analizi	Bir ürünün satın alınmasına veya satılmasına bağlı olarak ürünlerin zihinsel temsillerinin nasıl değiştiğini ve bu değişimin satıcıların ve alıcıların odağını nasıl etkilediğini ve bu sayede atfedilen değerin nasıl değiştiğini incelemek.	Alıcı ve Satıcı Rolü (Ürün)	Deneysel Tasarım
Yan ve Sengupta, (2011)	Ölçek	ANOVA	Ürün kalitesi hakkındaki değerlendirmede fiyat veya ürünün özelliklerinden kaynaklanan güvenin rolünü incelemek.	Kalite Algısı (Ürün)	Deneysel Tasarım
Van Kerckhove, vd. (2015)	Ölçek	T Testi, Lojistik Regresyon Analizi	Ürün seçiminde ürünün fiziksel konumunun rolünü incelemek.	Raf Konumu (Ürün)	Deneysel Tasarım
Hansen, vd. (2013)	Ölçek	ANOVA	Para hakkındaki hatırlatıcıların kullanımı ve ürünün odaklanılan yanları arasındaki ilişkiyi incelemek.	Para (Ürün)	Deneysel Tasarım
Chen, vd. (2017)	Ölçek	ANOVA, Lojistik Regresyon Analizi	Nakit veya kredi kartı ile ödemeyi kurgulama seviyeleri açısından incelenmek.	Ödeme Şekli (Ürün)	Deneysel Tasarım

Yang ve Zhang, (2018)	Ölçek	ANOVA, Lojistik Regresyon Analizi, Bootstrap Analizi	Tüketicilerin özgün ve kibirli övünçlerinin, arzu edirlilik ve fizibilite açısından ürün değerlendirmesindeki rolünü incelemek.	Övünç (Ürün)	DeneySEL Tasarım
McGowan, vd. (2019)	Ölçek	ANOVA	Yüksek ve düşük kimlikleyiciler açısından dissosiyatif grupların bireyin ürün tercihi üzerindeki etkisi incelemek.	Dissosiyatif Gruplar (Ürün)	DeneySEL Tasarım
Boukis, vd. (2021)	Mülakat, Ölçek	Nitel Veri Analizi, Yapısal Eşitlik Modellemesi, Faktör Analizi	Ön cephe çalışanlarının marka hakkında sahip oldukları kurgulamaların markanın vaatlerinin müşterilere iletilmesi üzerindeki rolünü anlamak.	Marka İletişimi (Marka)	Karma Yöntem
Zhu, vd. (2017)	Ölçek	ANOVA	Farklı kurgulamalar altında farklı bağış stratejilerinin tüketicinin marka değerlendirmesi ve satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemek.	Marka Değerlendirmesi (Marka)	DeneySEL Tasarım

# İşletmelerde Uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluğu Faaliyetlerinin Çalışanların Çevreci Davranış Performanslarına Etkisi

(The Effect of Corporate Environmental Responsibility Activities Implemented in Businesses on Environmental Behavior Performance of Employees)

Bekir DEĞİRMENCİ<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Öğr. Gör. Dr., Adıyaman Üniversitesi, Besni Ali Erdemoğlu Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, bdegirmenci@adiyaman.edu.tr

## Öz

Bu çalışma kapsamında işletmelerde uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların Çevreci Davranışlarına etkilerini inceleyen ve 2019-2021 yılları arasında yapılan akademik makalelerin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda 9 yabancı ve 2 yerli çalışma olmak üzere 11 çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların 10'u nicel ve 1'i de nitel yöntemle dayanmaktadır. Kurumsal Çevre Sorumluluğunun Çevreci Davranışlara etkisine yönelik 2019-2021 yılları arasında yapılan çalışmaları inceleyen bu çalışmada en fazla çalışmanın Pakistan'da yapıldığı tespit edilmiştir. Çalışma bulguları içerisinde en dikkat çeken bulgulardan birisi de sektörel bazda yapılan karşılaştırmalar olmuştur. Üretim sektöründe yapılan çalışmalar farklı birçok işkolunu kapsamakta iken hizmet sektöründe sadece konaklama işletmelerine yönelik yapılan çalışmaların ön planda olması dikkat çekicidir. Gelecekte yapılması planlanan çalışmaların sağlık, güvenlik, eğitim, finans gibi hizmet sektöründe yer alan farklı iş kollarında yapılması sayesinde literatüre olumlu katkılarının olacağı tahmin edilmektedir.

## Anahtar Kelimeler:

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Çevre Sorumluluğu, Çevreci Davranışlar

## Makale türü:

Araştırma

## Abstract

Within the scope of this study, it was conducted to examine the effects of Corporate Environmental Responsibility activities implemented in businesses on the Environmental Behaviors of employees and to examine the academic articles made between 2019-2021. The qualitative research method was used within the scope of the study. The obtained data were analyzed by the content analysis method. As a result of the analysis, it was determined that 11 studies, 9 foreign and 2 domestic studies, were carried out. 10 of the studies are based on the quantitative method and 1 is based on the qualitative method. In this study, which examines the studies on the effect of Corporate Environmental Responsibility on Environmental Behaviors between the years 2019-2021, it was determined that most studies were conducted in Pakistan. One of the most striking findings among the findings of the study was the comparisons made on a sectoral basis. While the studies carried out in the production sector cover many different business lines, it is remarkable that the studies carried out only for accommodation enterprises in the service sector are at the forefront. It is estimated that the studies planned to be done in the future will have positive contributions to the literature, thanks to the fact that they are carried out in different business lines in the service sector such as health, security, education, and finance.

## Keywords:

Corporate Social Responsibility, Corporate Environmental Responsibility, Environmental Behaviors

## Paper type:

Research

Başvuru/Received: 20.07.2022 | Kabul/Accepted: 06.09.2022, iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %13

**Atıf/Citation:** Değirmenci, B. (2022). İşletmelerde Uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluğu Faaliyetlerinin Çalışanların Çevreci Davranış Performanslarına Etkisi, *İşletme*, 3(2), 57-71.

## Giriş

Günümüzde insan kaynaklı çevre sorunları dünyanın en fazla üzerinde durması gereken konulardan birisi haline gelmiştir. Çevrenin tahrip edilmesi sonucunda gelecek kuşaklardan emanet aldığımız yerkürenin insan kaynaklı tahribatlar sonucunda ciddi sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır. İnsan kaynaklı sorunlar, insan ve diğer canlıların sağlığını tehdit etmekte ve doğal çevreden kaynaklı fırtınalar, sel felaketleri, depremler, kuraklık gibi olumsuz durumların yaşanmasına neden olmaktadır. Bu nedenle çevresel sorunların tespiti, önlenmesi ya da ortaya çıkmadan gerekli tedbirlerin alınması gibi bir takım çözüm önerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

İşletmelerin ve özellikle imalat sektöründe faaliyet gösteren firmaların çevresel etkileri konusunda kamuoyu bilinci günümüzde her zamankinden daha fazla artış göstermektedir. Kamuoyu, işletmelerin çevreye karşı sorumlu davranmalarını talep etmektedir (Ahmad vd., 2021: 1139). Sürdürülebilir bir toplum, çevreyi korumak için önemli yatırımlar yapan işletmelerin ürün ve hizmetlerini daha fazla tercih etmektedir (Afsar ve Umrani, 2020). Çalışanlar, iş ilişkilerini, güvenlik uygulamalarını, finansal güvenliği ve iş politikalarını desteklemede kilit oyunculardır. Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden işletmeler, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) girişimlerini farklı yollarla (e-posta, haber bültenleri, seminerler, vb.) çalışanlarına iletir, böylece çalışanlar işyerlerinin çevresel etkiyi nasıl azaltmayı amaçladığını anlar (Afsar vd., 2020). Bu durumda muhtemelen çalışanların çevre dostu girişimlerde bulunma olasılığını arttıracaktır (Afsar ve Umrani, 2020). Çevre dostu davranışlar sergileme, hem sosyal değişim hem de karşılıklılık teorileri ile uyumludur. Çalışanlar, işyerinden aldıkları destekler sayesinde gönüllü ve isteğe bağlı davranışlar sergilerler (Norton vd., 2015). İşletmeler, rekabet avantajı elde etmek ve çevrenin gelişimi ile sürdürülebilirliği arasında bir denge sağlamak için Kurumsal Çevre Sorumluluğu faaliyetlerine gereken hassasiyeti göstermelidir (Ahmed vd., 2020: 2225). Günümüzde işletmelerin çevresinde meydana getirdiği olumsuz etki; medya, sivil toplum kuruluşları ve devlet tarafından sıkça dile getirilmektedir. Toplumun ve kanun yapıcıların baskıları karşısında birçok işletme çevreye yönelik eylemleri faaliyete geçirmek yoluyla eleştirilerin odağında yer almama konusunda çaba sarf etmektedirler. Günümüz kurumsal işletmeleri, stratejik raporlarında ve politikalarında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer vermektedir (Boğan, 2020: 89).

Çalışmanın temel amacı 2016-2019 yılları arasında yabancı ve yerli literatürde yer alan ve aynı zamanda işletmelerin Kurumsal Çevre Sorumluluğu faaliyetlerinin çalışanların Çevreci Davranışlarına etkisinin bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Literatür incelendiğinde işletmelerin çevreye yönelik sorumlulukları ağırlıklı olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) başlığı altında incelenmiştir (Akgöz ve Engin, 2018; Atagan vd., 2019; Suganthi, 2019). Çevreci davranışlar ise genelde çevre dostu davranışlar (Değirmenci ve AYTEKİN, 2021) ve sürdürülebilir davranışlar (Vatansever vd., 2018) şeklinde ifade edilmiştir. Yabancı literatür incelendiğinde ise "Employee Green Behavior (Çalışanların Çevreci

Davranışları)" ve "Employees Pro-Environmental Behavior (Çalışanların Çevre Dostu Davranışları)" şeklinde yer aldığı fark edilmiştir. Farklı kavramlarla anlatılmaya çalışılan kavramların temel noktası işletmelerde uygulanan çevresel faaliyetlerin çalışanların çevreci davranışlarında meydana getirdiği etkilerin ve olumlu değişikliklerin altı çizilmiştir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada KSS kavramı Kurumsal Çevre Sorumluluğu (KÇS) ve Çevre Dostu Davranışlar (ÇDD) ise Çevreci Davranışlar (ÇD) şeklinde ifade edilmiştir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulguların işletmeler tarafından uygulanan çevre etkinlikleri ve çevreci davranışlar literatürüne olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma kapsamında neden sonuç ilişkisi; sosya değişim teorisi, paydaş teorisi gibi bir takım teoriler kapsamında incelenmiştir. Örneğin yapılan akademik bir çalışmada, Çevre Dostu Davranışlara yönelik tutum, algılanan davranış kontrolü, öznel normları eyleme geçme niyeti ile ilgili planlı davranış teorisinden yola çıkılmıştır. Planlı davranış teorisine göre liderlerin ve örgütsel desteğin çalışanların çevre dostu davranışlar sergilemesinde önemli ölçütler olduğu iddia edilmektedir (Suganthi, 2019: 740). Yapılan bir başka akademik çalışmada, oteller tarafından gerçekleştirilen KSS girişimlerinin çalışanların tutum ve davranışlarını etkileyebileceğini savunarak Sosyal Öğrenme Teorisi kapsamında konu incelenmiştir. Sosyal Öğrenme Teorisini, KSS ve ÇÇDD ilişkisinde uygulayarak, mevcut literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. İlgili çalışmanın bulguları, KSS'nin Çevreci Davranışlarla olumlu bir ilişkisi olduğunu tespit etmiştir. Bu doğrultuda sosyal ortamlarda bulunan çalışanların daha fazla çevreci davranış sergilemelerinin mümkün olduğunun altı çizilmiştir (Khattak, 2021: 10). Çalışmanın bundan sonraki kısımları; literatür incelemesi, yöntem, bulgular, sonuç, tartışma ve öneriler şeklinde geliştirilmiştir.

## 1. Literatür İncelemesi

Çalışmanın bu bölümünde kurumsal çevre sorumluluğu ve çalışanların çevreci davranışlar arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılması bakımından sırasıyla, kurumsal çevre sorumluluğu, çalışanların çevreci davranışları ve son olarak Kurumsal Çevre Sorumluluğu ve Çalışanların Çevreci Davranışları İlişkisine değinilmiştir.

### 1.1. Kurumsal Çevre Sorumluluğu

Kurumsal Çevre Sorumluluğu (KÇS) genel olarak işletmelerin sorumlulukları dâhilinde çevreye karşı yükümlü olduğu faaliyetleri kapsamaktadır. Karassin ve Bar-Haim (2016), kurumsal çevresel sorumluluğunu etkileyen faktörleri belirlemek için çok düzeyli bir model önermiştir. Yapmış oldukları çalışmada, Kurumsal Çevresel Sorumluluğu, KSS'nin bir boyutu olarak açıkladılar. Düzenleyici güç gibi kurumsal düzeydeki değişkenlerin KÇS ile ilişkili olduğunu; kültür, tutum ve davranış gibi örgütsel düzeydeki değişkenlerin ise KÇS ile güçlü ve pozitif bir ilişkisi olduğunu tespit ettiler.

Ko vd. (2019), işletmelerin çevre politikaları, çalışanların çevresel davranışlar sergilemelerinde kilit role sahiptir. Çevre politikalarını önemseyen işletmelerin



çalışanları, işyerlerinin çevresel katkılarından ötürü mutluluk duyarlar. Böyle bir çevresel strateji, çalışanların işyerine olan bağlılığını arttırır. Böylece sürdürülebilir davranışlarını canlandırabilir ve sonuç olarak da kurumsal çevresel performansa olumlu etki eder. Böylece işletmelerin kurumsal çevresel performansları olumlu yönde etki gösterir (Radic vd., 2020).

Yapılan akademik bir çalışmada, işletmelerin KÇS açısından en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin; fidan dikme, ağaçlandırma ve orman geliştirme projelerinin yer aldığı; çevre kirliliğinin önlenmesi, biyoçeşitlilik ve doğa hayvanlarının korunmasına yönelik faaliyetlere yer verildiği görülmektedir (Aytar, 2019: 332). Yapılan bir başka çalışmada ise KÇS faaliyetleri kapsamında da en fazla doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik faaliyetlere yoğunlaştığı tespit edilmiştir. En az önem gösterilen çevresel faaliyetin ise karbon ayak izini azaltmaya yönelik çalışmalar olduğu tespit edilmiştir (Macit ve Aytar, 2021: 62). İşletmelerin Kurumsal Çevresel Sorumluluk faaliyetleri son yıllarda ağırlıklı olarak; çevrenin korunması, gelecek kuşaklara daha yaşanabilir bir dünya bırakılması, ağaçlandırma ve yeşillendirme konusunda hassasiyet gösterilmesi, sıfır atık, üretim ve hizmet kaynaklı işletme faaliyetlerinde geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanılmasına azami hassasiyetin gösterilmesi gibi konuları içermektedir.

## 1.2. Çalışanların Çevreci Davranışları

Ones vd. (2018) Çevreci Davranışları (ÇD) “çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunan eylem ve davranışlara çalışanların destek sağlaması” şeklinde açıklamıştır. De Roeck ve Farooq (2018), ÇD’yi “çalışanların işyerinde işleriyle ilgili eylemleri çevreye uygun bir şekilde yerine getirmeleri (örneğin, kaynakların rasyonel kullanımı, geri dönüşüm, daha yeşil politikaların oluşturulması, çevresel girişimlere aktif katılım)” şeklinde açıklamıştır. Sonuç olarak Çevreci Davranışlar; işyerinde mümkün olduğu kadar geri dönüşümü olan malzemelerin kullanılması, enerji tasarrufu için kullanılmadığı durumlarda ışıkların kapalı tutulması, kaynakların verimli kullanılması ve israfı önlemek için belgelerin elektronik ortamda yönetilmesi (fiziksel ortamda saklanması için baskı yapılması tercih edilmemektedir) gibi eylemleri içermektedir (Opoku-Dakwa vd., 2018). Çalışanların çevreci davranışları, onların çevreye faydalı olacak davranışlar sergilemeleri şeklinde açıklanabilir (Unsworth vd., 2013). Çevreci davranışlar, çalışanların iş yerinde işlerini yürütürken sergiledikleri çevreye yönelik pozitif davranışlarıdır. ÇD, işletmelerin çevresel performanslarını geliştirmek ve sürdürülebilir hedeflere ulaşmak için takip ettikleri birkaç stratejiden biridir (Ahmed vd., 2020: 2230).

Çalışanların Çevreci Davranışları işyerinde çalışanların çalışmadığı zaman dilimlerinde ışıkları kapalı tutması, mümkünse yazıcıdan çıktı alırken kâğıdın iki tarafını kullanılması, işyerinde su israfından kaçınılması, merdivenlerden çıkarken asansör yerine merdivenlerin kullanılması, geri dönüşümü olan malzemelerin kullanımının tercih edilmesi gibi çalışanların çevre odaklı davranışlarını ifade etmektedir.

### **1.3. Kurumsal Çevre Sorumluluk Faaliyetleri ve Çalışanların Çevreci Davranışları İlişkisi**

Günümüz dünyasında işletmeler doğal çevrenin korunması için çaba sarf etmektedir. Bu nedenle firmalar sürdürülebilir üretim ve çözüm arayışına doğru yönelmektedir. Firmaların uyguladığı pratik çözümlerden birisi de, çalışanlarını gönüllü çevre dostu davranışlarda bulunmaya teşvik etmektir (Raza vd., 2021: 1195). Çalışanların çevreci davranışları, ödüllendirilmeyen bir tür ekstra rol davranışdır ve çalışanların bu tür davranışlar sergilemeleri, örgütsel verimlilik ve kolektif refah içindir (Afsar ve Umrani, 2020).

Tian ve Robertson (2017), otel çalışanlarının algıladıkları KÇS uygulamalarının “gönüllü çevreci davranışları” nasıl ve ne şekilde etkilediğini ortaya çıkarmaya yönelik akademik bir çalışma yürüttüler. İşyerlerinde Kurumsal Çevre Sorumluluk girişimlerinin uygulanmasının ve yeşil uygulamaların benimsenmesinin, işyerinde çalışanların çevreci davranışlarının yanı sıra işyeri performansını artırması beklenmektedir (Suganthi, 2019: 746). Yapılan bir başka akademik araştırmada, işyerinde uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların çevreci davranışlarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği ortaya çıkarılmıştır (Khattak vd., 2021: 2).

Yapılan akademik bir çalışmanın bulguları, mikro düzeydeki KÇS girişimlerinin doğrudan ( $\beta = 0.39^{**}$ ) çalışanların ÇD etkilediğini ortaya çıkarmıştır. İlgili çalışmada Çalışanların Çevreci Davranışlar sergilemelerinde işletmelerin uyguladığı Kurumsal Çevre Sorumluluğu etkinliklerinin %39 bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bir diğer anlatımla çalışanların çevreci davranışlar sergilemesinde işletmelerin uyguladığı çevreci politikaların önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Ahmad vd., 2021: 1138).

Çağdaş işletmeler, çevre üzerindeki olumsuz etkilerinden işletmelerin sorumlu tutulması gerektiğini düşünen tüketiciler gibi farklı paydaşların gereksinimleri ve yasalardan kaynaklanan baskılarla yüzleşmek için Kurumsal Çevre Sorumluluğunu bir araç olarak kullanmaktadır (İslam vd., 2019). İşyerlerinde uzun çalışma saatleri, işgücü piyasasındaki rekabet, iş sözleşmeleri, teknolojik baskılar, küresel işbirliği, işyerlerinde çok fazla olan çalışan sayısı ve çevre ile ilgili konular gibi dinamikler çalışanların davranışlarını etkilemektedir (Tian ve Robertson, 2017). Yapılan akademik bir çalışmada, işyerlerinde uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluğu etkinliklerinin çalışanların duygu, tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (Lu vd., 2020). Fernandez-Gago vd. (2020), işyerlerinin Kurumsal Çevre bilinciyle hareket ettiğini gören çalışanlar, daha fazla çevreci sergiledikleri tespit etmişlerdir.

Doğal çevreyi iyileştirmeye yönelik KÇS faaliyetlerinde bulunan firmalar, çalışanlarına zorunlu iş rollerinin ötesine geçmeleri ve çevreye karşı isteğe bağlı davranışlar sergilemeleri için ilham vermekte ve iş arkadaşlarının çevreci alışkanlıklar geliştirmelerine yardımcı olmaktadır (Tuan, 2018). Bir diğer anlatımla KÇS eko-sivil katılım (örgütsel çevre programlarına katılım), eko-yardım (iş arkadaşlarına çevreci davranışlarda bulunmalarına yardımcı olma) ve eko-girişimler olmak üzere üç boyutlu bir yapıya hizmet etmektedir (Cheema vd., 2020: 12).

## 2. Yöntem

Çalışma kapsamında yerli ve yabancı literatürde yer alan ve 2019-2021 yılları arasında yapılan “KSS ve Çalışanların Çevreci Davranışlarını” kapsayan makaleler incelenmiştir. 2022 yılı çalışmanın kapsamına dâhil edilmiştir. Çünkü verilerin toplandığı 2022 yılının Mayıs-Haziran ve Temmuz ayları içerisinde henüz 2022 yılında yayınların tamamlandığı ve yılın geri kalan aylarında yeni çalışmaların yayında olacağı tahmin edildiği için çalışma kapsamının dışında tutulmuştur. Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri, kitap ve kitap bölümleri ve tebliğler (bildiriler) çalışmanın inceleme alanı dışındadır. Çalışma dizayn edilirken ikinci veri toplama yöntemi olan nitel veri toplama yönteminden faydalanılmıştır. Çalışmanın kapsamına uygun akademik çalışmalar “<https://scholar.google.com/>” sitesinden ulaşılmıştır. Toplanan ikincil verilerin yorumlanmasında içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Çalışma iki kategoride incelenmiştir. İlk olarak yabancı literatürde yer alan çalışmalar incelenmiştir. İkinci aşamada yerli literatürde çalışmayla ilişkili olduğu düşünülen bilimsel yayınlara ulaşılmıştır.

## 3. Bulgular

İlk olarak yabancı literatürde Kurumsal Çevre Sorumluluğun çalışanların Çevreci Davranışlarını inceleyen araştırmalara ulaşılmıştır. 2019 ile 2021 yılları arasında 9 yabancı ve 2 yerli yayına ulaşılmıştır. Bu yayınlar hakkında bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. 2019-2021 Yılları Arasında Yapılan Çalışmalar

Kaynak	Yayın Adı	Amaç	Bulgular
1-Suganthi, L. (2019).	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Performans Arasındaki İlişki ve Çalışanların İşyerinde Yeşil Çevre Dostu Davranışlarının Aracılık Etkisinin İncelenmesi	KSS girişimlerinin benimsenmesi, yeşil uygulamaların hem ürün hem de süreçle ilgili faaliyetler ve bu uygulamaların işyeri performansı ve çalışanların çevre dostu davranışları (ÇDD) üzerindeki etkisi ile ilgili kavramsal çerçeveyi incelemek amacıyla yapılmıştır.	İşyerlerinde uygulanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerini Çalışanların Çevre Dostu Davranışlarını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna varılmıştır.
2-Khattak, S. R., Nouman, M., Fayaz, M., Cismaş, L. M., Negruț, L., Negruț, C. V., & Salem, S. (2021).	Otelcilik Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çalışanların Yeşil Davranışı: Ülkeler Arası Bir Çalışma	Bu araştırma, çalışanların KSS algılarının onların yeşil davranış sergilemelerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır.	1.KSS uygulamaları (çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algıları) çalışanların çevre dostu davranışlarını etkiler. 2. Çalışanların refahı (iyi oluşu) KSS ile ÇDD ilişkisinde aracılık rolü vardır.

			3. Otellerde uygulanan çevre stratejileri, KSS ile ÇDD ilişkisinde düzenleyicilik rolü vardır.
3- Ahmed, M., Zehou, S., Raza, SA., Qureshi, MA., and Yousufi, SQ (2020).	KSS ve çevresel tetikleyicilerin çalışanların yeşil davranışı üzerindeki etkisi: Çalışan refahının aracılık etkisi	Bu makale, kurumsal sosyal sorumluluğun (KSS) ve çevrenin üç yeşil tetikleyicisinin (duyarlılık, endişe ve bilgi) çalışan refahı ve yeşil davranış üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır.	<p>KSS, çevresel endişe ve bilginin çalışan refahı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, buna karşın çevresel duyarlılığın çalışanların refahı üzerinde olumlu ancak anlamsız bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.</p> <p>Çevresel kaygı, bilgi ve esenlik yeşil davranış üzerinde olumlu bir etkiye sahipken, KSS ve çevre bilgisinin olumlu ancak anlamsız bir etkiye sahiptir.</p> <p>Çalışanların refahı, KSS ve yeşil davranış arasındaki ilişkiye tam aracılık etkisi bulunmaktadır.</p> <p>Çalışanların refahı, çevresel duyarlılık ve çalışanların çevre dostu davranışları arasındaki ilişkide tam aracılık etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte, çevresel endişe ile çalışanların yeşil davranışı arasında kısmi bir aracılık gözlemlenmiştir.</p> <p>Bulgular ayrıca çevresel bilgi ile çalışanların yeşil davranışı arasında herhangi bir aracılık</p>

			bulunmadığını göstermektedir.
4- Ahmad, N., Ullah, Z., Arshad, M. Z., waqas Kamran, H., Scholz, M., & Han, H. (2021).	Mikro düzeyde kurumsal sosyal sorumluluk ile çevresel performans arasındaki ilişki: Çalışanların çevreci davranışlarının aracılık rolü ve cinsiyetin düzenleyici rolü	Bu çalışma, mikro düzeyde KSS'nin Çevresel Performans (ÇP) üzerindeki rolünü ve çalışanların çevre dostu davranışları (ÇDD) ve cinsiyet tarafından nasıl etkilendiğini vurgulayarak bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.	Bu çalışmanın sonuçları, mikro düzeydeki KSS girişimlerinin doğrudan ( $\beta= 0.39^{**}$ ) ve dolaylı olarak ( $\beta= 0.031^{**}$ ) çalışanların ÇDD aracılığıyla bir işletmenin çevresel performansını etkilediğini doğrulamaktadır. Cinsiyete bağlı dolaylı ve koşullu etkileşimde, kadınların ( $\beta= 0.17^{**}$ ) erkeklerden daha güçlü bir etki gösterdiği ( $\beta= 0.031^{**}$ ) tespit edilmiştir.
5-Cheema S, Afsar B, and Javed F (2020).	Çalışanların çevreye yönelik kurumsal sosyal sorumluluk algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışları: Örgütsel özdeşleşme ve çevresel yönelimin aracılık rolü	Bu çalışmanın amacı, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) algıları ile çevreye yönelik örgütsel vatandaşlık davranışlarına katılımları arasındaki ilişkide, örgütsel özdeşleşme ve çevresel yönelimin aracılığını incelemektir.	KSS algılarının çalışanların çevreye yönelik örgütsel vatandaşlık davranışlarını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
6-Raza, A., Farrukh, M., Iqbal, M. K., Farhan, M., & Wu, Y. (2021).	Kurumsal sosyal sorumluluk ve çalışanların gönüllü çevreci davranışı: Örgütsel gurur ve çalışan bağlılığının rolü	Otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetlerine ilişkin algılarının, çalışanların gönüllü çevre dostu davranışları (GÇDD) üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır.	KSS faaliyetleri çalışanların gönüllü çevre dostu davranışlarını doğrudan etkilediği tespit edilmiştir. Dahası, KSS ve Gönüllü Çevre Dostu Davranışlar arasındaki ilişkide Çevresel Bağlılık ve Örgütsel Gururun paralel ve sıralı arabuluculuğu ilişkisini de doğrulanmıştır.
7- Cheema, S., Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., & Maqsoom, A. (2020).	Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının, çalışanların çevre	Bu çalışmada, çalışanların KSS algılarının çevre dostu davranışlarına	KSS uygulamalarının çevre dostu davranışlar üzerindeki doğrudan etkisi ve

	dostu davranışlarını nasıl etkiler? Örgütsel özdeşleşmenin, kurumsal girişimciliğin ve çevre bilincinin etkisi	etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık ve kurumsal girişimciliğin ve çalışanların çevre bilincinin düzenleyicilik etkisinin ortaya konulması ve böylece KSS ile yeşil çevre literatürüne katkı sağlamayı hedeflemektedir.	örgütsel özdeşleşme (kimlik) yardımıyla dolaylı etkisi anlamlı çıkmıştır.
8- Afsar B, Umrani WA. (2020).	İşyerlerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çevre Dostu Davranışlar: Ahlaki Yansıma, İş Arkadaşları Çevre Savunuculuğu ve Çevresel Bağlılığın Rolü	Bu çalışmada çalışanların KSS algılarının çevre dostu davranışlarına etkisi incelenmiştir.	Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algısının, çalışanların çevreye duyarlı davranışlarıyla pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir.
9- Su, L., & Swanson, S. R. (2019).	Algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun otel çalışanlarının refahı ve destekleyici yeşil davranışları üzerindeki etkisi: Çalışan-İşyeri ilişkisinin aracılık rolü	Çalışma kapsamında, algılanan kurumsal sosyal sorumluluğun çalışan-işyeri ilişkisi (örgütsel güven, örgütsel özdeşleşme) ve ardından çalışanların refahı ve yeşil işyeri davranışlarına katılımları üzerindeki etkisini araştırmıştır.	Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları; güveni, özdeşleşmeyi, refahı ve yeşil davranışı doğrudan etkilemiştir. Örgütsel güven ve özdeşleşme aynı zamanda çalışan refahını ve yeşil davranışı doğrudan etkiler ve çalışan refahı yeşil davranışı daha da arttırdığı tespit edildi.
10- Değirmenci, B. ve AYTEKİN, M. (2021).	Çalışanların Çevreye Bağlılıkları ve Çevre Dostu Davranışlar İlişkisi: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Aracılık Rolü	Çalışanların çevresel duyarlılığının çevre dostu davranışlarla ilişkisini, kurumsal sosyal sorumluluk algısının bu ilişkide aracılık rolünü ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır.	Kurumsal sosyal sorumluluk algısı çevre dostu davranışları pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir.
11-Boğan, E. (2020).	Turizm ve Ağır Lama Sektöründe Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Tepkileri Üzerine	Turizm sektöründe çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik verdikleri tepkileri araştıran makalelerin	Çalışmaların büyük bir kısmının International Journal of Hospitality Management ve International Journal

	Bibliyometrik Bir Çalışma	incelenmesi amacıyla yapılmıştır.	of Contemporary Hospitality Management dergilerinde yayınlandığı belirlenmiştir.  Çalışmanın bulguları arasında, genellikle Asya ülkelerini kapsadığı ve en çok yayının 2019 yılında yapıldığı tespit edilmiştir.
--	---------------------------	-----------------------------------	---

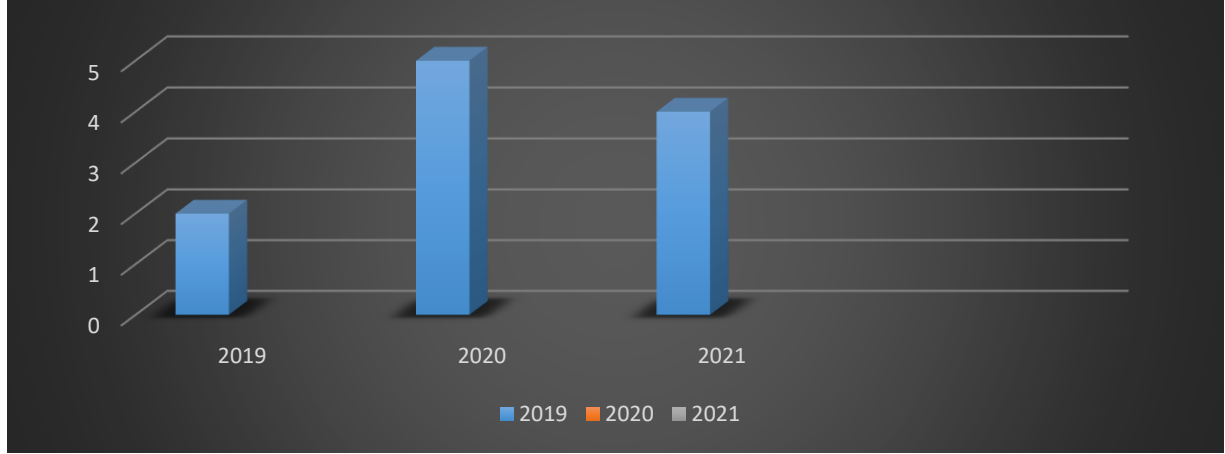
Tablo 2’de ise 2016-2019 yılları arasında yapılan çalışmaların hangi ülke, sektör ve hedef kitleye yönelik yapıldığına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Hedef kitle olarak; çalışanlar, yöneticiler ve işyeri sahipleri şeklinde üç sınıfa ayrılmıştır.

Tablo 2. 2016-2019 Yılları Arasında Yapılan Çalışmaların Ülke, Sektör ve Hedef Kitlesine İlişkin Bilgiler

Kaynak	Yapıldığı Ülke	Sektör Bilgisi	Hedef Kitle
1-Suganthi, L. (2019).	Hindistan	Hizmet ve Bilgi Teknolojisi	İşgörenler (İşçiler)
2-Khattak, S. R., Nouman, M., Fayaz, M., Cismaş, L. M., Negruş, L., Negruş, C. V., & Salem, S. (2021).	Pakistan ve İtalya	Konaklama	Otel Çalışanları
3- Ahmed, M., Zehou, S., Raza, SA., Qureshi, MA., and Yousufi, SQ (2020).	Pakistan	Konaklama	Otel Çalışanları
4- Ahmad, N., Ullah, Z., Arshad, M. Z., waqas Kamran, H., Scholz, M., & Han, H. (2021).	Pakistan	İmalat ve Hizmet	Çalışanlar
5-Cheema S, Afsar B, and Javed F (2020).	Pakistan	Otomotiv, Çimento, Plastik, İlaç, Petrol ve Gaz ve Tekstil	Çalışanlar
6-Raza, A., Farrukh, M., Iqbal, M. K., Farhan, M., & Wu, Y. (2021).	Pakistan	Konaklama	Çalışanlar
7- Cheema, S., Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., & Maqsoom, A. (2020).	Pakistan	Konaklama	Çalışanlar ve Yöneticiler
8- Afsar B, Umrani WA. (2020).	Pakistan	Fosil Yakıt, Çimento, Otomotiv, İlaç ve Tarım	Çalışanlar

9- Su, L., & Swanson, S. R. (2019).	Çin	Konaklama	Çalışanlar
10- Değirmenci, B. ve Aytekin, M. (2021).	Türkiye	Tekstil	Çalışanlar
11-Boğan, E. (2020).	Türkiye	Bibliyometrik	Nitel veri Toplama

Aşağıda yer alan Şekil 1’de ise 2016-2019 yılları arasında yapılan çalışmaların dağılımına yer verilmiştir.



Şekil 1. Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Tablo 3’de ise 2016-2019 yılları arasında yapılan çalışmalarda kullanılan yöntemler ve hangi tür aracı değişkenlere yer verildiğine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 3. Kullanılan Yöntemler ve Aracı Değişkenlere İlişkin Bulgular

Kaynak	Yöntem	Aracı Değişkenler
1-Suganthi, L. (2019).	Nicel Yöntem	Yeşil Uygulamalar
2-Khattak, S. R., Nouman, M., Fayaz, M., Cismaş, L. M., Negruţ, L., Negruţ, C. V., & Salem, S. (2021).	Nicel Yöntem	Refah (İyi Oluş), Çevre Stratejisi
3- Ahmed, M., Zehou, S., Raza, SA., Qureshi, MA., and Yousufi, SQ (2020).	Nicel Yöntem	Çalışanların Refahı (İyi Oluşu)
4- Ahmad, N., Ullah, Z., Arshad, M. Z., waqas Kamran, H., Scholz, M., & Han, H. (2021).	Nicel Yöntem	Cinsiyet, Çalışanların Çevreci Davranışları
5-Cheema S, Afsar B, and Javed F (2020).	Nicel Yöntem	Örgütsel Özdeşleşme ve Çevresel Yönelim
6-Raza, A., Farrukh, M., Iqbal, M. K., Farhan, M., & Wu, Y. (2021).	Nicel Yöntem	Gurur, Çalışan Bağlılığı ve Empati
7- Cheema, S., Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., & Maqsoom, A. (2020).	Nicel Yöntem	Örgütsel Özdeşleşme, Kurumsal Girişimcilik, Çevre Bilinci
8- Afsar B, Umrani WA. (2020).	Nicel Yöntem	Ahlaki İnançlar, İş Arkadaşları Çevre Savunuculuğu, Çevresel Bağlılık



9- Su, L., & Swanson, S. R. (2019).	Nicel Yöntem	Örgütsel Güven, Çalışanların Refahı, Örgütsel Özdeşleşme
10- Değirmenci, B. ve Aytekin, M. (2021).	Nicel Yöntem	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
11-Boğan, E. (2020).	Nitel Yöntem (Bibliyometrik)	-

#### 4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmanın temel amacı işletmelerde uygulanan Kurumsal Çevre Sorumluluğunun çalışanların Çevreci Davranışlarına yönelik etkisine yönelik 2016-2019 yılları arasında yapılan yabancı ve yerli literatürde yer alan çalışmaların incelenmesini amaçlamıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada içerik analizinden faydalanılmıştır. Çalışmanın vücut bulması yaklaşık üç ay sürmüştür. Bu süreçte ikinci veriler titizlikle incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda yabancı literatürde dokuz ve yerli literatürde iki olmak üzere toplam on bir çalışmaya rastlanmıştır.

İlk olarak 2016 ve 2019 yılları arasında yapılan çalışmalara yönelik “kaynak, amaç ve bulgulara” ilişkin bilgiler sınıflandırılarak tablo halinde sunulmuştur (Tablo 1). Tablo 1’de görüldüğü gibi yapılan tüm çalışmalarda işletmelerde uygulanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerinin (Kurumsal Çevre Sorumluluğunun) çalışanların çevreci davranışlarını (Çevre Dostu Davranışları) pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediğine ilişkin kanıtlara (bulgulara) ulaşılmıştır.

Çalışma kapsamında ikinci olarak, çalışmaların yapıldığı ülke, sektör ve hedef kitleye yönelik bulgulara yer verilmiştir (Tablo 2). Elde edilen bulgular incelendiğinde ilk olarak çalışmaların yapıldığı ülkeler dikkat çekmektedir. Kurumsal Çevre Sorumluluğunun çalışanların Çevreci Davranışlarına etkisini inceleyen çalışmaların; 1’i Hindistan’da, 7’sinin Pakistan’da, 2 çalışmanın Türkiye’de, 1 çalışmanın İtalya ve 1 çalışmanın da Çin’de yapıldığı görülmüştür. Çalışmaların yapıldığı sektörler bazında incelendiğinde ise; hizmet, bilgi teknolojisi, konaklama, imalat, otomotiv, çimento, plastik, ilaç, petrol ve gaz, tekstil, fosil yakıt, tarım ve tekstil olmak üzere imalat ve hizmet sektörlerine yönelik farklı sektörlerde çalışmaların yapıldığı fark edilmiştir. Fakat hizmet sektöründe sadece konakla işletmelerine yönelik çalışmaların yapılmış olması düşündürücüdür. Hedef kitle bazında düşünüldüğünde ağırlıklı olarak çalışanlar olmakla birlikte bir çalışmada yöneticilere yönelik çalışma yürütülmüştür. Ayrıca bir çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır.

Yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımı Şekil 1’de gösterilmiştir. Buna göre 2019 yılında 2 çalışma, 2020 yılında 5 çalışma ve 2021 yılında 4 çalışmaya rastlanmıştır. Tablo 3’de ise yapılan çalışmalar “kullanılan yöntemler ve aracı değişkenlere” göre sınıflandırma yapılmıştır. Yapılan çalışmaların 10’u nicel yöntem ve 1’inde nitel yöntem kullanılmıştır. Çalışmalar incelendiğinde aracı değişken olarak, “yeşil uygulamalar, refah (iyi oluş), çevre stratejisi, cinsiyet, çalışanların çevreci davranışları, örgütsel özdeşleşme, çevresel yönelim, gurur, çalışan bağlılığı, empati, örgütsel özdeşleşme, kurumsal girişimcilik, çevre bilinci, ahlaki inançlar, iş arkadaşları çevre

savunuculuğu, çevresel bağlılık, örgütsel güven, kurumsal sosyal sorumluluk” kavramlarına yer verilmiştir.

Bu çalışmada nitel bir çalışma yöntemi kullanılmasına yönelik 2016-2019 yılları arasında yapılan çalışmalarda görüldüğü gibi literatüre zenginlik katacağı fikrini desteklemiştir. Çünkü 2016-2019 yılları arasında yapılan çalışmaların 10’u nicel yöntem ve sadece 1’i nitel yönteme dayanmaktadır. Gelecekte yapılması planlanan çalışmalarda daha fazla nitel yöntem yer verilmesinin literatüre olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yapılan çalışmaların hepsinde çalışanların Kurumsal Çevre Sorumluluk algılarının çevreci davranışları etkilediğinin ortaya konulmasına yönelik uygulamaların yer alması bu çalışmanın yapılaş amacına uyumlu bilgilere ulaşılması bu çalışma açısından oldukça olumludur. İleride yapılması planlanan çalışmalarda, işletmelerde uygulanan çevreye yönelik faaliyetlerin “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” kavramından “Kurumsal Çevre Sorumluluğuna” yönelik işlevselleştirilmesi önerilmektedir. Gelecekte yapılması planlanan çalışmaların işletmelerin çevresel performanslarının ölçülmesine yönelik literatürde daha fazla çalışmaya yer verilmesi tavsiye edilmektedir. Çalışma kapsamında dikkat çeken bir durumda imalat ve hizmet sektörü çeşitliliğidir. Konuyla ilgili geçmişte yapılan çalışmalar imalat sektöründe çeşitlilikle ilgili iş kolları konusunda zengin bir yapı görülmektedir. Fakat aynı durum hizmet sektörü için geçerli değildir. Çünkü geçmişte yapılan çalışmalar incelendiğinde sadece konaklama sektöründe hizmet veren işletmelere yönelik çalışmaların bulunması önemli bir eksikliklerdir. Gelecekte yapılması planlanan çalışmaların sağlık, güvenlik, eğitim, finans gibi hizmet sektöründe yer alan farklı iş kollarında yapılması sayesinde literatüre olumlu katkılarının olacağı tahmin edilmektedir. Geçmişte yapılan çalışmalar incelendiğinde tespit edilen önemli bir eksiklikte hedef kitleye yöneliktir. Yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak çalışanlar hedef alınmıştır. Sadece bir çalışma yöneticilere yönelik yapılmıştır. İşletme sahipleri ve ortaklarına yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Gelecekte yapılması planlanan çalışmalarda mutlaka yöneticileri ve işletme sahip ve ortaklarını hedef alan çalışmalara ağırlık verilmelidir.

### **Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Etik Beyanı ve Finansal Destek**

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Çalışmada Etik Kurul Raporu aranmamaktadır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

### **Kaynaklar**

Afsar, B., & Umrani, W. A. (2020). Corporate social responsibility and pro-environmental behavior at workplace: The role of moral reflectiveness, coworker advocacy, and environmental commitment, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 109-125. <https://doi.org/10.1002/csr.1777>.

- Afsar, B., Al-Ghazali, B.M., Rehman, Z.U., and Umrani, W.A. (2020). The moderating effects of employee corporate social responsibility motive attributions (substantive and symbolic) between corporate social responsibility perceptions and voluntary pro-environmental behavior, *Corp. Social Responsib. Environ. Manage.* 27 (2), 769–785.
- Ahmad, N., Ullah, Z., Arshad, M. Z., waqas Kamran, H., Scholz, M., & Han, H. (2021). Relationship between corporate social responsibility at the micro-level and environmental performance: The mediating role of employee pro-environmental behavior and the moderating role of gender, *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1138-1148. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.02.034>.
- Ahmed, M., Zehou, S., Raza, SA., Qureshi, MA., and Yousufi, SQ (2020). Impact of CSR and environmental triggers on employee green behavior: The mediating effect of employee well-being, *Corp Soc Responsib Environ Manag.*, 27: 2225–2239. <https://doi.org/10.1002/csr.1960>.
- Akgöz, B. & Engin, E. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Çevresel Vatandaşlık, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3), 276-288. Doi: 10.17680/erciyesakademia.355334.
- Atagan Çetin, A. , Doğan, S. ve Çetin, O. İ. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Çevresel Sürdürülebilirlik İlişkisi: Marmara Bölgesindeki İşletmeler Örneği, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (2) , 625-640. Doi: 10.26468/trakyasobed.517534.
- Aytar, O. (2019). BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Üzerine Bir İçerik Analizi, *OPUS International Journal of Society Researches*, 18. ÜİK Özel Sayısı, 320-340. Doi: 10.26466/opus.583811.
- Boğan, E. (2020). Turizm ve Ağırlama Sektöründe Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Tepkileri Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (1) , 87-102. Doi: 10.24010/soid.650712.
- Cheema S, Afsar B, and Javed, F. (2020). Employees' corporate social responsibility perceptions and organizational citizenship behaviors for the environment: The mediating roles of organizational identification and environmental orientation fit, *Corp Soc Resp Env Ma.*, 27: 9–21. <https://doi.org/10.1002/csr.1769>.
- De Roeck, K., & Farooq, O. (2018). Corporate social responsibility and ethical leadership: Investigating their interactive effect on employees' socially responsible behaviors, *Journal of Business Ethics*, 151(4), 923-939.
- Değirmenci, B. ve Aytekin, M. (2021). Çalışanların çevreye bağlılıkları ve çevre dostu davranışlar ilişkisi: Kurumsal sosyal sorumluluk algısının aracılık rolü, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(02), 25-38.
- Fernández-Gago, R., Cabeza-García, L., Godos-Díez, J.L., (2020). How significant is corporate social responsibility to business research? *Corp. Social Responsib. Environ. Manage.* 27 (4), 1809–1817.
- Islam, T., Ali, G., and Asad, H. (2019). Environmental CSR and pro-environmental behaviors to reduce environmental dilapidation, *Manage. Res. Rev.* 42 (3), 332–351 .
- Karassin, O., Bar-Haim, A. (2016). Multilevel corporate environmental responsibility, *J. Environ. Manag.*, 183, 110e120. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.08.051>.
- Khattak, S. R., Nouman, M., Fayaz, M., Cismaş, L. M., Negruţ, L., Negruţ, C. V., & Salem, S. (2021). Corporate Social Responsibility and Employee Green Behavior in the Hospitality Industry: A Cross-Country Study, *Sustainability*, 13(19), 10534.
- Ko, A., Chan, A., & Wong, S. C. (2019). A Scale Development Study Of CSR: Hotel Employees' Perceptions, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(4), 1857-1884. <https://doi.org/10.3390/su131910534>.
- Lu, J., Ren, L., Zhang, C., Wang, C. , Ahmed, R.R., Streimikis, J., (2020). Corporate social responsibility and employee behavior: evidence from mediation and moderation analysis, *Corp. Social Responsib. Environ. Manage.*, 27 (4), 1719–1728.
- Macit, N. ve Aytar, O. A. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmaları Benzer Temalar Üzerine Mi Yoğunlaşmaktadır? Bist 100 Şirketleri Üzerine Bir Araştırma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 43-66.

- Ones, D. S., Wiernik, B. M., Dilchert, S., & Klein, R. M. (2018). Multiple domains And Categories Of Employee Green Behaviours: More Than Conservation, In *Research handbook on employee pro-environmental behaviour* (pp. 13-38), Edward Elgar Publis.
- Opoku-Dakwa, A., Chen, C. C., & Rupp, D. E. (2018). CSR Initiative Characteristics and Employee Engagement: An impact-based perspective, *Journal of Organizational Behavior*, 39(5), 580-593.
- Radic, A., Arjona-Fuentes, J. M., Ariza-Montes, A., Han, H., & Law, R. (2020). Job Demands–Job Resources (JD-R) Model, Work Engagement, And Well-Being Of Cruise Ship Employees, *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102518. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102518>.
- Raza, A., Farrukh, M., Iqbal, M. K., Farhan, M., & Wu, Y. (2021). Corporate Social Responsibility And Employees' Voluntary Pro-Environmental Behavior: The Role Of Organizational Pride and Employee Engagement, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(3), 1104-1116. <https://doi.org/10.1002/csr.2109>.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived Corporate Social Responsibility's Impact On The Well-Being and Supportive Green Behaviors Of Hotel Employees: The Mediating Role of The Employee-Corporate Relationship, *Tourism management*, 72, 437-450. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.009>.
- Suganthi, L. (2019). Examining The Relationship Between Corporate Social Responsibility, Performance, Employees' Pro-Environmental Behavior at Work With Green Practices as Mediator, *Journal of cleaner production*, 232, 739-750.
- Tian, Q., and Robertson, J.L., (2017). How and When Does Perceived CSR Affect Employees' Engagement in Voluntary Pro-Environmental Behavior? *J. Bus. Ethics* 1e14. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3497-3>.
- Tuan, L. T. (2018). Activating Tourists' Citizenship Behavior for the Environment: The roles of CSR and Frontline Employees' Citizenship Behavior For The Environment, *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1178–1203. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1330337>.
- Unsworth, K. L., Dmitrieva, A., & Adriasola, E. (2013). Changing Behaviour: Increasing the Effectiveness of Workplace Interventions in Creating Pro-Environmental Behavior Change, *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 211–229.
- Vatansever, Ç., Kılıç, N. Dinler, G. (2018). Çalışanların Sürdürülebilirlik Davranışları ve Sürdürülebilir Çalışma Yaşamı için İnsan Kaynakları Yönetimi: Türkiye'den İki Kesit, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 29(85), 7-39.

# Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

(Disiplinlerarası Kişilik Profillerinin Temel Finansal Davranışlar Bağlamında İncelenmesi)

Yusuf POLAT<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Arş. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, yusufpolat2384@aksaray.edu.tr

## Abstract

The study is based on examining the relationship between personality positions in the context of psychodynamic object relations, psychological personality types and personality traits of horoscopes and basic financial behaviors. By using Melanie Klein's paranoid-schizoid and depressive positions, Myers-Briggs' 16 personality types and personality traits defined through 12 zodiac signs, a description of people's personality profiles was made on three different grounds. Not by asking people directly, the data of the study were collected in the form of proxy reports in order to reach more objective findings and to eliminate attitudes and perceptions. Findings related to Chi-Square analysis have been associated with a significant deterioration in individuals' basic financial behaviors of narcissistic object relations in the psychoanalytic category. In addition, although a significant difference was detected in the headings of introversion-extraversion, which is the main distinction in Myers-Briggs personality types, statistically significant but fictionally meaningless results were obtained regarding the zodiac signs.

## Keywords:

Personality Types,  
Horoscope,  
Financial Behavior

## Paper type:

Research

## Öz

Çalışma, psikodinamik nesne ilişkileri bağlamında kişilik konumları, psikolojik kişilik tipleri ve burçların kişilik özellikleri ile temel finansal davranışlar arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine kurgulanmıştır. Melanie Klein'in paranoid-şizoid ve depresif konumları, Myers-Briggs'in 16 kişilik tipi ile 12 burç üzerinden tanımlanan kişilik özellikleri kullanılarak insanların kişilik profillerine yönelik üç farklı zeminde bir betimleme yapılmıştır. Çalışmanın verileri doğrudan kişilere sorularak değil, daha objektif bulgulara ulaşmak adına ve tutum ve algıların elimine edilmesini sağlamak amaçlı olarak vekil yanıtlama şeklinde toplanmıştır. Ki-Kare analizine ilişkin bulgular psikanalitik kategoride narsisistik nesne ilişkilerinin bireylerin temel finansal davranışlarında kaydadeğer oranda bir bozulma ile ilişkilendirilmiştir. Ayrıca Myers-Briggs kişilik tiplerindeki temel ayrım olan içe dönüklük-dışa dönüklük başlıklarının da anlamlı bir farklılık tespit edilmesine rağmen burçlar ile ilgili ise istatistiksel olarak anlamlı ancak kurgusal olarak anlamsız sonuçlar elde edilmiştir.

## Anahtar Kelimeler:

Kişilik Tipleri,  
Burçlar,  
Finansal Davranış

## Makale türü:

Araştırma

Başvuru/Received: 31.07.2022 | Kabul/Accepted: 08.09.2022 , iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %5

## Introduction

Along with behavioral finance, psychological factors have become one of the main research areas for studies on personal and corporate finance in recent years. At this point, it is understood that this is not limited to psychology, and that psychiatric, neurological and pharmacological factors are generally included in the field of behavioral finance. In essence, as a discipline built on investigating and detecting violations in finance area, taking into account certain human factors that standard finance ignores, the main pillars of behavioral finance consist of topics such as psychological factors, anomalies and especially irrationality. Therefore, in this study, “psychoanalysis” and “psychology”, whose main purpose of existence is the abnormality and irrationality of the individual; and “astrology”, which is one of the most common beliefs that claims that individuals are significantly different from each other and presents a classification based on the different preferences and behaviors of individuals according to their birth charts, has been applied, considering the basic research problems of behavioral finance.

In the study, first of all, it is aimed to determine whether the personality itself (schizoid position) and object relations (depressive position), which is a psychoanalytic description of individuals, are basically a determining factor in the context of a financial behavior against the irrationality and abnormality in question, and to make interpretations with the relevant findings. Secondly, within the framework of the findings related to the Myers-Briggs personality types, which are frequently used in the literature to determine the personality profile, especially the introversion-extraversion dimensions and the other 3 dimensions that are considered to evaluate rationality, it aims to evaluate whether basic financial behaviors have specific differences categorically or not. Finally, it is aimed to make a basic evaluation of horoscopes whose results are very riveting in studies included in scientific research.

In this regard, the theoretical literature on ego and object relations, Myers-Briggs personality types and zodiac signs has been compiled as follows. The findings and evaluations of the Chi-Square analysis regarding whether the 4 orientations of the individuals on the psychoanalytic basis, the 16 personality types on the psychological basis and the 12 signs on the astrological basis show a significant difference among themselves are given below, respectively. Financial behaviors are structured in the form of financial literacy, investment ability, saving money, stay within the budget and arrogance (being open to the ideas of others in the context of overconfidence) and hedonism (where pleasure takes precedence over financial control), snobbism (where vanity takes precedence over financial control), opportunism (inclination to constantly seek financial opportunities) and carpediem (impulsivity - gratification today takes precedence over the future) behaviors as financial meaning.

### 1. Ego and Object Relations

After Freud, the most remarkable name in the history of psychoanalysis, along with Lacan, is undoubtedly Melanie Klein. At the beginning of Klein's most important discoveries is the paranoid-schizoid position, which is the first position that the human

baby takes at birth, and the depressive position, which he defines as object relations by about the sixth month (Klein, 2020, p. 43). The reason why the adjective of “paranoia” added to the schizoid position is used to express the intense anxiety that the baby has towards the outside world at the time of birth and after (Segal, 2018, p. 24-25). The keyword for an essentially non-object-relative ego description is the schizoid description. As a schizoid personality disorder known as a psychotic illness, it refers to individuals with a symptomatology that has minimal object relations, and stays away from society and communication, including their family (Çakır & Bilge, 2020). From this point of view, Klein considered the definition of schizoid appropriate by making an analogy with the object relations of a newborn baby.

The second stage, which she then calls the depressive position, refers to the situation in which object relations begin. The depressive position describes situations in which the infant is able to recognize and relate to objects (Baum, 2006). The object relations can be considered from two perspectives. The first refers to the relationships with individuals included in the “narcissistic nucleus”, such as family, spouse, relatives, close friends, and the other refers to relationships established through “empathy”. However, it should be noted right away that these positions, rather than being alternative positions, describe a context that has a sequential appearance and is intertwined with the schizoid position. In other words, the schizoid position of the individual is always present even when object relations are involved. Another point to be noted, as used in practice, narcissism belongs to the schizoid position, just as egoism does. However, the narcissism used in this study is in the context of Klein's object relations, and it is used to clarify the distinction between a narcissistic or an empathic relationship, in other words, a close or distant relationship, while categorizing the individual's object relationships. Roth (2001) uses an example for individuals' schizoid and depressive positions. When it comes to the individual's egoistic, autistic and autoerotic schizoid structure, for example, when the person behaves rudely to his mother, the anxiety in his mind will be as follows: "I'm sure she hates me now and will probably tell my sister about it", while anxiety related to the depressive position: "I feel really bad about how unkind I was to her; I'm sure she was hurt" (Roth, 2001, p. 33). In summary, there is a dynamic process in which individuals' self and object relations are defined and their main defense is projective identification. It is already known that Myers-Briggs personality types and projective psychodynamic techniques are closely related (Carlson, 1985). In addition, in this study, a fourth additional dimension, altruism, was added in relation to these three dimensions. It is aimed to include object relations beyond empathic relations in the study with altruism.

## 2. MBTI – Myers-Briggs Type Indicator

The four dichotomous dimensions classify individuals as either Extraverted (E) or Introverted (I), Sensing (S) or Intuitive (N); Thinking (T) or Feeling (F) and Judging (J) or Perceiving (P). Combinations of the four preferences determine personality types. These four dichotomies provide 16 unique combinations of personality types: ESTP, ESFP, ENFP, ENTP, ESTJ, ESFJ, ENFJ, ENTJ, ISTJ, ISFJ, INFJ, INTJ, ISTP, ISFP, INFP,

INTP. Myers-Briggs personality types are designed to categorize specific behavioral tendencies (Boyle, 1995) and different aspects of individuals' personalities (Fretwell, et al., 2013).

The history of theories for determining the personality of people goes back to ancient times. Humoralism, which Hippocrates stated that man consists of four elements found in nature, related the differences in the personalities of individuals with the ratio of these elements (Cervellati, 2017). The Myers-Briggs theory was inspired by Carl Gustav Jung's bi-conscious dynamic personality model (Murray, 1990), and Jung's theory was inspired by the views of William James from classical literature (McCrae & Costa, 1989). Jung's claim is that the characters of individuals will differ according to their aptitudes, motivations, values and areas of interest (Buboltz, et al., 2000). Myers-Briggs personality types were developed by Isabel Briggs Myers and her mother Katharine Cooks Briggs in 1942 (Brownfield, 1993) and were initially thought to be used as an inventory tool in the field of human resources. Today, the Myers-Briggs test is considered a very popular test. (Pittenger, 1993). The test essentially categorizes individuals in 4 groups.

It has been reported that Myers-Briggs Personality Types are compatible and related at specific points with similar scales such as NEO-PI-R Personality Inventory (MacDonald, et al., 1994; Furnham, 1996; Furnham, et al., 2003), A/B Personality Types (Fretwell, et al., 2013), SII Personal Style Scale (Strong Interest Inventory) (Buboltz, et al., 2000), Lifestyle Approaches Inventory (LSI) (Williams, et al., 1995), Kalsbeek Learning Styles (Brownfield, 1993), Felder-Silverman Learning Styles Index (ILS – Index of Learning Styles) (Kamal & Radhakrishnan, 2019), True Colors™ Personality Typing System (Honaker, 2003), Cattell 16 Personality Factor (16PF) (Noël, et al., 2003), the Hogan Development Questionnaire (HDS) (Furnham & Crump, 2005).

These group are “life energy, participation, decision making and lifestyle”. The 4 dichotomies of Myers-Briggs personality types are as follows:

**Energy-EI (Extraverted, Introverted):** Extraverted-introverted group refers to the general orientation of the individual to the world rather than shyness (Boyle, 1995), where they focus their attention (Fretwell, et al., 2013), and the interaction styles of individuals (Ahmad, et al., 2020), in short, their preferences for obtaining information (Carlson, 1989). Extraverted is characterized by features such as acting without thinking (Michael, 2003; Tyagi, 2008), being impatient (Fretwell, et al., 2013), being sociable (Ahmad, et al., 2020), being open to advice (Cervellati, 2017) and to the outside world (Belcher, 2005). Introverted describes the types whose inner world orientation is dominant (Tyagi, 2008), who rely on their own experiences (Fretwell, et al, 2013) or prefer to work on their own (Michael, 2003), in other words, who take their energy from their inner world (Gakhar & Prakash, 2017).

**Information-SN (Sensing, Intuition):** The Sensing-Intuition group describes how individuals access (Hirsh & Kummerow, 1997; Fretwell, et al., 2013) and perceive information (Belcher, 2005), their way of thinking about a phenomenon (Ahmad, et al., 2020) and their characteristic perceptual style (Boyle, 1995), and thus whether the



individual acts according to the five senses or the sixth sense (Carlson, 1989). Sensing people are realistic and practical (Murray, 1990), and they tend to base their observations on a phenomenon with their five senses (Tyagi, 2008) and rely on concrete details (Fretwell, et al., 2013). Intuitive types, on the other hand, are those who like to go beyond concrete data and look for potentials (Murray, 1990), rely on the sixth sense, intuition and insight (Fretwell, et al., 2013), incorporate imagination and inspiration into events, and do not like to deal with details (Cervellati, 2017).

**Decisions-TF (Thinking, Feeling):** This dimension is the title that expresses a difference in the data processing and perception characteristics of individuals when evaluating (Fretwell, et al., 2013), in other words, categorizes it according to how they make a decision (Tyagi, 2008). The main distinction in this category is that the individual's approaches to knowledge are analytical and logical (thinking) and subjective and personal (feeling) (Carlson, 1989). The thinking group, which prioritizes objectivity, logic and fairness (Fretwell, et al., 2013), is the type who tries not to act emotionally in their decisions and can overcome difficult decisions (Michael, 2003), tries to avoid personal decisions (Murray, 1990), and thus expresses a characteristic that is closer to the rational human definition (Ahmad, et al., 2020). On the other hand, the feeling type is the people who have the characteristics of sympathy and harmony (Michael, 2003), evaluate the facts subjectively and personally (Murray, 1990), go beyond objectivity (Belcher, 2005), and therefore add their feelings and emotions to their decisions (Ahmad, et al., 2020).

**Lifestyle-JP (Judging, Perceiving):** The last dimension of Myers–Briggs personality types includes a categorization of lifestyle (Sprague, 1997). How an individual tends to the outside world is categorized as judging or perceiving (Tyagi, 2008), and it describes how individuals cope with the outside world, the way they organize themselves towards the outside world, and the preferences they make in this direction (Fretwell, et al., 2013). The basic distinction regarding personality traits in this dimension is shaped around a criterion in which information and experiences are evaluated or let things flow in his communication with the outside world (Carlson, 1989). The main emphasis of individuals who exhibit judgment preference is on a regular and programmed life (Belcher, 2005; Ahmad, et al., 2020), a planning that will ensure this order (Cervellati, 2017), and also on a structured lifestyle (Michael, 2003). Those who show a preference for perception, on the other hand, prefer to live more spontaneously (Fretwell, et al., 2013), prioritize harmony and flexibility (Ahmad, et al., 2020), and live a life with alternatives, rather than planning life (Cervellati, 2017).

### 3. Horoscopes

The literature on horoscopes has been examined and reviews have been made regarding the personality types and financial behaviors of zodiac signs. The following paragraphs have been compiled from literature and tabloid sources (Smith & Palmer, 1828, p. 61-69; de Saint-Germain, 1901, p. 23-72; Drower, 1949, p. 5-68; Çelik, 1994, p. 33-90; İlhan, 2004, p. 43-76; Orion, 2007, p. 41-87; Leo, 2003, p. 18-26; Özkan, et al., 2013; Woolfolk, 2012, p. 8-67).

**Aries:** When the literature is examined, it is understood that Aries tend to be asocial and not to exchange ideas with others. Since Aries is a hasty and impulsive sign, they can be expected to be prone to make intuitive/instinctive and feeling/emotional decisions. Further, it can be expected to show an uncontrolled personality type since they adopt a flexible lifestyle, free from discipline. So, the characteristic structure of the Aries corresponds significantly to the INFP personality type. Since this sign has an egoist and self-centered emphasis, it would be high in terms of spending on himself; but on the contrary there is not one who cares much more about others, they can be expected to obtain a low score on expenses related to his environment. Again, in the literature, because the person of the Aries is an uncontrolled intelligence and excesses are observed in his life, they may make unnecessary and hedonic expenditures under the influence of their impulses, although not at an advanced level. Hastiness and impatience may indicate that the sign does not seek opportunities, discounts and promotions much while spending. From an egoist, initiative and activist character it can be expected to choose to follow mostly his own instincts rather than the wishes and demands of others and their recommendations, and word-of-mouth communication. For Aries the glory, fame and dignity represent more important than wealth and comfort; therefore, it is understood that there is a tendency to show off while spending, and does not prioritize materialism in their lives.

**Taurus:** Taurus is similar to Aries in relation to sociality. Unlike the Aries, however, the Taurus does not rely on abstract energies but on concrete realities, taking refuge in real and experience-tested things and prefer the paths previously followed and it is therefore expected to show a realistic/sensing personality type. Taurus is not in a hurry to achieve his goals, they exhibit a long and determined character, and demonstrates a logical/thinking, practical and concrete manner, avoiding theory and fantasy. Taurus, which is a fixed sign, will be expected to adopt a careful and controlled/judging life. Given these characteristics, the personality type of Taurus is expected to be ISTJ. Their fondness for money influences both spending and investment and savings behavior and support the idea that they attach importance to material in their lives. In this respect, it is possible that the sign, who is fond of his individual life and the comfort of his close environment, will be generous for himself and his environment. However, although he is generous about spending, his carefulness and realism can prevent these expenditures from being too hedonic and unnecessary. Again, this non-hasty and practical structure increases the likelihood that the sign will be careful and follow the opportunities and promotions. Intense dependence on proven and experienced situations raises an expectation that they will take into account the opinions of others.

**Gemini:** Gemini represents a highly social sign who likes to talk and listen and enjoys communication. People of this sign tend to use their perceptions/senses instead of intuitions, not to add their own emotions when evaluating information. The information in his mind is mostly composed of objective information rather than his own judgment. In terms of lifestyle, the most obvious feature of twins, variability and adaptability, indicates that they signify a flexible lifestyle. Thus, Gemini would show

ESTP personality type. Although Gemini represents an intelligent and logical sign, they have a tendency to extravagance and clearly shows this feature both for themselves and for their environment. For the sign who are not very successful in terms of money management and financing, a portrait can be drawn that has poor financial literacy and is capable of hedonic and unnecessary expenses, not of investing and saving money and careless and do not follow opportunities. The fact that they are open to communication and a sign of logic can give rise to an expectation of respect for the ideas of others. It is also expected that the Gemini will draw a character that does not think much about the future and does not attach great importance to materialism. Considering the extravagance and its relationship with the environment, the Gemini can be expected to have high scores in both borrowing and lending.

**Cancer:** Cancer is a characteristic that wants to make strong connections and accept friends as family, so they are closed to individuals outside this boundary. In this respect, it is possible to say that Cancer is an introverted sign of life energy. They show a variable structure in the evaluation of information in their lives: Gemini, whose sixth sense is quite advanced, can be an intuitive sign as well as a sensing sign. Since emotionality is very important in their lives, it is possible to expect that their emotions will be influenced at the decision stage. Again, it is possible to say that this sign is a flexible and spontaneous living lifestyle. Thus, for the sign there are two personality types: ISFP, INFP. Cancer, which is highly sensitive to the complex and evaluated by others, is likely to make intense expenses for himself. In terms of his environment, this situation represents another variable state. However, it is understood that they prefer neither extravagance nor cheap escape. It is necessary to say that Cancer, who does not like to waste too much and wants to feel safe for the future, attaches importance to material for this reason. Also, as understood from the literature, Cancer is highly inclined to use leverage to guarantee today and tomorrow; therefore, it can be expected to achieve high scores on the borrowing. However, they show a variable structure in lending to others. It appears that they are very sparing people and are cautious about saving.

**Leo:** Leo, which has a very busy social calendar, shows an open structure. This practical and logical thinking sign is expected to show a perceptual/sensing character type but can be dogmatic/feeling at the point of decision making. In terms of lifestyle, Leo does not show a specific feature and as a result ESFJ or ESFP profiles are dominant in the personality type. Leo is the most wasteful and extravagant debt among the zodiac. He is the one who thinks about the people around him and spares them money and time and in this respect, it is likely to achieve high scores in terms of spending and lending to their environment. Leo is an egoist, fond of luxury and pretentiousness. In this respect, it can be expected that this sign will make unnecessary and hedonic consumption and enter into expenditure for show, however, due to its opportunistic nature, it is possible to show a character that follows caution, promotions and discounts. Again, because of its egoistic structure, Leo is open to lending and is quite closed in borrowing.

**Virgo:** Since Virgo is a secretive and shy sign, it shows an introvert type. It can be said that those who are from this sign are meticulous and detailed in their works and they are perceptive types due to their experiences. Virgo people whose beliefs are based on facts and who avoid emotional judgments will be expected to exhibit reasonable character type in decision making. They have a disciplined and planned lifestyle and based on these features Virgo may be ISTJ like Taurus. Virgo's personal expenses are high, and their expenditure on food and clothing represents an important item in their budget; however, this does not imply that the Virgo is inclined to show off. In terms of their environment, Virgo is not substandard, even if it does not have extraordinarily high scores for help; the people are generous and kindly. Material is very important for Virgo people; in terms of budgeting, they come at the forefront, so the people of that sign are not expected to be the types that tend to borrow too much. Virgo, which has the impulse for development in terms of material, warmly look at the idea of investment and savings.

**Libra:** Libra refers to an outward sign that does not like loneliness and can establish social relations with the general environment. The character of the analyst structure and the point of view of logic shows a perceptual type in this respect. Libra has a serious dilemma in decision making. The lifestyle of Libra zodiac sign, which is fond of its freedom, shows a flexible structure in this respect. Thus, they are ESTP or ESNP personality type. Libra is happy with everything that money can buy; so, it shows itself at the point of material expenditure. They are helpful and generous in terms of their environment as they have adopted the concept of "us" as well as generous in their expenditures. Although skilled in financial management, because of their personal luxury, Libra can be expected to make unnecessary, hedonic and ostentatious consumption. However, thank to their bargaining structure, it is possible that Libra will look for opportunities in their expenditures. Material is important in their lives, but it can be said that this is mostly for spending, not for investment and saving.

**Scorpio:** Scorpio, which prefers to hide his private life and gives importance to privacy, is an introverted sign. Scorpio, which is highly perceptual and sensory in the information processing, is based on instincts in decision making. Besides, Scorpio has a concentrated and disciplined lifestyle and in this way their personality type is close to ISFJ. Scorpio represents a conservative in terms of spending for himself and his environment. Therefore, people who are from this sign can be expected to stay away from unnecessary and hedonic consumptions, and to show a structure that is far from being ostentatious, and which is careful about spending and evaluating opportunities. It will be natural to expect Scorpio, who is very talented in saving, to invest in real estates.

**Sagittarius:** Sagittarius, which is quite social, signifies an outward sign in terms of personality. They represent a purely intuitive and feeling sign as they base their own thoughts and feelings. Naturally, they adopt a spontaneous and flexible lifestyle. Hereby, they show an ENFP type. It is a very hasty and intuitive horoscope, which is likely to make hedonic and careless expenses. Also, Sagittarius shows a person who prefers to live the moment rather than the future. They have no knowledge of their

financial position or are not aware of their expenditures; so, it makes a pretty bad profile about investment and savings. However, due to its hasty and risk-loving nature, it will increase the likelihood that Sagittarius will prefer securities when it comes to investment. Since Sagittarius is a sign that loves to invest in themselves (education, travel, etc.), their personal expenses are likely to be high.

**Capricorn:** Capricorn, who is very sensitive in hiding his weaknesses, shows a socially introverted type. Capricorn who is fond of reality and rationality, on the other hand, has a perceptual information processing and a thinking decision-making mechanism. They have organized, planned, practical lifestyles. These characteristics make Capricorn's personality type similar to Taurus and Virgo: ISTJ. They are probably the thriftiest sign in the zodiac. In this respect, it is expected to avoid unnecessary expenditures and be careful about opportunities. Material is very important for Capricorn people; they care more about the future than today and in this respect, they represent the leading names in the signs about investment and savings. Its conservative nature weakens the possibility of both borrowing and entering into debt relations. In addition, having a strong perspective on saving with a future-oriented approach increases the possibility that Capricorn signs will invest in real estates.

**Aquarius:** A person who cares about friendship and amity and does not like loneliness shows a socially open structure. A reasonable and rational horoscope, Aquarius is expected to make sensible decisions, but their intuition is very sharp. They have a flexible and irregular lifestyle and these make them ENTP personality type. Aquarius is an egoist and is about what money can get, rather than money itself. In this respect, they are not excessive in terms of hedonic and ostentatious consumption. Unsuccessful in investment, Aquarius shows a variable structure in terms of saving and spending. Aquarius, one of the leading humanist signs, is generous in helping people. Because of his egoism, he is not willing to borrow.

**Pisces:** Pisces refers to an outward sign in terms of human interaction. They are emotional people who act with intuition rather than perceptions. Pisces are people who find it difficult to discipline. Their personality type indicates ENFP like Sagittarius. Pisces does not have a materialistic character. Similar to Sagittarius, personal spending can be at the forefront, which can occasionally result in luxury, pretentious and unwise. It is a generous and helpful horoscope to its surroundings. In the literature, there is evidence that the relationship between the sign of fish and money is very good in financial management, budgeting and investment.

#### 4. Findings

The data were collected in the form of proxy respondents reports, so direct answers were obtained from the proxies in order to reduce the subjectivity of the perceptions and attitudes of the respondents. In other words, without the need to use certain perception and attitude scales for the answers sought from the data collected through the proxies, questions were asked directly about the answer sought. Therefore, the 3-point Likert method was preferred for the questions asked for clear and specific

answers. In addition, in order to remind and evoke the distinctive features of the individuals subject to the study, the proxies started with the title of horoscopes. For example, by asking questions in the form of “would you give the following answer for someone you know very well and know their zodiac sign?”, it was aimed to revive the sharpened behavior patterns in the minds of the proxies by reminding their horoscopes for the people they gave information about. The frequency, validity and reliability and factor analysis findings of the data collected for a total of 1920 people are as follows. In addition, the findings obtained from the Chi-Square analysis regarding the personality description of the 3 different perspectives and the basic financial behavior characteristics are given below.

#### 4.1. Frequency, Validity and Factor Analysis

Detailed tables regarding the demographic information are included in Appendix-1. The gender distribution of the individuals subject to the study is 54.2% for women and 45.8% for men. Looking at the ratios by age, the most crowded group is 56.5% for the age group of 18-28; 8.3% for 17 and below; 10.5% for 46 and above; 14.7% for 29-36 and 10% for 37-45. According to the zodiac signs, Leo is the most populous with 10.4% and the least populous is Sagittarius with 5.8%. The distribution of the zodiac signs according to their groups is 25% on average and shows a fairly regular distribution. The zodiac sign gender ratio is approximately 50-50%. In terms of Myers-Briggs personality types, the most populous personality type is ESTJ with 20.6% and the least populous is INTP with 1.5%. INFJ, which is defined as the least common type in the world in the literature (Gakhar & Prakash, 2017), is among the groups that are not crowded, although it is not the lowest in our study with 66 people.

Detailed data on the validity, kurtosis-skewness and factor analysis of the study are given in Appendix-1. The Cronbach's Alpha value is 62.4%, and the least correlation with other questions is in the "stay within budget" item. As seen in in Table 1, The kurtosis and skewness values are between -1.5 and +1.5, which are the desired values (Tabachnick, et al., 2007). Regarding the factor analysis, the KMO value is 70.9%, and 3 factor groups related to the responses have been reported.

**Table 1:** Skewness and Kurtosis

	N		Skewness	Kurtosis
	Valid	Missing		
Resistance to Hedonism	1920	0	-0,369	-1,171
Resistance to Snobbism	1920	0	-0,763	-0,960
Willingness for Opportunism	1920	0	-0,345	-1,246
Resistance to Arrogance	1920	0	-0,107	-1,106
Resistance to Carpediem	1920	0	-0,215	-1,323
Staying within Budget	1920	0	-0,529	-1,288
Persistence towards Savings	1920	0	-0,172	-1,346
Willingness for Invest	1920	0	0,064	-1,452
Financial Literacy	1920	0	0,323	-1,478

#### 4.2. Chi-Square Analysis

The results of the Chi-Square analysis of the categorical data are as follows.

**Gender:** Data on the relationships between genders and positions, personality types and variables are detailed in Appendix-1. There is no significant difference between genders in terms of schizoid (p .101) and narcissistic object relations (p .531). However, in the terms of empathy (p .004) and altruism (p .026), women, even without having narcissistic object relations, are more likely to empathize over certain specific issues (61.1%) and altruistic behaviors are more dominant (26.4%). No significant difference was observed between genders and extraversion-introversion dimension (p .685) and judgment-perception dimension (p .069). Sensing-intuitive and thinking-feeling dimensions are significant at the p .000 level for both. It is understood that women are dominant in the "introverted" variable, men in the "sensing" variable, women in the "perceiving" variable, and men in the "thinking" variable. No significant difference is reported in the items of hedonism (p .668), snobbism (p .668), arrogance (p .332), carpediem (p .205) and saving (p .117) in terms of genders. However, women are more successful than men in seizing opportunities (47% and 34.4%, respectively) and staying within the budget (55.2% and 43.9%, respectively). And consistent with the literature findings, it was observed that men are more successful in investment (24.4% and 38%, respectively) (Pompian & Longo, 2004) and financial literacy (19% and 37.5%, respectively) (Rinaldi, 2017).

**Age:** Details on the results of the Chi-Square analysis regarding the ages of the individuals are given in Appendix-1. A significant difference is found in all analyzes comparing ego and object relations and age groups of individuals. It is understood that schizoid resistance can be controlled in all age groups, except for the 18-28 age group. In other words, the schizoid resistance of people aged 29 and over is higher than those under the age group. It should also be noted that it is understood that the 0-17 age group is more rational than the 18-29 age group when it comes to the person himself. The same findings apply to narcissistic object relations. A significant difference is reported between weakening of resistances to empathy and altruism and decreasing age. The age of the individuals and the MBTI personality types show a statistically significant difference according to the Chi-Square analysis. Ages are concentrated on the ESTJ, ENFP and ESTP types. In the age comparison of personality types, no significant difference is found in the category of extraversion-introversion (p .057). A significant difference at the p .000 level is detected for the other three groups. Therefore, as the age of the individuals increases, an increase is observed in the sensing, thinking and judgment groups. There is a significant difference in all items except arrogance (p .297) in the category of basic financial behaviors. As a general trend, it is understood that as the age of individuals increases, the rationality they display in financial behaviors also increases.

**Ego and Object Relations:** Within the scope of this study, this category includes individuals themselves or narcissistic relationships (family and close friends), empathic relationships (acquaintances, people they empathize with for a certain reason), altruistic situations (complete strangers with little or no idea). It has been

designed to determine whether basic financial behaviors remain within the framework of rationality. In the literature, there are studies on making decisions on behalf of others (Andersson, et al., 2016) or making decisions both for themselves and for others (Others/Align) (Füllbrunn & Luhan, 2017), especially on loss and risk aversion behaviors. A general finding of these studies is that individuals' financial rationality deteriorates especially when it comes to themselves (Polman, 2012). In this context, the relationship between individuals' ego and object relations positions and basic financial behaviors has been examined. There is a significant difference for all items, except the willingness to invest ( $p .336$ ) and financial literacy ( $p .062$ ), in situations where individuals can even disable their schizoid and self-regarding financial transactions and tend to be rational. Although the process in question directly concerns the individual, just 5.6% of those who try to remain rational act irrationally about hedonism, 9.5% about snobbism, 26.5% about opportunism, 28.7% about arrogance, 20.3% about carpediem, 15.1% about staying within budget limits and 20.5% are about saving. In another interpretation, it is understood that individuals who tend to keep their schizoid state in rationality resist hedonism (66.8%) and snobbish tendencies (70%), tend to seek opportunities (40.3%), take other people's ideas into account (30.2%), act by thinking about tomorrow rather than today (45%), consider budget limits (60.6%) and they pay attention to their savings (47.2%). Therefore, it is understood that individuals with high schizoid resistance, that is, those who remain rational when it comes to themselves, tend to be rational in their financial behaviors.

A general significant difference is not reported as constructed within the scope of this study between subjects' maintaining the financial line towards the individuals with whom they are in a narcissistic relationship and the resistance to being rational in financial behaviors. There is only a statistically and logically significant ( $p .000$ ) (57.5%) difference between resistance to narcissistic relationships and resistance to hedonism. In other words, as expected, there is a significant difference between individuals remaining rational despite their narcissistic relationships and being rational about hedonism. Although there is a statistically significant difference in terms of opportunism ( $p .003$ ), arrogance ( $p .000$ ) and financial literacy ( $p .001$ ), there is an opposite relationship in terms of the setting of the study. In other words, it is understood that 21.4% of individuals who have lost their rationality when it comes to their narcissistic relationships cannot remain rational in seeking opportunities and 17% exhibit financial arrogance and overconfidence. There is also no statistically significant difference in the items of snobbism ( $p ,077$ ), staying within budget ( $p ,062$ ), carpediem ( $p ,423$ ), saving ( $p ,416$ ) and investing ( $p ,665$ ). However, in the cross-tabs as in Table 2, only 19.8% of individuals who cannot stay rational when their narcissistic relationships are concerned cannot resist snobbish consumption, 25.8% think about today rather than tomorrow, 25.3% do not care about saving, 32.8% do not care about investment. Based on these findings, it can be concluded that individuals who resist schizoid characteristics are more rational, even when it comes to individuals themselves, but individuals who are narcissistically irrational are also more rational. Thus, it is understood that individuals who do not compromise in the context of their



narcissistic relationships can compromise on basic financial behaviors, and individuals who compromise their narcissistic relationships are consistent in their financial behaviors. Such a finding points to the explanatory power of the phenomenon that Freud called secondary narcissism, especially towards family members, that individuals can even resist the self factor when it comes to financial behaviors, but cannot resist in narcissistic relationships. In other words, an adult starts to lose his self-directed egoism and narcissism over time and transfers it to the objects with which he is in a narcissistic relationship (Freud, 1914c, p. 90-91). Therefore, while individuals can dominate their egoistic and narcissistic feelings even when it comes to themselves, in narcissistic object relations, that is, in secondary narcissism, they can both remain rational in basic financial behaviors and lose their resistance in the context of this relationship. Such a result makes it difficult to reject the conclusion that adults express a significant violation towards their spouse and children, and is supported by the literature (Liu, et al., 2017).

Table 2: Crosstabs of Narcissism and Financial Behaviors

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	25,9%	41,4%	32,7%	100,0%
	Medium	17,8%	40,5%	41,7%	100,0%
	High	12,5%	30,0%	57,5%	100,0%
		Resistance to Snobbism			Total
Resistance to Narcissism	Low	19,8%	22,6%	57,5%	100,0%
	Medium	16,5%	28,3%	55,2%	100,0%
	High	20,8%	23,6%	55,7%	100,0%
		Willingness for Opportunism			Total
Resistance to Narcissism	Low	21,4%	35,4%	43,3%	100,0%
	Medium	19,2%	41,9%	38,9%	100,0%
	High	27,0%	32,6%	40,4%	100,0%
		Resistance to Arrogance			Total
Resistance to Narcissism	Low	17,0%	45,4%	37,6%	100,0%
	Medium	25,6%	48,1%	26,3%	100,0%
	High	32,1%	46,9%	21,0%	100,0%
		Resistance to Carpediem			Total
Resistance to Narcissism	Low	25,8%	37,2%	37,0%	100,0%
	Medium	23,8%	40,6%	35,6%	100,0%
	High	24,9%	35,3%	39,7%	100,0%
		Staying within Budget			Total
Resistance to Narcissism	Low	25,8%	25,6%	48,7%	100,0%
	Medium	22,4%	28,4%	49,2%	100,0%
	High	18,9%	27,0%	54,0%	100,0%
		Persistence towards Savings			Total
Resistance to Narcissism	Low	25,3%	37,7%	37,0%	100,0%
	Medium	25,9%	40,3%	33,8%	100,0%
	High	28,2%	35,1%	36,7%	100,0%
		Willingness for Invest			Total
Resistance to Narcissism	Low	32,8%	34,9%	32,3%	100,0%
	Medium	35,1%	35,6%	29,4%	100,0%
	High	35,6%	35,3%	29,1%	100,0%

Resistance to Narcissism	Financial Literacy			Total
	Low	40,4%	27,7%	32,0%
Medium	48,3%	29,5%	22,2%	100,0%
High	46,4%	27,3%	26,3%	100,0%

In the context of object relations built on empathy, the only item in which there is no significant difference regarding the basic financial behaviors of individuals is about saving ( $p = .071$ ) but there is logical significance for the item as can be seen from the crosstabs (38.1%). In other words, as individuals' resistance to empathic relationships increases, their willingness to save also tends to increase. On the other hand, there is a significant relationship between staying financially rational due to empathetic relationships and resisting hedonism (45.7%), carpediem (40.9%) and snobbery (58.2%), and willingness to stay on budget (51.5%) and opportunism (46.4%). In addition, although there is a statistically significant relationship between arrogance ( $p = .006$ ), invest ( $p = .043$ ) and financial literacy ( $p = .000$ ), there is no logical significance between the increase in these behaviors and the increase in empathic resistance.

A significant difference was found between individuals' alienation from altruism and basic financial behaviors with hedonism (48.6%) and stay within budget (56.8%). However, there is an inverse, and therefore logically meaningless, relationship between the ability to resist altruistic behavior and snobbism (57.6%), opportunism (45.5%), arrogance (44.3%), carpediem (44.1%), saving (44.7%), investing (42.2%) and financial literacy (37.3%)

**Myers-Briggs Personality Types:** Certain studies have been carried out in the literature between individual financing or corporate financing and personality types. In these studies, the relationships between personality types and topics such as loss aversion (Mehtab & Nagaraj, 2019; Şamandar & Çömlekçi, 2019; Desmoulins-Lebeault, et al., 2018), risk aversion (Filbeck, et al., 2005) and risk impact (Theil, et al., 2022), investment behavior (Parsaeemehr, et al., 2013), investor sentiment (Dhaoui & Bensalah, 2017), investor type (Parsaeemehr, Rezeai, & Sedera, 2013), anomalies (Gakhar & Prakash, 2017) were examined.

Details of the results of the Chi-Square analysis of Myers-Briggs Personality Types are given in Appendix-1. There is a significant difference between extroversion-introversion and ego and object relations. Introverted individuals have a significant difference in suppressing their schizoid characteristics and not deviating from financial behaviors with 29.3% (22% for extroverted), 31.9% for narcissistic relationships (18.6% for extroverted), 67.9% for empathic relationships (56.7% for extroverted) and 29.3% for altruistic relationships (22.1% for extroverted). In particular, there is a significant relationship between extroversion and openness to altruism, as reported in the literature (Mehtab, 2019). In other words, it is understood that introverted individuals tend not to deviate from financial rationality due to any object relationship, including themselves. In the context of basic financial behaviors, no significant difference was found in snobbism ( $p = .495$ ), arrogance ( $p = .162$ ), saving ( $p = .078$ ) and financial literacy ( $p = .098$ ). It should be noted immediately that it is accepted in the literature that arrogance is associated with extroversion (Cervellati, 2017). On

the other hand, introverted individuals are resistant to hedonism by 48.2% (38.3% for extroverted), carpediem by 42.3% (35% for extroverted), and exceeding budget limits by 57.2% (47% for extroverted) and try to seek opportunities by 42.3% (40.7% for extroverted). As supported by the literature (Frantz, et al., 2021), extroverted individuals are more assertive when it comes to investment, 32.3% (26.7% for introverts), as expected.

It has been determined that those who focus on their senses rather than their intuition in the context of the second group, sensing-intuition, can consider financial factors when it comes to themselves (26.8% for sensing, 20.5% for intuition). And statistically insignificant in terms of narcissistic ( $p .159$ ) and empathic relationships ( $p .080$ ). However, as seen in Table 3 in the high group of resistance of altruistic situations (22.3% for sensing and 26.9% for intuition), statistically significant ( $p .034$ ) but logically insignificant differences were found in terms of the setup of the study. In other words, while 22.3% of sensing people can resist high-level altruism, 26.9% of intuitive people does. Therefore, contrary to expectations, there is no significant relationship within the scope of the study for those who focus on their senses rather than their feelings as seen in Table 3.

Table 3. Cross-tabs of Attending and Altruism

		Reluctance to Altruism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	29,5%	48,2%	22,3%	100,0%
	Intuitive	30,0%	43,1%	26,9%	100,0%
Total		29,7%	46,0%	24,2%	100,0%

Opportunism ( $p .779$ ) and arrogance ( $p .222$ ) are statistically insignificant. But in terms of resistance to hedonism, there is a significant difference as sensing 46.6% (33.7% for intuition), resistance to snobbism (62.3% for sensing; 48.1% for intuition), resistance to arrogance (31.6% for sensing; 28.1% for intuition), resistance to carpediem (43.2% for sensing; 28.8% for intuition), resistance to stay within budget (52% for sensing; 47.3% for intuition), willingness to saving (40.4% for sensing; 29.6% for intuition) and willingness to investment (34.5% for sensing; 25.3% for intuition). Although it has already been reported that there is no significant difference in the investment profiles of the sensing-intuition group (Frantz, et al., 2021), contrary findings were obtained in this study. On the other hand, the significant difference in terms of opportunism was 40.6% for sensing (42% for intuition), opposite to what was expected as seen in Table 4. Therefore, it can be mentioned that there is a significant relationship between the tendency of individuals to rely on their five senses rather than their sixth sense and their performance in basic financial behaviors.

Table 4. Cross-tabs of Attending and Opportunism

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	21,8%	37,5%	40,6%	100,0%
	Intuitive	22,0%	36,0%	42,0%	100,0%

In the third group of personality types, there is a significant difference ( $p .000$ ) in resistance to schizoid features. As expected, 26.3% of thinking types show resistance

to staying within financial limits, while the rate is 21.6% for feeling types. However, there is no significant difference in resistance in narcissistic (p .583), empathic (p .885) and altruistic (p .122) relationships. Thinking types about basic financial behaviors show a significant difference in considering finance in their behaviors in all items according to feeling types. Currently, the thinking type is considered the character closest to *homoeconomicus* (Cervellati, 2017). Accordingly, in the context of the four-person group of the study, thinking types constitute the group in which the clearest answers and the most financially rational behaviors are reported. In terms of thinking types and feeling types, the rates are respectively 50.5-30.3% for hedonism; 61.6-50.1% for snobbism; 42-40.2% for opportunism; 34.1-25.5% for arrogance; 44.2-28.7% for *carpediem*; 52.4-47.3% for the budget; 42.8-27.7% for savings; 35.5-24.8% for investment and 33.6-20.3% for financial literacy.

The last group, lifestyle, shows a statistically significant difference between schizoid (p .000) and narcissistic (p .015) in object relations. Judging types show an expected difference of 29.7-18.6% for schizoid and 25.1-20.0% for narcissistic. There is no significant difference between empathy (p .738) and altruism (p .068). No significant difference was reported for basic financial behavior only for arrogance (p .230). However, for all other items, as expected, the judging types show a significant difference in remaining rational in financial behavior compared to the perceiving types. The rates for judging and perceiving types are respectively 52.7%-29.7% in hedonism; 60.3%-52.4% in snobbery; 42.2%-40.2% in opportunism; 44.5%-29.7% in my *carpediem*; 53.4%-46.7% in the budget; 44.4%-27.3% in savings; 35.7%-25.5% in investing and 30.7%-24.3% in financial literacy. In a reported study (Zarafshani, et al., 2011), there is no correlation between the finding that the entrepreneurship levels of the perceptive types are significant and the willingness to invest in this study. In summary, there is a significant relationship between the types that judging personality types, which are characteristic of regular life and planning, and basic financial behaviors. Finally, it has been reported in the literature that sensing (N), thinking (T) and judging (J) types are more willing to take financial risks (Insler, Compton, & Schmitt, 2016) and it can be interpreted as a similarity in self-interest and resisting loss and risk aversion for specific reasons, supporting the same finding regarding these types in this study.

**Horoscopes:** Chi-square analysis was conducted to examine a significant difference between ego and object relations and financial behaviors according to the zodiac signs. Completely meaningless was determined in the context of schizoid (p .659), narcissistic (p .190), empathetic (p .824) and altruistic (p .387). Chi-square analysis regarding the existence of a significant difference between 16 personality types and 12 zodiac signs shows a statistically significant difference (p .003). However, this significance is reported as that all zodiac signs commonly display the characteristics of ESTJ, ENFP and ESTP groups, as can be seen in Table 5, rather than specifically clustering the characteristics of each zodiac sign group into individual personality types. Therefore, there is no significant difference between zodiac signs and personality types as expected clustering specifically, but there is a significant difference between zodiac

signs and personality types as a whole, in that certain personality types are observed in all signs and certain types are rarely observed. No significant difference was observed between zodiac groups ( $p .216$ ) and zodiac genders ( $p .590$ ) and personality types. On the other hand, although a positive relationship is suggested between extroverted and sociability and communication abilities (Opt & Loffredo, 2003), in this study, signs such as Gemini, Leo, Libra, Sagittarius and Aquarius did not show a significant difference in the context of this hypothesis, and all signs showed a significant extroverted.

Table 5. Cross-tabs of Personality Types and Horoscopes

MBTI	Aries	Taurus	Gemini	Cancer	Leo	Virgo	Libra	Scorpio	Sagittarius	Capricorn	Aquarius	Pisces
ESTJ	30,6%	18,6%	25,8%	12,4%	18,5%	18,9%	16,7%	23,0%	18,8%	26,9%	22,4%	14,1%
ENFP	9,4%	18,1%	13,2%	14,1%	20,5%	18,2%	12,2%	8,9%	13,4%	13,8%	14,5%	18,5%
ESTP	10,0%	12,4%	8,2%	14,6%	9,0%	9,4%	11,5%	8,9%	14,3%	10,2%	11,8%	6,7%
ISTJ	7,5%	7,3%	5,5%	7,0%	6,0%	6,9%	8,3%	11,9%	11,6%	9,0%	9,2%	8,1%
INFP	6,3%	5,6%	7,7%	10,3%	7,5%	5,0%	7,7%	5,9%	5,4%	4,8%	4,6%	11,9%
ESFP	5,0%	10,7%	7,7%	6,5%	7,0%	4,4%	9,6%	4,4%	6,3%	7,8%	7,9%	4,4%
ENFJ	8,1%	4,0%	4,4%	8,1%	3,5%	3,8%	1,9%	4,4%	2,7%	4,8%	6,6%	7,4%
ENTJ	4,4%	5,1%	2,7%	3,8%	4,0%	8,2%	5,8%	4,4%	6,3%	2,4%	3,3%	3,7%
ESFJ	1,9%	2,3%	5,5%	4,9%	5,5%	1,9%	2,6%	3,0%	8,0%	6,0%	2,6%	6,7%
ENTP	5,6%	6,2%	2,2%	3,8%	3,0%	3,8%	4,5%	8,1%	4,5%	1,2%	1,3%	3,7%
INFJ	4,4%	2,3%	1,1%	2,2%	3,5%	5,7%	3,2%	5,2%	0,9%	3,0%	4,6%	5,9%
ISTP	3,8%	2,8%	5,5%	4,9%	2,0%	3,1%	4,5%	3,7%	2,7%	1,8%	5,3%	0,7%
ISFJ	1,3%	1,7%	1,1%	2,2%	4,0%	5,0%	5,1%	3,0%	3,6%	1,8%	2,6%	2,2%
INTJ	0	1,1%	1,6%	2,7%	1,5%	1,3%	3,8%	3,7%	0	2,4%	0,7%	3,7%
ISFP	1,3%	1,1%	4,4%	1,1%	3,0%	2,5%	0,6%	0,7%	0,9%	1,2%	2,0%	1,5%
INTP	0,6%	0,6%	3,3%	1,6%	1,5%	1,9%	1,9%	0,7%	0,9%	3,0%	0,7%	0,7%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	218,871 <sup>a</sup>	165	,003
Likelihood Ratio	221,476	165	,002
Linear-by-Linear Association	,684	1	,408
N of Valid Cases	1920		

a. 54 cells (28,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,69.

As can be seen in the Table 6, no significant difference was detected between the horoscopes and financial behaviors.

Table 6. Chi-Square Analysis of Horoscope and Financial Behaviors

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Hedonism-Pearson Chi-Square	28,076 <sup>a</sup>	22	,173
Snobbism-Pearson Chi-Square	26,880 <sup>a</sup>	22	,216
Opportunism-Pearson Chi-Square	21,384 <sup>a</sup>	22	,497
Arrogance-Pearson Chi-Square	33,881 <sup>a</sup>	22	,051
Carpediem-Pearson Chi-Square	21,355 <sup>a</sup>	22	,499
Budget-Pearson Chi-Square	25,634 <sup>a</sup>	22	,268
Saving-Pearson Chi-Square	30,969 <sup>a</sup>	22	,097
Invest-Pearson Chi-Square	25,380 <sup>a</sup>	22	,279
Financial Literacy-Pearson Chi-Square	19,603 <sup>a</sup>	22	,608

## 5. Discussion

In this study, classification was applied from 3 different areas that categorize individuals according to their specific characteristics. It is understood that there is a general meaninglessness regarding horoscopes. Although there are 4 categories related to personality types, it is seen that these groups are mostly divided into extroversion-introversion and others when making evaluations in the literature. In this sense, it can be concluded that introverted individuals draw a more rational image in the context of financial behaviors. In addition, it is possible to talk about a general relationship between rationality and situations in which individuals consider their five senses rather than their sixth sense, and their emphasis on a more organized and programmed life. However, the clearest answers were found for the thinking group. In summary, it is possible to talk about a correlation between personality types' close to rationality in character and their financial rational behavior.

More interesting results were obtained in terms of ego and object relations. There is a significant difference between the findings of narcissistic object relations and the findings against preserving rationality, maintaining financial will, and resisting anomalies in the financial behaviors, due to the fact that individuals are only involved in any financial decision stage or that empathy has effects on the stage. The crucial finding of this study is that even the anomalies that occur in the behavior of individuals themselves are less surprising than those that occur in the case of narcissistic object relations. In other words, while individuals, including themselves, can maintain their rationality in the face of a financial situation, they tend to move away from this rationality when it comes to people with whom they have a narcissistic object relationship. In a similar situation, it is understood that people who can protect their rationality even against their egos move away from rationality in altruistic behaviors. Therefore, it is possible to make the following inferences based on the findings related to psychoanalytic object relations: It is understood that the love investment under the narcissistic object relations, which individuals such as parents, spouses or children can put their egos ahead of, reveals a significant difference. Therefore, a very detailed examination of this investment of love should be a priority for future studies. Secondly, it is quite possible that there are investments of love such as religion, humanity and brotherhood under these different results obtained from altruism behavior. As a result, the results of the effects of the concept of love on the object relations of individuals require a comprehensive research.

In reality, studies in the field of finance are designed directly for the individual, as in the schizoid position described above. In particular, a distinction has been made within the scope of behavioral finance and studies have begun to appear in the literature on how individuals' perceptions, attitudes and behaviors change when it comes to others, beyond the behaviors exhibited by individuals only when it comes to themselves. It is also essential for future studies to expand the scope of existing Others/Align studies in the context of psychoanalytic object relations. Finally, within the scope of humanities, studies to be conducted on individuals' relationships or

unrelated situations in this direction will be positive steps towards understanding the consumer/investor/saver whose rationality is open to discussion.

### **Contribution Rate and Conflict of Interest Statement**

All stages of the study were designed by the author(s) and contributed equally. There is no conflict of interest in this article.

### **Ethics Statement and Financial Support**

Ethics committee principles were followed in the study. For this study, Aksaray University, Human Research Ethics Committee, application with protocol number 2022/05-04 and ethics committee report with the number E-34183927-000-00000750415 was received. There has been no situation requiring permission within the framework of intellectual property and copyrights.

### **References**

- Ahmad, N., Nafees, B., & Majid, S. (2020). Role of Personality and Psychological Attributes of Financial. *Global Social Sciences Review*, 5(4), 160-168.
- Andersson, O., Holm, H. J., Tyran, J. R., & Wengström, E. (2016). Deciding for others reduces loss aversion. *Management Science*, 62(1), 29-36.
- Baum, N. (2006). A Kleinian perspective on the divorce process: From the paranoid-schizoid to the depressive position. *Clinical Social Work Journal*, 34(3), 279-292.
- Belcher, L. J. (2005). Myers Briggs Type and Financial Risk Taking in College Students. *Consumer Interests Annual*, 51, 195-204.
- Boyle, G. J. (1995). Myers-Briggs type indicator (MBTI): some psychometric limitations. *Australian Psychologist*, 30(1), 71-74.
- Brownfield, K. M. (1993). The Relationship between the Myers-Briggs Personality Types and Learning Styles.
- Buboltz Jr, W. C., Johnson, P., Nichols, C., Miller, M. A., & Thomas, A. (2000). MBTI personality types and SII personal style scales. *Journal of Career Assessment*, 8(2), 131-145.
- Carlson, J. G. (1985). Recent Assessments of the Myers-Briggs Type Indicator. *Journal of Personality Assessment*, 49(4), 356-365.
- Carlson, J. G. (1989). Affirmative: in support of researching the Myers-Briggs Type Indicator. *Journal of Counseling & Development*, 67(8), 484-486.
- Cervellati, E. M. (2017). The importance of investors' personality in financial education. *Challenges in ensuring financial competencies*, 77-87.
- Çakır, İ., & Bilge, Y. (2020). Şizoid kişilik bozukluğu etiyolojisi üzerine bir derleme. *Güncel psikoloji araştırmaları*.
- Çelik, D. (1994). Astroloji el kitabı. *Star Yaprak*.
- de Saint-Germain, C. C. (1901). Practical Astrology: A Simple Method of Casting Horoscopes - The Language of the Stars. *Chicago: Laird & Lee Publishers*.
- Desmoulins-Lebeault, F., Gajewski, J. F., & Meunier, L. (2018). Personality and risk aversion. *Economics Bulletin*, 38(1), 472-489.
- Dhaoui, A., & Bensalah, N. (2017). Asset valuation impact of investor sentiment: A revised Fama–French five-factor model. *Journal of Asset Management*, 18(1), 16-28.
- Drower, E. S. (1949). The Book of the Zodiac. London: *Royal Asiatic Society*.
- Filbeck, G., Hatfield, P., & Horvath, P. (2005). Risk aversion and personality type. *The Journal of Behavioral Finance*, 6(4), 170-180.

- Frantz, A., de Faria Olivo, R. L., Sales, G. A., & Silva, F. (2021). Toward enhanced excellence in Brazilian investment firms: the role of investors' personality assessment tools. *Benchmarking: An International Journal*, 856-877.
- Fretwell, C. E., Lewis, C. C., & Hannay, M. (2013). Myers-briggs type indicator, A/B personality types, and locus of control: where do they intersect? *American Journal of Management*, 13(3), 57-66.
- Freud, S. (1914c). 'On Narcissism: An Introduction' in The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud. Vol.14. London,: Hogarth Press, 1957.
- Furnham, A. (1996). The big five versus the big four: the relationship between the Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) and NEO-PI five factor model of personality. *Personality and individual differences*, 21(2), 303-307.
- Furnham, A., & Crump, J. (2005). Personality traits, types, and disorders: an examination of the relationship between three self-report measures. *European Journal of Personality*, 19(3), 167-184.
- Furnham, A., Moutafi, J., & Crump, J. (2003). The relationship between the revised NEO-personality inventory and the Myers-Briggs type indicator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 31(6), 577-584.
- Füllbrunn, S. C., & Luhan, W. J. (2017). Decision making for others: The case of loss aversion. *Economics Letters*, 161, 154-156.
- Gakhar, D. V., & Prakash, D. (2017). Investment Behaviour: A Study of Relationship between Investor Biases and Myers Briggs Type Indicator Personality. *Opus: HR Journal*, 8(1), 32-60.
- Hirsh, S., & Kummerow, J. (1997). Life types: Understanding yourself and make the most of who you are. New York: Warner Books.
- Honaker, S. L. (2003). True colors™: new implications from convergent validity research with the Myers-Briggs type indicator. In *National Career Development Conference (Vol. 27)*.
- İlhan, B. (2004). Astroloji Dersleri. (A. Aksoy, Dü.) İlhan Yayınevi ve Danışmanlık.
- Insler, M., Compton, J., & Schmitt, P. (2016). The investment decisions of young adults under relaxed borrowing constraints. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 64, 106-121.
- Kamal, A., & Radhakrishnan, S. (2019). Individual learning preferences based on personality traits in an E-learning scenario. *Education and Information Technologies*, 24(1), 407-435.
- Klein, M. (2020). Haset ve Şükran. İstanbul: Metis Yayınları.
- Leo, A. (2003). How to Judge a Nativity . 1912. Kessinger Publishing.
- Liu, H., Wang, L., Yao, M., Yang, H., & Wang, D. (2017). Self-other decision-making differences in loss aversion: A regulatory focus perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 47(2), 90-98.
- MacDonald, D. A., Anderson, P. E., Tsagarakis, C. I., & Holland, C. J. (1994). Examination of the relationship between the Myers-Briggs Type Indicator and the NEO Personality Inventory. *Psychological Reports*, 74(1), 339-344.
- McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (1989). Reinterpreting the Myers-Briggs type indicator from the perspective of the five-factor model of personality. *Journal of personality*, 57(1), 17-40.
- Mehtab, F. (2019). MBTI personality types and risk perception of investors in India. *Seshadripuram Journal of Social Sciences*, 2(1), 30-43.
- Mehtab, M. F., & Nagaraj, H. (2019). Personality Traits And Loss Aversion Bias of Indian Investors. *Aayushi International Interdisciplinary Research Journal*, 6(2), 15-19.
- Michael, J. (2003). Using the Myers-Briggs type indicator as a tool for leadership development? Apply with caution. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 10(1), 68-81.
- Murray, J. B. (1990). Review of research on the Myers-Briggs type indicator. *Perceptual and Motor skills*, 70(3), 1187-1202.
- Noël, N. M., Michaels, C., & Levas, M. G. (2003). The relationship of personality traits and self-monitoring behavior to choose of business major. *Journal of education for business*, 78(3), 153-157.
- Opt, S. K., & Loffredo, D. A. (2003). Communicator Image and Myers—Briggs Type Indicator Extraversion—Introversion. *The Journal of psychology*, 137(6), 560-568.



- Orion, R. (2007). *Astrology For Dummies*, 2nd Edition. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Özkan, B., Benli, T., & Kızılgın, Y. (2013). Is there any impact of horoscopes on luxury consumption trends? *Business Management Dynamics*, 69-83.
- Parsaeemehr, M., Rezeai, F., & Sedera, D. (2013). Personality type of investors and perception of financial information to make decisions. *Asian Economic and Financial Review*, 3(3), 283-293.
- Pittenger, D. J. (1993). Measuring the MBTI... and coming up short. *Journal of Career Planning and Employment*, 54(1), 48-52.
- Polman, E. (2012). Self-other decision making and loss aversion. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 119(2), 141-150.
- Pompian, M. M., & Longo, J. M. (2004). A new paradigm for practical application of behavioral finance: creating investment programs based on personality type and gender to produce better investment outcomes. *The Journal of Wealth Management*, 7(2), 9-15.
- Rinaldi, E. E. (2017). Gender differences in financial literacy in Italy. *Challenges in ensuring financial competencies*, 89-95.
- Roth, P. (2001). The paranoid-schizoid position. C. Bronstein içinde, Kleinian theory: A contemporary perspective (s. 32-46). New York: *Brunner-Routledge*.
- Segal, H. (2018). Introduction to the work of Melanie Klein. *Routledge*.
- Smith, R. C., & Palmer, J. (1828). *A Manual of Astrology, Or The Book of the Stars: Which Contains Every Requisite Illustration of the Celestial Science; Or the Art of Foretelling Future Events, by the Influences of the Heavenly Bodies*. London: *T. Tegg and son*.
- Sprague, M. M. (1997). Personality type matching and student teacher evaluation. *Contemporary Education*, 69(1), 54.
- Şamandar, Ö., & Çömlekçi, İ. (2019). Kişilik Tiplerinin Davranışsal Finans Kapsamında Değerlendirilmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 557-575.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston: *Pearson*.
- Theil, K., Hovy, D., & Stuckenschmidt, H. (2022). Top-Down Influence? Predicting CEO Personality and Risk Impact from Speech Transcripts. *arXiv preprint arXiv:2201.07670*.
- Tyagi, A. (2008). Personality profiles identification using MBTI test for management students: An empirical study. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 34(1), 151-162.
- Williams, R. L., V. J., Price, D. E., & Layne, B. H. (1995). Relationship of self-management to personality types and indices. *Journal of personality assessment*, 64(3), 494-506.
- Woolfolk, J. M. (2012). *The Only Astrology Book You'll Ever Need*. *Taylor Trade Publications*.
- Zarafshani, K., Cano, J., Sharafi, L., Rajabi, S., & Sulaimani, A. (2011). Using the Myers-Briggs Type Indicator (MBTI®) in the teaching of entrepreneurial skills at an Iranian University. *NACTA Journal*, 55(4), 14-22.

APPENDIX 1

FREQUENCY TABLE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Gender</b>	Female	1041	54,2	54,2	54,2
	Male	879	45,8	45,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>1920</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	
<b>Age</b>	0-17	160	8,3	8,3	8,3
	18-28	1085	56,5	56,5	64,8
	29-36	282	14,7	14,7	79,5
	37-45	192	10,0	10,0	89,5
	46+	201	10,5	10,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>1920</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	
<b>Horoscope</b>	Aries	160	8,3	8,3	8,3
	Taurus	177	9,2	9,2	17,6
	Gemini	182	9,5	9,5	27,0
	Cancer	185	9,6	9,6	36,7
	Leo	200	10,4	10,4	47,1
	Virgo	159	8,3	8,3	55,4
	Libra	156	8,1	8,1	63,5
	Scorpio	135	7,0	7,0	70,5
	Sagittarius	112	5,8	5,8	76,4
	Capricorn	167	8,7	8,7	85,1
	Aquarius	152	7,9	7,9	93,0
	Pisces	135	7,0	7,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>1920</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	
<b>Horoscope Type</b>	Air	490	25,5	25,5	25,5
	Earth	503	26,2	26,2	51,7
	Fire	472	24,6	24,6	76,3
	Water	455	23,7	23,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>1920</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	
<b>Horoscope Gender</b>	Feminine	958	49,9	49,9	49,9
	Masculine	962	50,1	50,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>1920</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	
<b>MBTI</b>	ENFJ	96	5,0	5,0	5,0
	ENFP	283	14,7	14,7	19,7
	ENTJ	85	4,4	4,4	24,2
	ENTP	75	3,9	3,9	28,1
	ESFJ	80	4,2	4,2	32,2
	ESFP	133	6,9	6,9	39,2
	ESTJ	395	20,6	20,6	59,7
	ESTP	203	10,6	10,6	70,3
	INFJ	66	3,4	3,4	73,8
	INFP	133	6,9	6,9	80,7
	INTJ	36	1,9	1,9	82,6
	INTP	29	1,5	1,5	84,1
	ISFJ	53	2,8	2,8	86,8
	ISFP	34	1,8	1,8	88,6
	ISTJ	153	8,0	8,0	96,6
	ISTP	66	3,4	3,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>1920</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

VALIDITY

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items		
,624					9
<b>Item-Total Statistics</b>					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
<b>Hedonism</b>	8,92	10,039	,376	,266	,579
<b>Snobbism</b>	8,76	10,849	,183	,160	,626
<b>Opportunism</b>	8,94	10,905	,178	,137	,626
<b>Arrogance</b>	9,06	10,878	,208	,081	,618
<b>Carpediem</b>	9,01	9,420	,498	,334	,546
<b>Budget</b>	8,86	11,113	,117	,198	,643
<b>Savings</b>	9,03	9,038	,587	,403	,522
<b>Invest</b>	9,17	9,679	,416	,356	,567

Financial Literacy	9,30	10,456	,235	,267	,615				
Inter-Item Correlation Matrix									
	Hedonism	Snobbism	Opportunism	Arrogance	Carpediem	Budget	Savings	Invest	Financial Literacy
Hedonism	1,000	,337	,016	,040	,249	,341	,340	,123	,060
Snobbism	,337	1,000	-,115	,061	,068	,267	,140	,022	-,004
Opportunism	,016	-,115	1,000	,228	,237	-,060	,251	,125	,082
Arrogance	,040	,061	,228	1,000	,173	,020	,191	,100	,064
Carpediem	,249	,068	,237	,173	1,000	,040	,516	,404	,264
Budget	,341	,267	-,060	,020	,040	1,000	,152	-,037	-,197
Savings	,340	,140	,251	,191	,516	,152	1,000	,432	,232
Invest	,123	,022	,125	,100	,404	-,037	,432	1,000	,472
Financial Literacy	,060	-,004	,082	,064	,264	-,197	,232	,472	1,000

**SKEWNESS and KURTOSIS**

	N		Skewness	Std. Error of Skewness	Kurtosis	Std. Error of Kurtosis
	Valid	Missing				
Resistance to Hedonism	1920	0	-0,369	0,056	-1,171	0,112
Resistance to Snobbism	1920	0	-0,763	0,056	-0,960	0,112
Willingness for Opportunism	1920	0	-0,345	0,056	-1,246	0,112
Resistance to Arrogance	1920	0	-0,107	0,056	-1,106	0,112
Resistance to Carpediem	1920	0	-0,215	0,056	-1,323	0,112
Staying within Budget	1920	0	-0,529	0,056	-1,288	0,112
Persistence towards Savings	1920	0	-0,172	0,056	-1,346	0,112
Willingness for Invest	1920	0	0,064	0,056	-1,452	0,112
Financial Literacy	1920	0	0,323	0,056	-1,478	0,112

**FACTOR ANALYSIS**

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.						,709
Bartlett's Test of Sphericity			Approx. Chi-Square			2882,523
			df			36
			Sig.			,000
Communalities			Rotated Component Matrix <sup>a</sup>			
	Initial	Extraction	Component			
			1	2	3	
Resistance to Hedonism	1,000	,598	Willingness for Invest	,815		
Resistance to Snobbism	1,000	,489	Financial Literacy	,780		
Willingness for Opportunism	1,000	,627	Resistance to Carpediem	,613		
Resistance to Arrogance	1,000	,487	Persistence towards Savings	,581		
Resistance to Carpediem	1,000	,566	Resistance to Hedonism		,741	
Staying within Budget	1,000	,580	Staying within Budget		,733	
Persistence towards Savings	1,000	,639	Resistance to Snobbism		,685	
Willingness for Invest	1,000	,668	Willingness for Opportunism		,771	
Financial Literacy	1,000	,653	Resistance to Arrogance		,696	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,489	27,653	27,653	2,489	27,653	27,653	2,084	23,159	23,159
2	1,668	18,532	46,185	1,668	18,532	46,185	1,795	19,945	43,104
3	1,150	12,775	58,961	1,150	12,775	58,961	1,427	15,857	58,961
4	,864	9,597	68,557						
5	,694	7,714	76,271						
6	,632	7,021	83,292						
7	,589	6,539	89,832						
8	,486	5,398	95,230						
9	,429	4,770	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## GENDER

## GENDER\*SCHIZOID

		Resistance to Schizoid			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	45,0%	31,4%	23,6%	100,0%
	Male	48,2%	27,0%	24,8%	100,0%
Total		46,5%	29,4%	24,2%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,586 <sup>a</sup>	2	,101
Likelihood Ratio	4,600	2	,100
Linear-by-Linear Association	,323	1	,570
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 212,43.

## GENDER\*NARCISSISM

		Resistance to Narcissism			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	44,9%	33,5%	21,6%	100,0%
	Male	44,4%	32,0%	23,7%	100,0%
Total		44,6%	32,8%	22,6%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,266 <sup>a</sup>	2	,531
Likelihood Ratio	1,264	2	,531
Linear-by-Linear Association	,494	1	,482
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 198,23.

## GENDER\*EMPHATY

		Resistance to Empathy			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	11,0%	27,9%	61,1%	100,0%
	Male	16,2%	25,0%	58,8%	100,0%
Total		13,4%	26,6%	60,1%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,137 <sup>a</sup>	2	,004
Likelihood Ratio	11,099	2	,004
Linear-by-Linear Association	5,030	1	,025
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 117,66.

## GENDER\*ALTRUISM

		Reluctance to Altruism			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	27,9%	45,7%	26,4%	100,0%
	Male	32,0%	46,4%	21,6%	100,0%
Total		29,7%	46,0%	24,2%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,293 <sup>a</sup>	2	,026
Likelihood Ratio	7,318	2	,026
Linear-by-Linear Association	7,051	1	,008
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 212,88.

## GENDER\*EI

		Energizing		Total
		Extroversion	Introversion	
Gender	Female	70,7%	29,3%	100,0%
	Male	69,9%	30,1%	100,0%
Total		70,3%	29,7%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,165 <sup>a</sup>	1	,685		
Continuity Correction <sup>b</sup>	,126	1	,722		
Likelihood Ratio	,165	1	,685		
Fisher's Exact Test				,689	,361
Linear-by-Linear Association	,165	1	,685		
N of Valid Cases	1920				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 260,95.

b. Computed only for a 2x2 table

## GENDER\*SN

		Attending	Total
--	--	-----------	-------

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

Gender	Sensing		Intuitive	
	Female	52,7%	47,3%	100,0%
Male	64,6%	35,4%	100,0%	
<b>Total</b>	<b>58,2%</b>	<b>41,8%</b>	<b>100,0%</b>	

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	27,650 <sup>a</sup>	1	,000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	27,163	1	,000		
Likelihood Ratio	27,789	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	27,635	1	,000		
N of Valid Cases	1920				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 367,62.

b. Computed only for a 2x2 table

**GENDER\*TF**

Gender		Deciding		Total
		Thinking	Feeling	
Female		50,1%	49,9%	100,0%
Male		59,2%	40,8%	100,0%
<b>Total</b>		<b>54,3%</b>	<b>45,7%</b>	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	15,603 <sup>a</sup>	1	,000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	15,242	1	,000		
Likelihood Ratio	15,640	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	15,595	1	,000		
N of Valid Cases	1920				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 401,96.

b. Computed only for a 2x2 table

**GENDER\*JP**

Gender		Living		Total
		Judging	Perceiving	
Female		48,6%	51,4%	100,0%
Male		52,1%	47,9%	100,0%
<b>Total</b>		<b>50,2%</b>	<b>49,8%</b>	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,332 <sup>a</sup>	1	,127		
Continuity Correction <sup>b</sup>	2,194	1	,139		
Likelihood Ratio	2,333	1	,127		
Fisher's Exact Test				,131	,069
Linear-by-Linear Association	2,331	1	,127		
N of Valid Cases	1920				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 437,67.

b. Computed only for a 2x2 table

**GENDER\* MBTI**

MBTI		Gender		Total
		Female	Male	
MBTI	ENFJ	6,2%	3,5%	5,0%
	ENFP	16,6%	12,5%	14,7%
	ENTJ	4,6%	4,2%	4,4%
	ENTP	3,9%	3,9%	3,9%
	ESFJ	3,9%	4,4%	4,2%
	ESFP	6,6%	7,3%	6,9%
	ESTJ	18,6%	22,9%	20,6%
	ESTP	10,1%	11,1%	10,6%
	INFJ	4,0%	2,7%	3,4%
	INFP	8,2%	5,5%	6,9%
	INTJ	1,8%	1,9%	1,9%
	INTP	1,8%	1,1%	1,5%
	ISFJ	2,8%	2,7%	2,8%
	ISFP	1,4%	2,2%	1,8%
	ISTJ	6,5%	9,7%	8,0%
ISTP	2,7%	4,3%	3,4%	
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	37,800 <sup>a</sup>	15	,001
Likelihood Ratio	38,161	15	,001

<b>Linear-by-Linear Association</b>	12,551	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,28.

**GENDER\*HEDONISM**

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	20,4%	39,3%	40,3%	100,0%
	Male	20,0%	37,7%	42,3%	100,0%
<b>Total</b>		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	,808 <sup>a</sup>	2	,668
<b>Likelihood Ratio</b>	,808	2	,668
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,448	1	,503
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 177,63.

**GENDER\*SNOBBISM**

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	18,5%	24,2%	57,3%	100,0%
	Male	19,5%	25,3%	55,3%	100,0%
<b>Total</b>		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	,748 <sup>a</sup>	2	,688
<b>Likelihood Ratio</b>	,748	2	,688
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,643	1	,423
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 166,64.

**GENDER\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	16,9%	36,1%	47,0%	100,0%
	Male	27,9%	37,8%	34,4%	100,0%
<b>Total</b>		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	44,903 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	45,041	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	44,589	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 192,74.

**GENDER\*ARROGANCE**

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	22,4%	46,1%	31,5%	100,0%
	Male	24,2%	47,2%	28,6%	100,0%
<b>Total</b>		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	2,205 <sup>a</sup>	2	,332
<b>Likelihood Ratio</b>	2,207	2	,332
<b>Linear-by-Linear Association</b>	2,077	1	,150
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 204,18.

**GENDER\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	26,1%	38,4%	35,4%	100,0%
	Male	23,5%	37,3%	39,1%	100,0%
<b>Total</b>		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	3,172 <sup>a</sup>	2	,205
<b>Likelihood Ratio</b>	3,172	2	,205
<b>Linear-by-Linear Association</b>	3,088	1	,079
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 219,29.

**GENDER\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Gender	Female	20,2%	24,6%	55,2%	100,0%

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

	<b>Male</b>	26,6%	29,5%	43,9%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		23,1%	26,8%	50,1%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	24,995 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	25,044	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	22,816	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 203,27.

**GENDER\*SAVING**

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
<b>Gender</b>	<b>Female</b>	24,3%	38,4%	37,3%	<b>100,0%</b>
	<b>Male</b>	28,3%	37,4%	34,2%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	4,294 <sup>a</sup>	2	,117
<b>Likelihood Ratio</b>	4,288	2	,117
<b>Linear-by-Linear Association</b>	3,879	1	,049
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 229,82.

**GENDER\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
<b>Gender</b>	<b>Female</b>	41,3%	34,3%	24,4%	<b>100,0%</b>
	<b>Male</b>	25,7%	36,3%	38,0%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	63,241 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	63,874	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	62,778	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 269,19.

**GENDER\*FINANCIAL LITERACY**

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
<b>Gender</b>	<b>Female</b>	55,2%	25,7%	19,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Male</b>	31,4%	31,1%	37,5%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	125,324 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	127,044	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	123,877	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 241,73.

**AGE**

**AGE\*SCHIZOID**

		Resistance to Schizoid			Total
		Low	Medium	High	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	46,3%	29,4%	24,4%	<b>100,0%</b>
	<b>18-28</b>	49,6%	31,4%	19,0%	<b>100,0%</b>
	<b>29-36</b>	42,2%	23,0%	34,8%	<b>100,0%</b>
	<b>37-45</b>	43,8%	29,2%	27,1%	<b>100,0%</b>
	<b>46+</b>	38,3%	27,4%	34,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		46,5%	29,4%	24,2%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	46,632 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	45,454	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	19,203	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,67.

**AGE\*NARCISSISM**

		Resistance to Narcissism			Total
		Low	Medium	High	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	30,0%	36,3%	33,8%	<b>100,0%</b>
	<b>18-28</b>	48,0%	33,4%	18,6%	<b>100,0%</b>
	<b>29-36</b>	41,5%	31,6%	27,0%	<b>100,0%</b>
	<b>37-45</b>	44,8%	32,3%	22,9%	<b>100,0%</b>

	46+	42,3%	29,4%	28,4%	100,0%
<b>Total</b>		44,6%	32,8%	22,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	34,674 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	34,561	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,603	1	,437
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36,08.

**AGE\*EMPHATY**

		Resistance to Empathy			Total
		Low	Medium	High	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	9,4%	23,8%	66,9%	100,0%
	<b>18-28</b>	11,6%	26,5%	61,9%	100,0%
	<b>29-36</b>	16,0%	32,3%	51,8%	100,0%
	<b>37-45</b>	15,6%	24,0%	60,4%	100,0%
	<b>46+</b>	20,4%	23,9%	55,7%	100,0%
<b>Total</b>		13,4%	26,6%	60,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	24,672 <sup>a</sup>	8	,002
<b>Likelihood Ratio</b>	23,824	8	,002
<b>Linear-by-Linear Association</b>	12,414	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,42.

**AGE\*ALTRUISM**

		Reluctance to Altruism			Total
		Low	Medium	High	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	18,1%	47,5%	34,4%	100,0%
	<b>18-28</b>	32,4%	48,2%	19,4%	100,0%
	<b>29-36</b>	22,7%	46,8%	30,5%	100,0%
	<b>37-45</b>	30,7%	39,1%	30,2%	100,0%
	<b>46+</b>	33,8%	38,8%	27,4%	100,0%
<b>Total</b>		29,7%	46,0%	24,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	46,440 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	47,514	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,206	1	,650
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,75.

**AGE\*MBTI**

		Age					Total
		0-17	18-28	29-36	37-45	46+	
<b>MBTI</b>	<b>ENFJ</b>	5,6%	4,0%	6,0%	5,7%	8,0%	5,0%
	<b>ENFP</b>	18,1%	16,4%	11,7%	11,5%	10,4%	14,7%
	<b>ENTJ</b>	3,8%	4,0%	4,6%	7,3%	4,5%	4,4%
	<b>ENTP</b>	4,4%	4,2%	4,3%	2,6%	2,5%	3,9%
	<b>ESFJ</b>	1,3%	4,8%	3,5%	2,6%	5,5%	4,2%
	<b>ESFP</b>	6,3%	8,2%	3,5%	4,7%	7,5%	6,9%
	<b>ESTJ</b>	11,9%	18,2%	27,0%	29,2%	22,9%	20,6%
	<b>ESTP</b>	10,6%	12,4%	7,1%	8,9%	7,0%	10,6%
	<b>INFJ</b>	4,4%	3,3%	2,1%	4,2%	4,5%	3,4%
	<b>INFP</b>	16,9%	6,6%	6,4%	3,1%	5,0%	6,9%
	<b>INTJ</b>	3,1%	1,5%	1,1%	4,7%	1,5%	1,9%
	<b>INTP</b>	1,9%	1,5%	1,8%	0,5%	2,0%	1,5%
	<b>ISFJ</b>	3,8%	1,4%	6,0%	2,1%	5,5%	2,8%
<b>ISFP</b>	1,3%	1,9%	2,1%	0	2,5%	1,8%	
<b>ISTJ</b>	3,1%	7,3%	11,0%	9,9%	9,5%	8,0%	
<b>ISTP</b>	3,8%	4,2%	1,8%	3,1%	1,5%	3,4%	
<b>Total</b>		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	159,428 <sup>a</sup>	60	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	157,617	60	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,865	1	,352
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 12 cells (15,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,42.

**AGE\*EI**

		Energizing		Total
		Extroversion	Introversion	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	61,9%	38,1%	100,0%
	<b>18-28</b>	72,3%	27,7%	100,0%



Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

	29-36	67,7%	32,3%	100,0%
	37-45	72,4%	27,6%	100,0%
	46+	68,2%	31,8%	100,0%
<b>Total</b>		70,3%	29,7%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,171 <sup>a</sup>	4	,057
Likelihood Ratio	8,932	4	,063
Linear-by-Linear Association	,003	1	,956
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 47,50.

**AGE\*SN**

		Attending		Total
		Sensing	Intuitive	
Age	0-17	41,9%	58,1%	100,0%
	18-28	58,5%	41,5%	100,0%
	29-36	62,1%	37,9%	100,0%
	37-45	60,4%	39,6%	100,0%
	46+	61,7%	38,3%	100,0%
<b>Total</b>		58,2%	41,8%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,691 <sup>a</sup>		,000
Likelihood Ratio	20,406	4	,000
Linear-by-Linear Association	7,710	1	,005
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 66,92.

**AGE\*TF**

		Deciding		Total
		Thinking	Feeling	
Age	0-17	42,5%	57,5%	100,0%
	18-28	53,4%	46,6%	100,0%
	29-36	58,5%	41,5%	100,0%
	37-45	66,1%	33,9%	100,0%
	46+	51,2%	48,8%	100,0%
<b>Total</b>		54,3%	45,7%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,986 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	23,222	4	,000
Linear-by-Linear Association	5,723	1	,017
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 73,17.

**AGE\*JP**

		Living		Total
		Judging	Perceiving	
Age	0-17	36,9%	63,1%	100,0%
	18-28	44,4%	55,6%	100,0%
	29-36	61,3%	38,7%	100,0%
	37-45	65,6%	34,4%	100,0%
	46+	61,7%	38,3%	100,0%
<b>Total</b>		50,2%	49,8%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	68,752 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	69,456	4	,000
Linear-by-Linear Association	55,184	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 79,67.

**AGE\*HEDONISM**

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Age	0-17	21,9%	40,0%	38,1%	100,0%
	18-28	21,6%	41,3%	37,1%	100,0%
	29-36	20,2%	38,7%	41,1%	100,0%
	37-45	14,1%	30,7%	55,2%	100,0%
	46+	17,4%	29,9%	52,7%	100,0%
<b>Total</b>		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,087 <sup>a</sup>	8	,000
Likelihood Ratio	34,805	8	,000
Linear-by-Linear Association	21,457	1	,000

N of Valid Cases	1920	
------------------	------	--

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,33.

AGE*SNOBBISM					
		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Age	0-17	28,1%	20,0%	51,9%	100,0%
	18-28	18,5%	27,9%	53,5%	100,0%
	29-36	20,2%	27,0%	52,8%	100,0%
	37-45	13,5%	17,2%	69,3%	100,0%
	46+	17,4%	14,9%	67,7%	100,0%
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,359 <sup>a</sup>	8	,000
Likelihood Ratio	42,863	8	,000
Linear-by-Linear Association	16,735	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,33.

AGE*OPPORTUNITY					
		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Age	0-17	33,8%	36,3%	30,0%	100,0%
	18-28	19,4%	37,7%	42,9%	100,0%
	29-36	22,0%	40,1%	37,9%	100,0%
	37-45	21,4%	35,4%	43,2%	100,0%
	46+	26,9%	29,9%	43,3%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,342 <sup>a</sup>	8	,001
Likelihood Ratio	25,553	8	,001
Linear-by-Linear Association	,291	1	,590
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 35,08.

AGE*ARROGANCE					
		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Age	0-17	25,0%	48,1%	26,9%	100,0%
	18-28	20,9%	48,3%	30,8%	100,0%
	29-36	25,9%	45,0%	29,1%	100,0%
	37-45	25,5%	43,8%	30,7%	100,0%
	46+	28,4%	41,3%	30,3%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,561 <sup>a</sup>	8	,297
Likelihood Ratio	9,518	8	,300
Linear-by-Linear Association	1,197	1	,274
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37,17.

AGE*CARPEDIEM					
		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Age	0-17	40,0%	41,9%	18,1%	100,0%
	18-28	24,4%	40,6%	34,9%	100,0%
	29-36	26,6%	36,5%	36,9%	100,0%
	37-45	22,4%	28,1%	49,5%	100,0%
	46+	15,9%	31,3%	52,7%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	70,152 <sup>a</sup>	8	,000
Likelihood Ratio	70,833	8	,000
Linear-by-Linear Association	45,036	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 39,92.

AGE*BUDGET					
		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Age	0-17	16,9%	23,1%	60,0%	100,0%
	18-28	21,8%	26,3%	51,9%	100,0%
	29-36	29,8%	33,7%	36,5%	100,0%
	37-45	19,3%	31,8%	49,0%	100,0%

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

	<b>46+</b>	29,4%	18,4%	52,2%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		23,1%	26,8%	50,1%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	40,888 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	41,644	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	5,951	1	,015
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37,00.

**AGE\*SAVING**

		<b>Persistence towards Savings</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	42,5%	34,4%	23,1%	<b>100,0%</b>
	<b>18-28</b>	25,3%	41,4%	33,4%	<b>100,0%</b>
	<b>29-36</b>	27,0%	38,3%	34,8%	<b>100,0%</b>
	<b>37-45</b>	20,3%	29,7%	50,0%	<b>100,0%</b>
	<b>46+</b>	22,4%	29,9%	47,8%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	59,033 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	56,337	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	30,916	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 41,83.

**AGE\*INVEST**

		<b>Willingness for Invest</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	51,2%	33,1%	15,6%	<b>100,0%</b>
	<b>18-28</b>	33,6%	37,1%	29,3%	<b>100,0%</b>
	<b>29-36</b>	32,3%	38,3%	29,4%	<b>100,0%</b>
	<b>37-45</b>	28,6%	29,2%	42,2%	<b>100,0%</b>
	<b>46+</b>	31,3%	28,4%	40,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	49,934 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	49,655	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	24,527	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 49,00.

**AGE\*FINANCIAL LITERACY**

		<b>Financial Literacy</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Age</b>	<b>0-17</b>	65,6%	23,1%	11,3%	<b>100,0%</b>
	<b>18-28</b>	43,7%	29,2%	27,1%	<b>100,0%</b>
	<b>29-36</b>	37,6%	29,1%	33,3%	<b>100,0%</b>
	<b>37-45</b>	42,7%	26,0%	31,3%	<b>100,0%</b>
	<b>46+</b>	41,8%	27,4%	30,8%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	42,791 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	45,085	8	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	13,992	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 44,00.

## SCHIZOID

## SCHIZOID\*HEDONISM

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	35,9%	41,6%	22,5%	100,0%
	Medium	7,4%	42,7%	49,8%	100,0%
	High	5,6%	27,6%	66,8%	100,0%
Total		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	381,219 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	399,407	4	,000
Linear-by-Linear Association	337,976	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 93,77.

## SCHIZOID\*SNOBBISM

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	29,4%	24,8%	45,9%	100,0%
	Medium	10,3%	28,0%	61,7%	100,0%
	High	9,5%	20,5%	70,0%	100,0%
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	137,004 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	139,204	4	,000
Linear-by-Linear Association	111,788	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 87,97.

## SCHIZOID\*OPPORTUNISM

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	21,6%	34,8%	43,6%	100,0%
	Medium	18,6%	43,3%	38,1%	100,0%
	High	26,5%	33,2%	40,3%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,979 <sup>a</sup>	4	,001
Likelihood Ratio	18,612	4	,001
Linear-by-Linear Association	3,273	1	,070
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 101,74.

## SCHIZOID\*ARROGANCE

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	24,1%	46,3%	29,6%	100,0%
	Medium	17,4%	51,6%	31,0%	100,0%
	High	28,7%	41,2%	30,2%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,725 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	21,131	4	,000
Linear-by-Linear Association	,229	1	,633
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 107,78.

## SCHIZOID\*CARPEDIEM

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	30,7%	38,5%	30,8%	100,0%
	Medium	19,7%	39,7%	40,6%	100,0%
	High	20,3%	34,7%	45,0%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,271 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	43,290	4	,000
Linear-by-Linear Association	36,125	1	,000
N of Valid Cases	1920		

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 115,76.

<b>SCHIZOID*BUDGET</b>					
		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	31,7%	27,1%	41,1%	<b>100,0%</b>
	Medium	16,1%	28,4%	55,5%	<b>100,0%</b>
	High	15,1%	24,4%	60,6%	<b>100,0%</b>
Total		23,1%	26,8%	50,1%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	82,731 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	83,174	4	,000
Linear-by-Linear Association	70,576	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 107,30.

<b>SCHIZOID*SAVING</b>					
		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	32,8%	39,3%	27,8%	<b>100,0%</b>
	Medium	20,2%	40,4%	39,4%	<b>100,0%</b>
	High	20,5%	32,3%	47,2%	<b>100,0%</b>
Total		26,1%	38,0%	35,9%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	68,545 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	68,492	4	,000
Linear-by-Linear Association	57,617	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 121,32.

<b>SCHIZOID*INVEST</b>					
		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	35,5%	34,4%	30,0%	<b>100,0%</b>
	Medium	31,7%	38,3%	30,0%	<b>100,0%</b>
	High	34,5%	33,0%	32,5%	<b>100,0%</b>
Total		34,2%	35,2%	30,6%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,560 <sup>a</sup>	4	,336
Likelihood Ratio	4,540	4	,338
Linear-by-Linear Association	,757	1	,384
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 142,10.

<b>SCHIZOID*FINANCIAL LITERACY</b>					
		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Schizoid	Low	42,9%	28,5%	28,6%	<b>100,0%</b>
	Medium	48,0%	24,5%	27,5%	<b>100,0%</b>
	High	42,5%	32,1%	25,4%	<b>100,0%</b>
Total		44,3%	28,2%	27,5%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,956 <sup>a</sup>	4	,062
Likelihood Ratio	8,950	4	,062
Linear-by-Linear Association	,608	1	,436
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 127,60.

**NARCISSISM**

<b>NARCISSISM*HEDONISM</b>					
		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	25,9%	41,4%	32,7%	<b>100,0%</b>
	Medium	17,8%	40,5%	41,7%	<b>100,0%</b>
	High	12,5%	30,0%	57,5%	<b>100,0%</b>
Total		20,2%	38,5%	41,3%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	82,101 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	81,839	4	,000
Linear-by-Linear Association	74,963	1	,000

N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 87,50.					
NARCISSISM*SNOBBIISM					
		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	19,8%	22,6%	57,5%	100,0%
	Medium	16,5%	28,3%	55,2%	100,0%
	High	20,8%	23,6%	55,7%	100,0%
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	8,421 <sup>a</sup>	4	,077		
Likelihood Ratio	8,384	4	,078		
Linear-by-Linear Association	,246	1	,620		
N of Valid Cases	1920				
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 82,09.					
NARCISSISM*OPPORTUNISM					
		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	21,4%	35,4%	43,3%	100,0%
	Medium	19,2%	41,9%	38,9%	100,0%
	High	27,0%	32,6%	40,4%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	16,211 <sup>a</sup>	4	,003		
Likelihood Ratio	15,864	4	,003		
Linear-by-Linear Association	3,279	1	,070		
N of Valid Cases	1920				
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 94,94.					
NARCISSISM*ARROGANCE					
		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	17,0%	45,4%	37,6%	100,0%
	Medium	25,6%	48,1%	26,3%	100,0%
	High	32,1%	46,9%	21,0%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	61,525 <sup>a</sup>	4	,000		
Likelihood Ratio	61,788	4	,000		
Linear-by-Linear Association	59,817	1	,000		
N of Valid Cases	1920				
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 100,58.					
NARCISSISM*CARPEDIEM					
		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	25,8%	37,2%	37,0%	100,0%
	Medium	23,8%	40,6%	35,6%	100,0%
	High	24,9%	35,3%	39,7%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	3,876 <sup>a</sup>	4	,423		
Likelihood Ratio	3,857	4	,426		
Linear-by-Linear Association	,534	1	,465		
N of Valid Cases	1920				
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 108,02.					
NARCISSISM*BUDGET					
		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	25,8%	25,6%	48,7%	100,0%
	Medium	22,4%	28,4%	49,2%	100,0%
	High	18,9%	27,0%	54,0%	100,0%
Total		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	8,975 <sup>a</sup>	4	,062		
Likelihood Ratio	9,065	4	,059		
Linear-by-Linear Association	6,240	1	,012		
N of Valid Cases	1920				
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 100,13.					
NARCISSISM*SAVING					

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	25,3%	37,7%	37,0%	100,0%
	Medium	25,9%	40,3%	33,8%	100,0%
	High	28,2%	35,1%	36,7%	100,0%
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	3,924 <sup>a</sup>	4	,416	
Likelihood Ratio	3,927	4	,416	
Linear-by-Linear Association	,644	1	,422	
N of Valid Cases	1920			

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 113,21.

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	32,8%	34,9%	32,3%	100,0%
	Medium	35,1%	35,6%	29,4%	100,0%
	High	35,6%	35,3%	29,1%	100,0%
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	2,388 <sup>a</sup>	4	,665	
Likelihood Ratio	2,385	4	,665	
Linear-by-Linear Association	1,967	1	,161	
N of Valid Cases	1920			

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 132,61.

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Narcissism	Low	40,4%	27,7%	32,0%	100,0%
	Medium	48,3%	29,5%	22,2%	100,0%
	High	46,4%	27,3%	26,3%	100,0%
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	100,0%

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	19,092 <sup>a</sup>	4	,001	
Likelihood Ratio	19,256	4	,001	
Linear-by-Linear Association	9,024	1	,003	
N of Valid Cases	1920			

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 119,08.

**EMPHATY**

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	33,5%	39,7%	26,8%	100,0%
	Medium	17,1%	44,5%	38,4%	100,0%
	High	18,6%	35,6%	45,7%	100,0%
<b>Total</b>		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	53,003 <sup>a</sup>	4	,000	
Likelihood Ratio	50,967	4	,000	
Linear-by-Linear Association	34,862	1	,000	
N of Valid Cases	1920			

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51,94.

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	25,3%	24,9%	49,8%	100,0%
	Medium	14,7%	29,8%	55,5%	100,0%
	High	19,4%	22,4%	58,2%	100,0%
<b>Total</b>		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	21,061 <sup>a</sup>	4	,000	
Likelihood Ratio	20,766	4	,000	
Linear-by-Linear Association	3,934	1	,047	
N of Valid Cases	1920			

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 48,72.

**EMPHATY\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	30,7%	40,1%	29,2%	100,0%
	Medium	24,7%	39,8%	35,5%	100,0%
	High	18,7%	34,9%	46,4%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,038 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	40,131	4	,000
Linear-by-Linear Association	38,332	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 56,35.

**EMPHATY\*ARROGANCE**

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	19,5%	47,9%	32,7%	100,0%
	Medium	18,6%	48,0%	33,3%	100,0%
	High	26,1%	45,7%	28,2%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,578 <sup>a</sup>	4	,006
Likelihood Ratio	14,813	4	,005
Linear-by-Linear Association	9,892	1	,002
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 59,70.

**EMPHATY\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	33,9%	33,9%	32,3%	100,0%
	Medium	25,1%	43,9%	31,0%	100,0%
	High	22,9%	36,2%	40,9%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	28,328 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	27,618	4	,000
Linear-by-Linear Association	17,573	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 64,12.

**EMPHATY\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	32,3%	27,6%	40,1%	100,0%
	Medium	21,0%	27,3%	51,8%	100,0%
	High	22,0%	26,5%	51,5%	100,0%
Total		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,018 <sup>a</sup>	4	,002
Likelihood Ratio	16,393	4	,003
Linear-by-Linear Association	9,475	1	,002
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 59,43.

**EMPHATY\*SAVING**

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	30,4%	35,8%	33,9%	100,0%
	Medium	27,8%	40,2%	32,0%	100,0%
	High	24,5%	37,5%	38,1%	100,0%
Total		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,642 <sup>a</sup>	4	,071
Likelihood Ratio	8,626	4	,071
Linear-by-Linear Association	6,085	1	,014
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 67,19.

**EMPHATY\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	



Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

Resistance to Empathy	Low	27,2%	37,7%	35,0%	100,0%
	Medium	36,7%	36,5%	26,9%	100,0%
	High	34,6%	34,1%	31,3%	100,0%
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,877 <sup>a</sup>	4	,043
Likelihood Ratio	10,147	4	,038
Linear-by-Linear Association	1,075	1	,300
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 78,71.

**EMPHATY\*FINANCIAL LITERACY**

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Resistance to Empathy	Low	31,9%	31,9%	36,2%	100,0%
	Medium	45,3%	28,2%	26,5%	100,0%
	High	46,7%	27,3%	26,0%	100,0%
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,207 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	20,485	4	,000
Linear-by-Linear Association	14,104	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 70,68.

**ALTRUISM**

**ALTRUISM\*HEDONISM**

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	25,9%	37,0%	37,1%	100,0%
	Medium	17,1%	42,9%	40,0%	100,0%
	High	19,1%	32,3%	48,6%	100,0%
<b>Total</b>		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,954 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	31,322	4	,000
Linear-by-Linear Association	15,452	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 93,97.

**ALTRUISM\*SNOBBISM**

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	20,5%	21,9%	57,6%	100,0%
	Medium	15,6%	26,8%	57,6%	100,0%
	High	23,4%	24,1%	52,5%	100,0%
<b>Total</b>		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,990 <sup>a</sup>	4	,003
Likelihood Ratio	16,017	4	,003
Linear-by-Linear Association	2,208	1	,137
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 88,16.

**ALTRUISM\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	21,5%	32,9%	45,5%	100,0%
	Medium	20,4%	40,7%	38,9%	100,0%
	High	25,4%	34,4%	40,2%	100,0%
<b>Total</b>		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,119 <sup>a</sup>	4	,007
Likelihood Ratio	13,947	4	,007
Linear-by-Linear Association	3,696	1	,055
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 101,96.

**ALTRUISM\*ARROGANCE**

	Resistance to Arrogance	Total
--	-------------------------	-------

		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	17,5%	38,2%	44,3%	100,0%
	Medium	19,6%	55,4%	25,0%	100,0%
	High	37,2%	40,2%	22,6%	100,0%
<b>Total</b>		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	134,327 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	125,707	4	,000
Linear-by-Linear Association	83,716	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 108,02.

**ALTRUISM\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	23,1%	32,7%	44,1%	100,0%
	Medium	22,2%	43,6%	34,3%	100,0%
	High	32,5%	33,5%	34,0%	100,0%
<b>Total</b>		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	38,541 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	37,348	4	,000
Linear-by-Linear Association	16,037	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 116,01.

**ALTRUISM\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	34,2%	24,5%	41,3%	100,0%
	Medium	19,8%	28,1%	52,1%	100,0%
	High	15,9%	27,3%	56,8%	100,0%
<b>Total</b>		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	60,031 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	58,058	4	,000
Linear-by-Linear Association	46,390	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 107,53.

**ALTRUISM\*SAVING**

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	22,9%	32,4%	44,7%	100,0%
	Medium	23,6%	44,9%	31,4%	100,0%
	High	34,8%	31,6%	33,5%	100,0%
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,433 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	54,578	4	,000
Linear-by-Linear Association	22,749	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 121,58.

**ALTRUISM\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	25,9%	31,9%	42,2%	100,0%
	Medium	33,4%	40,7%	25,9%	100,0%
	High	45,8%	28,8%	25,4%	100,0%
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	80,429 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	77,682	4	,000
Linear-by-Linear Association	55,168	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 142,41.

**ALTRUISM\*FINANCIAL LITERACY**

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Reluctance to Altruism	Low	38,4%	24,3%	37,3%	100,0%

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

	<b>Medium</b>	44,5%	30,8%	24,8%	<b>100,0%</b>
	<b>High</b>	51,4%	28,0%	20,6%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	45,228 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	44,092	4	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	33,713	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 127,88.

**ENERGIZING**

**EI\*SCHIZOID**

		<b>Resistance to Schizoid</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Energizing</b>	<b>Extroversion</b>	48,9%	29,1%	22,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Introversion</b>	40,7%	30,0%	29,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		46,5%	29,4%	24,2%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	14,724 <sup>a</sup>	2	,001
<b>Likelihood Ratio</b>	14,557	2	,001
<b>Linear-by-Linear Association</b>	14,630	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 137,75.

**EI\*NARCISSISM**

		<b>Resistance to Narcissism</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Energizing</b>	<b>Extroversion</b>	48,3%	33,1%	18,6%	<b>100,0%</b>
	<b>Introversion</b>	36,0%	32,1%	31,9%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,6%	32,8%	22,6%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	45,389 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	44,011	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	42,357	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 128,55.

**EI\*EMPHATY**

		<b>Resistance to Empathy</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Energizing</b>	<b>Extroversion</b>	15,2%	28,1%	56,7%	<b>100,0%</b>
	<b>Introversion</b>	9,1%	23,0%	67,9%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		13,4%	26,6%	60,1%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	23,219 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	23,985	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	22,983	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 76,30.

**EI\*ALTRUISM**

		<b>Reluctance to Altruism</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Energizing</b>	<b>Extroversion</b>	31,9%	46,1%	22,1%	<b>100,0%</b>
	<b>Introversion</b>	24,7%	46,0%	29,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		29,7%	46,0%	24,2%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	15,460 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	15,402	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	15,351	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 138,05.

**EI\*HEDONISM**

		<b>Resistance to Hedonism</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Energizing</b>	<b>Extroversion</b>	21,7%	40,0%	38,3%	<b>100,0%</b>
	<b>Introversion</b>	16,7%	35,1%	48,2%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		20,2%	38,5%	41,3%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,159 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	17,114	2	,000
Linear-by-Linear Association	15,775	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 115,19.

**EI\*SNOBBIISM**

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	19,3%	25,2%	55,5%	100,0%
	Introversion	18,1%	23,5%	58,4%	100,0%
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,408 <sup>a</sup>	2	,495
Likelihood Ratio	1,411	2	,494
Linear-by-Linear Association	1,154	1	,283
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 108,06.

**EI\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	20,7%	38,6%	40,7%	100,0%
	Introversion	24,9%	32,8%	42,3%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,163 <sup>a</sup>	2	,028
Likelihood Ratio	7,166	2	,028
Linear-by-Linear Association	,494	1	,482
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 124,98.

**EI\*ARROGANCE**

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	23,1%	45,5%	31,4%	100,0%
	Introversion	23,5%	49,3%	27,2%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,640 <sup>a</sup>	2	,162
Likelihood Ratio	3,675	2	,159
Linear-by-Linear Association	1,611	1	,204
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 132,41.

**EI\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	24,8%	40,2%	35,0%	100,0%
	Introversion	25,3%	32,5%	42,3%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,187 <sup>a</sup>	2	,002
Likelihood Ratio	12,240	2	,002
Linear-by-Linear Association	3,119	1	,077
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 142,20.

**EI\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	25,7%	27,3%	47,0%	100,0%
	Introversion	17,0%	25,8%	57,2%	100,0%
Total		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,658 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	22,253	2	,000
Linear-by-Linear Association	21,572	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 131,81.

**EI\*SAVING**

		Persistence towards Savings	Total
--	--	-----------------------------	-------

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	26,6%	39,1%	34,3%	100,0%
	Introversion	25,1%	35,3%	39,6%	100,0%
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,110 <sup>a</sup>	2	,078
Likelihood Ratio	5,075	2	,079
Linear-by-Linear Association	3,084	1	,079
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 149,03.

**EI\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	32,4%	35,3%	32,3%	100,0%
	Introversion	38,4%	34,9%	26,7%	100,0%
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,462 <sup>a</sup>	2	,015
Likelihood Ratio	8,480	2	,014
Linear-by-Linear Association	8,451	1	,004
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 174,56.

**EI\*FINANCIAL LITERACY**

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Energizing	Extroversion	42,7%	28,9%	28,4%	100,0%
	Introversion	48,1%	26,5%	25,4%	100,0%
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,639 <sup>a</sup>	2	,098
Likelihood Ratio	4,628	2	,099
Linear-by-Linear Association	3,962	1	,047
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 156,75.

**ATTENDING**

**SN\*SCHIZOID**

		Resistance to Schizoid			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	42,3%	30,9%	26,8%	100,0%
	Intuitive	52,2%	27,3%	20,5%	100,0%
<b>Total</b>		46,5%	29,4%	24,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,280 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	19,330	2	,000
Linear-by-Linear Association	18,329	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 194,06.

**SN\*NARCISSISM**

		Resistance to Narcissism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	44,4%	31,6%	24,0%	100,0%
	Intuitive	45,0%	34,5%	20,5%	100,0%
<b>Total</b>		44,6%	32,8%	22,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,682 <sup>a</sup>	2	,159
Likelihood Ratio	3,700	2	,157
Linear-by-Linear Association	1,197	1	,274
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 181,09.

**SN\*EMPHATY**

		Resistance to Empathy			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	11,9%	27,1%	61,0%	100,0%
	Intuitive	15,4%	25,8%	58,8%	100,0%
<b>Total</b>		13,4%	26,6%	60,1%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,053 <sup>a</sup>	2	,080
Likelihood Ratio	5,005	2	,082
Linear-by-Linear Association	2,960	1	,085
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 107,48.

SN*ALTRUISM					
		Reluctance to Altruism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	29,5%	48,2%	22,3%	100,0%
	Intuitive	30,0%	43,1%	26,9%	
Total		29,7%	46,0%	24,2%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,744 <sup>a</sup>	2	,034
Likelihood Ratio	6,725	2	,035
Linear-by-Linear Association	1,490	1	,222
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 194,48.

SN*HEDONISM					
		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	13,7%	39,7%	46,6%	100,0%
	Intuitive	29,3%	37,0%	33,7%	
Total		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	75,723 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	75,153	2	,000
Linear-by-Linear Association	66,324	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 162,27.

SN*SNOBBISM					
		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	13,9%	23,8%	62,3%	100,0%
	Intuitive	26,0%	25,9%	48,1%	
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	54,018 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	53,646	2	,000
Linear-by-Linear Association	53,026	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 152,24.

SN*OPPORTUNISM					
		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	21,8%	37,5%	40,6%	100,0%
	Intuitive	22,0%	36,0%	42,0%	
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	,500 <sup>a</sup>	2	,779
Likelihood Ratio	,500	2	,779
Linear-by-Linear Association	,099	1	,752
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 176,07.

SN*ARROGANCE					
		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	22,3%	46,1%	31,6%	100,0%
	Intuitive	24,5%	47,3%	28,1%	
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,011 <sup>a</sup>	2	,222
Likelihood Ratio	3,019	2	,221
Linear-by-Linear Association	2,867	1	,090
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 186,53.

SN*CARPEDIEM					
--------------	--	--	--	--	--

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	20,5%	36,3%	43,2%	100,0%
	Intuitive	31,1%	40,1%	28,8%	
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,930 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	49,334	2	,000
Linear-by-Linear Association	48,219	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 200,33.

**SN\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	19,2%	28,7%	52,0%	100,0%
	Intuitive	28,5%	24,2%	47,3%	
Total		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,065 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	22,854	2	,000
Linear-by-Linear Association	13,806	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 185,69.

**SN\*SAVING**

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	22,8%	36,8%	40,4%	100,0%
	Intuitive	30,8%	39,6%	29,6%	
Total		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,215 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	27,379	2	,000
Linear-by-Linear Association	26,638	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 209,95.

**SN\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	29,6%	35,9%	34,5%	100,0%
	Intuitive	40,5%	34,2%	25,3%	
Total		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,305 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	29,364	2	,000
Linear-by-Linear Association	28,961	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 245,92.

**SN\*FINANCIAL LITERACY**

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Attending	Sensing	39,7%	27,7%	32,6%	100,0%
	Intuitive	50,7%	28,9%	20,4%	
Total		44,3%	28,2%	27,5%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	37,990 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	38,704	2	,000
Linear-by-Linear Association	36,111	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 220,83.

**DECIDING**

**TF\*SCHIZOID**

		Resistance to Schizoid			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	40,0%	33,7%	26,3%	100,0%
	Feeling	54,1%	24,3%	21,6%	

Total		46,5%	29,4%	24,2%	100,0%
<b>Chi-Square Tests</b>					
		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square		39,021 <sup>a</sup>	2	,000	
Likelihood Ratio		39,151	2	,000	
Linear-by-Linear Association		25,465	1	,000	
N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 212,18.					
<b>TF*NARCISSISM</b>					
		Resistance to Narcissism			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	44,4%	32,1%	23,4%	100,0%
	Feeling	44,9%	33,6%	21,5%	100,0%
Total		44,6%	32,8%	22,6%	100,0%
<b>Chi-Square Tests</b>					
		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square		1,081 <sup>a</sup>	2	,583	
Likelihood Ratio		1,082	2	,582	
Linear-by-Linear Association		,415	1	,519	
N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 198,01.					
<b>TF*EMPHATY</b>					
		Resistance to Empathy			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	13,2%	26,2%	60,6%	100,0%
	Feeling	13,6%	27,0%	59,5%	100,0%
Total		13,4%	26,6%	60,1%	100,0%
<b>Chi-Square Tests</b>					
		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square		,244 <sup>a</sup>	2	,885	
Likelihood Ratio		,244	2	,885	
Linear-by-Linear Association		,184	1	,668	
N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 117,52.					
<b>TF*ALTRUISM</b>					
		Reluctance to Altruism			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	28,7%	48,2%	23,1%	100,0%
	Feeling	31,0%	43,5%	25,5%	100,0%
Total		29,7%	46,0%	24,2%	100,0%
<b>Chi-Square Tests</b>					
		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square		4,210 <sup>a</sup>	2	,122	
Likelihood Ratio		4,213	2	,122	
Linear-by-Linear Association		,001	1	,976	
N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 212,64.					
<b>TF*HEDONISM</b>					
		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	11,8%	37,7%	50,5%	100,0%
	Feeling	30,2%	39,5%	30,3%	100,0%
Total		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%
<b>Chi-Square Tests</b>					
		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square		127,101 <sup>a</sup>	2	,000	
Likelihood Ratio		128,989	2	,000	
Linear-by-Linear Association		124,176	1	,000	
N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 177,43.					
<b>TF*SNOBBISM</b>					
		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	13,4%	25,0%	61,6%	100,0%
	Feeling	25,5%	24,4%	50,1%	100,0%
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%
<b>Chi-Square Tests</b>					
		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square		47,902 <sup>a</sup>	2	,000	
Likelihood Ratio		47,940	2	,000	
Linear-by-Linear Association		43,161	1	,000	
N of Valid Cases		1920			
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 166,45.					



**TF\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	19,4%	38,6%	42,0%	100,0%
	Feeling	24,9%	34,9%	40,2%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,894 <sup>a</sup>	2	,012
Likelihood Ratio	8,870	2	,012
Linear-by-Linear Association	4,374	1	,036
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 192,52.

**TF\*ARROGANCE**

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	19,7%	46,3%	34,1%	100,0%
	Feeling	27,4%	47,0%	25,5%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,031 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	24,106	2	,000
Linear-by-Linear Association	24,010	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 203,95.

**TF\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	16,6%	39,2%	44,2%	100,0%
	Feeling	34,9%	36,4%	28,7%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	95,519 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	96,229	2	,000
Linear-by-Linear Association	89,730	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 219,04.

**TF\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	18,8%	28,8%	52,4%	100,0%
	Feeling	28,2%	24,5%	47,3%	100,0%
Total		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,144 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	24,085	2	,000
Linear-by-Linear Association	15,333	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 203,04.

**TF\*SAVING**

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	19,6%	37,6%	42,8%	100,0%
	Feeling	33,9%	38,4%	27,7%	100,0%
Total		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	68,049 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	68,541	2	,000
Linear-by-Linear Association	67,800	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 229,56.

**TF\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Deciding	Thinking	27,9%	36,6%	35,5%	100,0%
	Feeling	41,6%	33,6%	24,8%	100,0%
Total		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
--	-------	----	-----------------------------------

<b>Pearson Chi-Square</b>	44,900 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	45,053	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	43,575	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 268,89.

<b>TF*FINANCIAL LITERACY</b>					
		<b>Financial Literacy</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Deciding</b>	<b>Thinking</b>	38,2%	28,2%	33,6%	<b>100,0%</b>
	<b>Feeling</b>	51,6%	28,1%	20,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	50,025 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	50,686	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	49,264	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 241,45.

## LIVING

<b>JP*SCHIZOID</b>					
		<b>Resistance to Schizoid</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Living</b>	<b>Judging</b>	41,3%	29,0%	29,7%	<b>100,0%</b>
	<b>Perceiving</b>	51,7%	29,7%	18,6%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		46,5%	29,4%	24,2%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	35,465 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	35,717	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	33,576	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 231,03.

<b>JP*NARCISSISM</b>					
		<b>Resistance to Narcissism</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Living</b>	<b>Judging</b>	42,1%	32,8%	25,1%	<b>100,0%</b>
	<b>Perceiving</b>	47,2%	32,8%	20,0%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,6%	32,8%	22,6%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	8,343 <sup>a</sup>	2	,015
<b>Likelihood Ratio</b>	8,358	2	,015
<b>Linear-by-Linear Association</b>	7,985	1	,005
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 215,60.

<b>JP*EMPHATY</b>					
		<b>Resistance to Empathy</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Living</b>	<b>Judging</b>	13,5%	27,3%	59,2%	<b>100,0%</b>
	<b>Perceiving</b>	13,3%	25,8%	60,9%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		13,4%	26,6%	60,1%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	,609 <sup>a</sup>	2	,738
<b>Likelihood Ratio</b>	,609	2	,738
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,317	1	,573
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 127,96.

<b>JP*ALTRUISM</b>					
		<b>Reluctance to Altruism</b>			<b>Total</b>
		<b>Low</b>	<b>Medium</b>	<b>High</b>	
<b>Living</b>	<b>Judging</b>	27,4%	48,0%	24,6%	<b>100,0%</b>
	<b>Perceiving</b>	32,1%	44,0%	23,8%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		29,7%	46,0%	24,2%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	5,375 <sup>a</sup>	2	,068
<b>Likelihood Ratio</b>	5,378	2	,068
<b>Linear-by-Linear Association</b>	2,668	1	,102
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 231,53.

**JP\*HEDONISM**

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	12,7%	34,6%	52,7%	100,0%
	Perceiving	27,8%	42,5%	29,7%	100,0%
Total		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	123,771 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	125,953	2	,000
Linear-by-Linear Association	122,485	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 193,19.

**JP\*SNOBBISM**

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	15,4%	24,4%	60,3%	100,0%
	Perceiving	22,6%	25,0%	52,4%	100,0%
Total		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,619 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	18,699	2	,000
Linear-by-Linear Association	17,849	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 181,24.

**JP\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	19,5%	38,3%	42,2%	100,0%
	Perceiving	24,4%	35,5%	40,2%	100,0%
Total		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,717 <sup>a</sup>	2	,035
Likelihood Ratio	6,726	2	,035
Linear-by-Linear Association	3,870	1	,049
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 209,62.

**JP\*ARROGANCE**

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	21,7%	47,0%	31,3%	100,0%
	Perceiving	24,8%	46,2%	29,0%	100,0%
Total		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,939 <sup>a</sup>	2	,230
Likelihood Ratio	2,941	2	,230
Linear-by-Linear Association	2,706	1	,100
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 222,07.

**JP\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	16,5%	39,0%	44,5%	100,0%
	Perceiving	33,5%	36,8%	29,7%	100,0%
Total		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	84,362 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	85,636	2	,000
Linear-by-Linear Association	79,927	1	,000
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 238,50.

**JP\*BUDGET**

		Staying within Budget			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	17,7%	28,8%	53,4%	100,0%
	Perceiving	28,6%	24,8%	46,7%	100,0%
Total		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
--	-------	----	-----------------------------------

<b>Pearson Chi-Square</b>	31,618 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	31,836	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	22,511	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 221,08.

**JP\*SAVING**

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	20,1%	35,5%	44,4%	100,0%
	Perceiving	32,2%	40,5%	27,3%	100,0%
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	69,112 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	69,745	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	66,921	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 249,95.

**JP\*INVEST**

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	28,5%	35,8%	35,7%	100,0%
	Perceiving	39,9%	34,6%	25,5%	100,0%
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	34,392 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	34,550	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	34,256	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 292,78.

**JP\*FINANCIAL LITERACY**

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Living	Judging	39,5%	29,8%	30,7%	100,0%
	Perceiving	49,2%	26,6%	24,3%	100,0%
<b>Total</b>		44,3%	28,2%	27,5%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	19,045 <sup>a</sup>	2	,000
<b>Likelihood Ratio</b>	19,082	2	,000
<b>Linear-by-Linear Association</b>	17,975	1	,000
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 262,90.

**HOROSCOPE**

**MBTI\*HOROSCOPE**

MBTI	Aries	Taurus	Gemini	Cancer	Leo	Virgo	Libra	Scorpio	Sagittarius	Capricorn	Aquarius	Pisces	Total
ESTJ	30,6%	18,6%	25,8%	12,4%	18,5%	18,9%	16,7%	23,0%	18,8%	26,9%	22,4%	14,1%	20,6%
ENFP	9,4%	18,1%	13,2%	14,1%	20,5%	18,2%	12,2%	8,9%	13,4%	13,8%	14,5%	18,5%	14,7%
ESTP	10,0%	12,4%	8,2%	14,6%	9,0%	9,4%	11,5%	8,9%	14,3%	10,2%	11,8%	6,7%	10,6%
ISTJ	7,5%	7,3%	5,5%	7,0%	6,0%	6,9%	8,3%	11,9%	11,6%	9,0%	9,2%	8,1%	8,0%
INFP	6,3%	5,6%	7,7%	10,3%	7,5%	5,0%	7,7%	5,9%	5,4%	4,8%	4,6%	11,9%	6,9%
ESFP	5,0%	10,7%	7,7%	6,5%	7,0%	4,4%	9,6%	4,4%	6,3%	7,8%	7,9%	4,4%	6,9%
ENFJ	8,1%	4,0%	4,4%	8,1%	3,5%	3,8%	1,9%	4,4%	2,7%	4,8%	6,6%	7,4%	5,0%
ENTJ	4,4%	5,1%	2,7%	3,8%	4,0%	8,2%	5,8%	4,4%	6,3%	2,4%	3,3%	3,7%	4,4%
ESFJ	1,9%	2,3%	5,5%	4,9%	5,5%	1,9%	2,6%	3,0%	8,0%	6,0%	2,6%	6,7%	4,2%
ENTP	5,6%	6,2%	2,2%	3,8%	3,0%	3,8%	4,5%	8,1%	4,5%	1,2%	1,3%	3,7%	3,9%
INFJ	4,4%	2,3%	1,1%	2,2%	3,5%	5,7%	3,2%	5,2%	0,9%	3,0%	4,6%	5,9%	3,4%
ISTP	3,8%	2,8%	5,5%	4,9%	2,0%	3,1%	4,5%	3,7%	2,7%	1,8%	5,3%	0,7%	3,4%
ISFJ	1,3%	1,7%	1,1%	2,2%	4,0%	5,0%	5,1%	3,0%	3,6%	1,8%	2,6%	2,2%	2,8%
INTJ	0	1,1%	1,6%	2,7%	1,5%	1,3%	3,8%	3,7%	0	2,4%	0,7%	3,7%	1,9%
ISFP	1,3%	1,1%	4,4%	1,1%	3,0%	2,5%	0,6%	0,7%	0,9%	1,2%	2,0%	1,5%	1,8%
INTP	0,6%	0,6%	3,3%	1,6%	1,5%	1,9%	1,9%	0,7%	0,9%	3,0%	0,7%	0,7%	1,5%

**Chi-Square Tests**

	Value	Df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	218,871 <sup>a</sup>	165	,003
<b>Likelihood Ratio</b>	221,476	165	,002
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,684	1	,408
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 54 cells (28,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,69.

**MBTI\*HOROSCOPE TYPE**

		Horoscope Type				Total
		Air	Earth	Fire	Water	
MBTI	ENFJ	4,3%	4,2%	4,9%	6,8%	5,0%
	ENFP	13,3%	16,7%	15,0%	13,8%	14,7%
	ENTJ	3,9%	5,2%	4,7%	4,0%	4,4%
	ENTP	2,7%	3,8%	4,2%	5,1%	3,9%
	ESFJ	3,7%	3,4%	4,9%	4,8%	4,2%
	ESFP	8,4%	7,8%	6,1%	5,3%	6,9%
	ESTJ	21,8%	21,5%	22,7%	16,0%	20,6%
	ESTP	10,4%	10,7%	10,6%	10,5%	10,6%
	INFJ	2,9%	3,6%	3,2%	4,2%	3,4%
	INFP	6,7%	5,2%	6,6%	9,5%	6,9%
	INTJ	2,0%	1,6%	0,6%	3,3%	1,9%
	INTP	2,0%	1,8%	1,1%	1,1%	1,5%
	ISFJ	2,9%	2,8%	3,0%	2,4%	2,8%
	ISFP	2,4%	1,6%	1,9%	1,1%	1,8%
ISTJ	7,6%	7,8%	7,8%	8,8%	8,0%	
ISTP	5,1%	2,6%	2,8%	3,3%	3,4%	
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	52,132 <sup>a</sup>	45	,216
Likelihood Ratio	52,297	45	,212
Linear-by-Linear Association	1,163	1	,281
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,87.

**MBTI\*HOROSCOPE GENDER**

		Horoscope Gender		Total
		Feminine	Masculine	
MBTI	ENFJ	5,4%	4,6%	5,0%
	ENFP	15,3%	14,1%	14,7%
	ENTJ	4,6%	4,3%	4,4%
	ENTP	4,4%	3,4%	3,9%
	ESEJ	4,1%	4,3%	4,2%
	ESFP	6,6%	7,3%	6,9%
	ESTJ	18,9%	22,2%	20,6%
	ESTP	10,6%	10,5%	10,6%
	INFJ	3,9%	3,0%	3,4%
	INFP	7,2%	6,7%	6,9%
	INTJ	2,4%	1,4%	1,9%
	INTP	1,5%	1,6%	1,5%
	ISFJ	2,6%	2,9%	2,8%
	ISFP	1,4%	2,2%	1,8%
ISTJ	8,2%	7,7%	8,0%	
ISTP	2,9%	4,0%	3,4%	
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,153 <sup>a</sup>	15	,590
Likelihood Ratio	13,223	15	,585
Linear-by-Linear Association	1,010	1	,315
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,47.

**HOROSCOPE\*EI**

		Energizing		Total
		Extroversion	Introversion	
Horoscope	Aries	75,0%	25,0%	100,0%
	Taurus	77,4%	22,6%	100,0%
	Gemini	69,8%	30,2%	100,0%
	Cancer	68,1%	31,9%	100,0%
	Leo	71,0%	29,0%	100,0%
	Virgo	68,6%	31,4%	100,0%
	Libra	64,7%	35,3%	100,0%
	Scorpio	65,2%	34,8%	100,0%
	Sagittarius	74,1%	25,9%	100,0%
	Capricorn	73,1%	26,9%	100,0%
	Aquarius	70,4%	29,6%	100,0%
	Pisces	65,2%	34,8%	100,0%
	<b>Total</b>		<b>70,3%</b>	<b>29,7%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,774 <sup>a</sup>	11	,246
Likelihood Ratio	13,910	11	,238
Linear-by-Linear Association	2,607	1	,106
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,25.

#### HOROSCOPE\*SN

		Attending		Total
		Sensing	Intuitive	
Horoscope	Aries	61,3%	38,8%	100,0%
	Taurus	57,1%	42,9%	100,0%
	Gemini	63,7%	36,3%	100,0%
	Cancer	53,5%	46,5%	100,0%
	Leo	55,0%	45,0%	100,0%
	Virgo	52,2%	47,8%	100,0%
	Libra	59,0%	41,0%	100,0%
	Scorpio	58,5%	41,5%	100,0%
	Sagittarius	66,1%	33,9%	100,0%
	Capricorn	64,7%	35,3%	100,0%
	Aquarius	63,8%	36,2%	100,0%
Pisces	44,4%	55,6%	100,0%	
<b>Total</b>		<b>58,2%</b>	<b>41,8%</b>	<b>100,0%</b>

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,100 <sup>a</sup>	11	,006
Likelihood Ratio	26,058	11	,006
Linear-by-Linear Association	,072	1	,789
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 46,84.

#### HOROSCOPE\*TF

		Deciding		Total
		Thinking	Feeling	
Horoscope	Aries	62,5%	37,5%	100,0%
	Taurus	54,2%	45,8%	100,0%
	Gemini	54,9%	45,1%	100,0%
	Cancer	50,8%	49,2%	100,0%
	Leo	45,5%	54,5%	100,0%
	Virgo	53,5%	46,5%	100,0%
	Libra	57,1%	42,9%	100,0%
	Scorpio	64,4%	35,6%	100,0%
	Sagittarius	58,9%	41,1%	100,0%
	Capricorn	56,9%	43,1%	100,0%
	Aquarius	54,6%	45,4%	100,0%
Pisces	41,5%	58,5%	100,0%	
<b>Total</b>		<b>54,3%</b>	<b>45,7%</b>	<b>100,0%</b>

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,993 <sup>a</sup>	11	,003
Likelihood Ratio	28,109	11	,003
Linear-by-Linear Association	1,014	1	,314
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51,22.

#### HOROSCOPE\*JP

		Living		Total
		Judging	Perceiving	
Horoscope	Aries	58,1%	41,9%	100,0%
	Taurus	42,4%	57,6%	100,0%
	Gemini	47,8%	52,2%	100,0%
	Cancer	43,2%	56,8%	100,0%
	Leo	46,5%	53,5%	100,0%
	Virgo	51,6%	48,4%	100,0%
	Libra	47,4%	52,6%	100,0%
	Scorpio	58,5%	41,5%	100,0%
	Sagittarius	51,8%	48,2%	100,0%
	Capricorn	56,3%	43,7%	100,0%
	Aquarius	52,0%	48,0%	100,0%
Pisces	51,9%	48,1%	100,0%	
<b>Total</b>		<b>50,2%</b>	<b>49,8%</b>	<b>100,0%</b>

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,712 <sup>a</sup>	11	,036

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

<b>Likelihood Ratio</b>	20,785	11	,036
<b>Linear-by-Linear Association</b>	2,984	1	,084
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 55,77.

**HOROSCOPE\*SCHIZOID**

		Resistance to Schizoid			Total
		Low	Medium	High	
<b>Horoscope</b>	<b>Aries</b>	43,1%	26,9%	30,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Taurus</b>	44,1%	31,1%	24,9%	<b>100,0%</b>
	<b>Gemini</b>	50,5%	26,9%	22,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Cancer</b>	49,2%	29,7%	21,1%	<b>100,0%</b>
	<b>Leo</b>	51,0%	27,0%	22,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Virgo</b>	49,7%	25,8%	24,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Libra</b>	41,0%	33,3%	25,6%	<b>100,0%</b>
	<b>Scorpio</b>	48,1%	28,1%	23,7%	<b>100,0%</b>
	<b>Sagittarius</b>	37,5%	33,9%	28,6%	<b>100,0%</b>
	<b>Capricorn</b>	44,9%	26,9%	28,1%	<b>100,0%</b>
	<b>Aquarius</b>	46,7%	32,2%	21,1%	<b>100,0%</b>
	<b>Pisces</b>	47,4%	33,3%	19,3%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		46,5%	29,4%	24,2%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	18,783 <sup>a</sup>	22	,659
<b>Likelihood Ratio</b>	18,778	22	,659
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,016	1	,900
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,07.

**HOROSCOPE\*NARCISSISM**

		Resistance to Narcissism			Total
		Low	Medium	High	
<b>Horoscope</b>	<b>Aries</b>	36,3%	34,4%	29,4%	<b>100,0%</b>
	<b>Taurus</b>	45,2%	31,6%	23,2%	<b>100,0%</b>
	<b>Gemini</b>	44,5%	33,0%	22,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Cancer</b>	45,4%	36,2%	18,4%	<b>100,0%</b>
	<b>Leo</b>	42,5%	31,0%	26,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Virgo</b>	48,4%	27,0%	24,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Libra</b>	38,5%	40,4%	21,2%	<b>100,0%</b>
	<b>Scorpio</b>	45,9%	32,6%	21,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Sagittarius</b>	43,8%	33,0%	23,2%	<b>100,0%</b>
	<b>Capricorn</b>	43,1%	38,9%	18,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Aquarius</b>	52,0%	28,9%	19,1%	<b>100,0%</b>
	<b>Pisces</b>	51,9%	25,2%	23,0%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		44,6%	32,8%	22,6%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	27,574 <sup>a</sup>	22	,190
<b>Likelihood Ratio</b>	27,553	22	,191
<b>Linear-by-Linear Association</b>	5,148	1	,023
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,26.

**HOROSCOPE\*EMPHATY**

		Resistance to Empathy			Total
		Low	Medium	High	
<b>Horoscope</b>	<b>Aries</b>	11,9%	26,9%	61,3%	<b>100,0%</b>
	<b>Taurus</b>	12,4%	22,0%	65,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Gemini</b>	16,5%	31,3%	52,2%	<b>100,0%</b>
	<b>Cancer</b>	13,0%	25,4%	61,6%	<b>100,0%</b>
	<b>Leo</b>	11,0%	28,0%	61,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Virgo</b>	15,7%	26,4%	57,9%	<b>100,0%</b>
	<b>Libra</b>	12,2%	26,3%	61,5%	<b>100,0%</b>
	<b>Scorpio</b>	11,1%	28,9%	60,0%	<b>100,0%</b>
	<b>Sagittarius</b>	12,5%	23,2%	64,3%	<b>100,0%</b>
	<b>Capricorn</b>	16,2%	21,6%	62,3%	<b>100,0%</b>
	<b>Aquarius</b>	14,5%	27,6%	57,9%	<b>100,0%</b>
	<b>Pisces</b>	13,3%	31,1%	55,6%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>		13,4%	26,6%	60,1%	<b>100,0%</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	15,825 <sup>a</sup>	22	,824
<b>Likelihood Ratio</b>	15,875	22	,822
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,296	1	,587

N of Valid Cases

1920

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,99.

**HOROSCOPE\*ALTRUISM**

		Reluctance to Altruism			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	24,4%	43,1%	32,5%	100,0%
	Taurus	31,6%	45,8%	22,6%	100,0%
	Gemini	34,6%	43,4%	22,0%	100,0%
	Cancer	29,7%	49,7%	20,5%	100,0%
	Leo	31,5%	43,5%	25,0%	100,0%
	Virgo	25,8%	45,9%	28,3%	100,0%
	Libra	31,4%	47,4%	21,2%	100,0%
	Scorpio	31,1%	45,9%	23,0%	100,0%
	Sagittarius	24,1%	50,9%	25,0%	100,0%
	Capricorn	28,1%	53,3%	18,6%	100,0%
	Aquarius	29,6%	40,8%	29,6%	100,0%
	Pisces	32,6%	43,7%	23,7%	100,0%
<b>Total</b>		29,7%	46,0%	24,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,261 <sup>a</sup>	22	,387
Likelihood Ratio	22,997	22	,402
Linear-by-Linear Association	,103	1	,748
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,13.

**HOROSCOPE\*HEDONISM**

		Resistance to Hedonism			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	19,4%	36,3%	44,4%	100,0%
	Taurus	19,2%	37,9%	42,9%	100,0%
	Gemini	23,1%	37,9%	39,0%	100,0%
	Cancer	17,8%	44,9%	37,3%	100,0%
	Leo	21,0%	40,5%	38,5%	100,0%
	Virgo	26,4%	37,1%	36,5%	100,0%
	Libra	16,0%	41,7%	42,3%	100,0%
	Scorpio	19,3%	34,8%	45,9%	100,0%
	Sagittarius	20,5%	31,3%	48,2%	100,0%
	Capricorn	20,4%	32,3%	47,3%	100,0%
	Aquarius	16,4%	38,2%	45,4%	100,0%
	Pisces	23,0%	47,4%	29,6%	100,0%
<b>Total</b>		20,2%	38,5%	41,3%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	28,076 <sup>a</sup>	22	,173
Likelihood Ratio	28,244	22	,168
Linear-by-Linear Association	,028	1	,867
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,63.

**HOROSCOPE\*SNOBBISM**

		Resistance to Snobbism			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	20,0%	26,3%	53,8%	100,0%
	Taurus	19,8%	19,2%	61,0%	100,0%
	Gemini	17,6%	30,8%	51,6%	100,0%
	Cancer	13,5%	25,4%	61,1%	100,0%
	Leo	24,0%	27,0%	49,0%	100,0%
	Virgo	23,3%	23,3%	53,5%	100,0%
	Libra	17,9%	23,1%	59,0%	100,0%
	Scorpio	22,2%	26,7%	51,1%	100,0%
	Sagittarius	19,6%	23,2%	57,1%	100,0%
	Capricorn	12,0%	25,7%	62,3%	100,0%
	Aquarius	19,1%	20,4%	60,5%	100,0%
	Pisces	19,3%	23,7%	57,0%	100,0%
<b>Total</b>		19,0%	24,7%	56,4%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,880 <sup>a</sup>	22	,216
Likelihood Ratio	27,595	22	,189
Linear-by-Linear Association	,888	1	,346
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,23.



**HOROSCOPE\*OPPORTUNISM**

		Willingness for Opportunism			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	19,4%	42,5%	38,1%	100,0%
	Taurus	16,4%	39,5%	44,1%	100,0%
	Gemini	22,5%	39,6%	37,9%	100,0%
	Cancer	23,8%	27,0%	49,2%	100,0%
	Leo	23,5%	37,0%	39,5%	100,0%
	Virgo	19,5%	34,6%	45,9%	100,0%
	Libra	24,4%	36,5%	39,1%	100,0%
	Scorpio	23,0%	37,8%	39,3%	100,0%
	Sagittarius	17,9%	42,0%	40,2%	100,0%
	Capricorn	26,9%	34,7%	38,3%	100,0%
Aquarius	22,4%	38,2%	39,5%	100,0%	
Pisces	22,2%	35,6%	42,2%	100,0%	
<b>Total</b>		21,9%	36,9%	41,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,384 <sup>a</sup>	22	,497
Likelihood Ratio	21,784	22	,473
Linear-by-Linear Association	1,055	1	,304
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 24,56.

**HOROSCOPE\*ARROGANCE**

		Resistance to Arrogance			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	31,3%	38,8%	30,0%	100,0%
	Taurus	25,4%	44,6%	29,9%	100,0%
	Gemini	22,5%	51,1%	26,4%	100,0%
	Cancer	16,8%	51,4%	31,9%	100,0%
	Leo	26,5%	44,5%	29,0%	100,0%
	Virgo	24,5%	46,5%	28,9%	100,0%
	Libra	26,9%	48,1%	25,0%	100,0%
	Scorpio	11,9%	46,7%	41,5%	100,0%
	Sagittarius	25,9%	49,1%	25,0%	100,0%
	Capricorn	24,6%	43,1%	32,3%	100,0%
Aquarius	19,7%	49,3%	30,9%	100,0%	
Pisces	21,5%	46,7%	31,9%	100,0%	
<b>Total</b>		23,2%	46,6%	30,2%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	33,881 <sup>a</sup>	22	,051
Likelihood Ratio	35,057	22	,038
Linear-by-Linear Association	2,298	1	,130
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,02.

**HOROSCOPE\*CARPEDIEM**

		Resistance to Carpediem			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	30,6%	38,8%	30,6%	100,0%
	Taurus	23,2%	36,2%	40,7%	100,0%
	Gemini	28,0%	34,1%	37,9%	100,0%
	Cancer	23,8%	43,2%	33,0%	100,0%
	Leo	29,0%	37,0%	34,0%	100,0%
	Virgo	22,6%	39,0%	38,4%	100,0%
	Libra	22,4%	39,7%	37,8%	100,0%
	Scorpio	20,7%	40,7%	38,5%	100,0%
	Sagittarius	23,2%	35,7%	41,1%	100,0%
	Capricorn	23,4%	35,3%	41,3%	100,0%
Aquarius	28,9%	30,9%	40,1%	100,0%	
Pisces	20,7%	45,2%	34,1%	100,0%	
<b>Total</b>		24,9%	37,9%	37,1%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,355 <sup>a</sup>	22	,499
Likelihood Ratio	21,325	22	,501
Linear-by-Linear Association	2,314	1	,128
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,94.

**HOROSCOPE\*BUDGET**

		Staying within Budget	Total
--	--	-----------------------	-------

		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	26,9%	22,5%	50,6%	100,0%
	Taurus	27,1%	24,3%	48,6%	100,0%
	Gemini	27,5%	20,3%	52,2%	100,0%
	Cancer	21,1%	29,7%	49,2%	100,0%
	Leo	22,0%	27,5%	50,5%	100,0%
	Virgo	25,2%	30,2%	44,7%	100,0%
	Libra	21,2%	28,8%	50,0%	100,0%
	Scorpio	17,0%	31,1%	51,9%	100,0%
	Sagittarius	19,6%	32,1%	48,2%	100,0%
	Capricorn	21,0%	22,2%	56,9%	100,0%
	Aquarius	19,1%	32,9%	48,0%	100,0%
Pisces	28,1%	23,0%	48,9%	100,0%	
<b>Total</b>		23,1%	26,8%	50,1%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,634 <sup>a</sup>	22	,268
Likelihood Ratio	25,808	22	,260
Linear-by-Linear Association	1,038	1	,308
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,90.

## HOROSCOPE\*SAVING

		Persistence towards Savings			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	37,5%	34,4%	28,1%	100,0%
	Taurus	26,6%	35,6%	37,9%	100,0%
	Gemini	25,8%	37,9%	36,3%	100,0%
	Cancer	21,6%	46,5%	31,9%	100,0%
	Leo	28,5%	41,0%	30,5%	100,0%
	Virgo	25,8%	32,7%	41,5%	100,0%
	Libra	26,9%	34,6%	38,5%	100,0%
	Scorpio	19,3%	37,0%	43,7%	100,0%
	Sagittarius	30,4%	35,7%	33,9%	100,0%
	Capricorn	23,4%	41,3%	35,3%	100,0%
	Aquarius	24,3%	37,5%	38,2%	100,0%
Pisces	23,7%	38,5%	37,8%	100,0%	
<b>Total</b>		26,1%	38,0%	35,9%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	30,969 <sup>a</sup>	22	,097
Likelihood Ratio	30,286	22	,112
Linear-by-Linear Association	4,733	1	,030
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 29,28.

## HOROSCOPE\*INVEST

		Willingness for Invest			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	40,0%	30,6%	29,4%	100,0%
	Taurus	29,4%	37,3%	33,3%	100,0%
	Gemini	35,2%	35,2%	29,7%	100,0%
	Cancer	34,1%	34,6%	31,4%	100,0%
	Leo	30,0%	38,0%	32,0%	100,0%
	Virgo	39,0%	33,3%	27,7%	100,0%
	Libra	37,2%	30,1%	32,7%	100,0%
	Scorpio	25,2%	45,2%	29,6%	100,0%
	Sagittarius	35,7%	33,9%	30,4%	100,0%
	Capricorn	29,3%	37,7%	32,9%	100,0%
	Aquarius	43,4%	28,3%	28,3%	100,0%
Pisces	32,6%	38,5%	28,9%	100,0%	
<b>Total</b>		34,2%	35,2%	30,6%	100,0%

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,380 <sup>a</sup>	22	,279
Likelihood Ratio	25,326	22	,282
Linear-by-Linear Association	,053	1	,818
N of Valid Cases	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34,30.

## HOROSCOPE\*FINANCIAL LITERACY

		Financial Literacy			Total
		Low	Medium	High	
Horoscope	Aries	43,8%	35,0%	21,3%	100,0%

Polat | Examination of Interdisciplinary Personality Profiles in Context of Financial Behaviors

<b>Taurus</b>	41,2%	28,8%	29,9%	<b>100,0%</b>
<b>Gemini</b>	51,6%	26,9%	21,4%	<b>100,0%</b>
<b>Cancer</b>	41,6%	30,3%	28,1%	<b>100,0%</b>
<b>Leo</b>	41,5%	30,0%	28,5%	<b>100,0%</b>
<b>Virgo</b>	47,2%	24,5%	28,3%	<b>100,0%</b>
<b>Libra</b>	44,9%	28,8%	26,3%	<b>100,0%</b>
<b>Scorpio</b>	39,3%	27,4%	33,3%	<b>100,0%</b>
<b>Sagittarius</b>	39,3%	28,6%	32,1%	<b>100,0%</b>
<b>Capricorn</b>	44,3%	26,3%	29,3%	<b>100,0%</b>
<b>Aquarius</b>	46,7%	26,3%	27,0%	<b>100,0%</b>
<b>Pisces</b>	49,6%	23,7%	26,7%	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	44,3%	28,2%	27,5%	<b>100,0%</b>

<b>Chi-Square Tests</b>			
	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymptotic Significance (2-sided)</b>
<b>Pearson Chi-Square</b>	19,603 <sup>a</sup>	22	,608
<b>Likelihood Ratio</b>	19,657	22	,605
<b>Linear-by-Linear Association</b>	,227	1	,633
<b>N of Valid Cases</b>	1920		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,80.

# Covid-19 Pandemisinde Öğrencilerin Gelecek Kaygılarının Kariyer Geleceği Algısı ile İlişkisi

(The Relationship between Students' Future Anxiety and Perception of Career Future in the Covid-19 Pandemic)

Şerife UĞUZ ARSU<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Ü., Aksaray Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, serifeuguz@aksaray.edu.tr

## Öz

Kariyer geleceği son yıllarda öğrenciler arasında en büyük endişe kaynaklarından birisi haline gelmiştir. Özellikle iş hayatında köklü değişimlere sebep olan Covid-19 pandemisi üniversite öğrencilerinin gelecek kaygılarını daha belirgin hale getirerek, kariyer gelecekleri ile ilgili beklentilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu varsayımdan hareketle bu çalışmada üniversite öğrencilerinin gelecek kaygıları ile kariyer geleceği algıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören 301 öğrenciden Google Forms aracılığı ile veri toplanmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin yüksek veya düşük olması, kariyer uyumluluğu ve kariyer iyimserliklerinin ortalamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Ancak gelecek kaygısı düşük olan öğrencilerin iş piyasasına ilişkin bilgi düzeyi ortalamalarını yükselirken, gelecek kaygısı yüksek olan öğrencilerin iş piyasasına ilişkin bilgi düzeyleri düşmektedir. Yani öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin yüksek veya düşük olması, iş piyasasına dair algıladıkları bilgi düzeyi ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

## Anahtar Kelimeler:

Covid-19,  
Gelecek Kaygısı,  
Kariyer Geleceği  
Algısı

## Makale türü:

Araştırma

## Abstract

Career future has become one of the biggest concerns among students in recent years. The Covid-19 pandemic, which has caused radical changes in business life, has made university students' future concerns more evident and negatively affects their career prospects. Based on this assumption, this study aimed to examine the relationships between university students' future anxieties and their career future perceptions. For this purpose, data were collected from 301 students studying at Aksaray University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, via Google Forms. As a result of the findings, high or low future anxiety levels of students do not have a significant effect on the averages of career adaptability and career optimism. However, while the average level of knowledge of the students with low future anxiety about the job market increases, the level of knowledge of the students with high future anxiety about the job market decreases. In other words, whether students' future anxiety levels are high or low has a significant effect on the average level of knowledge they perceive about the job market.

## Keywords:

Covid-19,  
Future Anxiety,  
Perception of Career  
Future

## Paper type:

Research

Başvuru/Received: 09.08.2022 | Kabul/Accepted: 08.09.2022 , iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %16

## Giriş

İlk olarak 31 Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde başlayıp tüm dünyaya yayılan ve akut solunum yolu enfeksiyonu olarak tanımlanan Covid-19, daha önce görülmemiş etkilere sahip olması ve tüm dünyada ciddi hastalık ve ölümlere neden olmasıyla birlikte 11.03.2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından "küresel salgın" olarak ilan edilmiştir (She, Jiang, Ye, Hu, Bai & Song, 2020, s.1; Paules, Marston & Fauci, 2020, s. 707; Kulu, Özsoy, Gürler, Özbeyli, 2020, s. 104; Tekindal, Ege, Erim & Gedik, 2020, s.1). Hızla nüfus sağlığı için küresel bir tehdit haline gelen Covid-19 pandemisi, 153 milyondan fazla insanı enfekte etmiş ve dünya çapında 1 Mayıs 2021'e kadar 3.2 milyondan fazla cana mal olmuştur (Dünya Sağlık Örgütü, 2021). Ülkemizde ise, ilk vaka 10.03.2020 tarihinde görülmekle birlikte 11-17 Aralık 2021 tarihi itibarıyla toplam vaka sayısı 9.136.565 ve Covid-19'a bağlı ölüm sayısı ise 80.053 olarak bildirilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021). Artık önde gelen bir ölüm nedeni haline gelen Covid-19 dolaylı olarak küresel, bölgesel ve ulusal düzeylerde önemli sayıda ek ölüme neden olmuş ve birçok ülkede kaçınılmaz olarak yaşam beklentisini kısaltmıştır. Üstelik morbidite üzerinde hala uzun vadeli etkisi bilinmemektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2021).

Covid-19'un sağlık anlamındaki belirsizliklerinin yanı sıra, zayıf sağlık sistemlerine kritik zorluklar getirmiş ve kaynak tahsislerini zorlamıştır. Ayrıca, pandeminin ekonomik durgunluk, işsizlik, okulların kapanması ve kendi kendine izolasyon dahil olmak üzere sağlık alanının ötesinde, tüm dünya nüfusunun sağlığını ve refahını önemli dolaylı yollarla etkileyen dikkate değer sosyal ve ekonomik etkiler yaratmıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2021). Dolayısıyla başta sağlık alanı olmak üzere ekonomi, kültür, turizm, finans ve eğitim gibi birçok alanda olumsuz etkileri olmuştur. Özellikle öncelikle Çin'de olmak üzere eşi benzeri görülmemiş katı karantina önlemlerinin uygulanması, çok sayıda insanı tecritte tutmuş ve insanların günlük aktivitelerini, davranışlarını, alışkanlıklarını hayatlarının birçok yönünü etkilemiştir. Ayrıca Covid-19 sadece epidemiyolojik bir kriz değil, aynı zamanda geçmişteki diğer pandemiler gibi psikolojik bir kriz de yaratmış ve anksiyete, depresyon, uykusuzluk, travma, öfke, psikoz, panik ve can sıkıntısı gibi çok çeşitli psikolojik sorunları da tetiklemiştir (Mahmud, Talukder & Rahman, 2021, s. 3; Qui, Shen, Zhao, Wang, Xie & Xu, 2020, s. 1; Alparslan, Polatçı & Yastıoğlu, 2021, s. 316; Kulu vd., 2020, s. 104).

Covid-19 küresel salgını ile birlikte dünyada yaşanan ekonomik, politik, sağlık vb. birçok alanda ve günlük yaşamlarımızda meydana gelen değişimlere bağlı olarak ortaya çıkan kaos ortamının bütün insanları etkilemiş ve insanların hayata dair bakış açılarının da olumsuz olmasına neden olmuştur. Bu durumun özellikle gençlerin hayata bakışlarını ve motivasyonlarını da olumsuz şekilde etkileyebilme potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Belirsizliklerle ve korkularla dolu bir ortamda hayatlarına ve geleceklerine belirsiz, şüpheli ve endişeli bakan gençlerin kaygı yaşamaları oldukça muhtemeldir. Buradan hareketle çalışmada Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin yaşadıkları gelecek kaygılarının kariyer geleceği algısı ile ilişkilerini

incelemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda literatür taramasının ardından sonraki bölümde, metodoloji, veri analizi ve tartışma sunulmaktadır.

## 1. Kavramsal Çerçeve

### 1.1. Gelecek Kaygısı

Kaygı bireyin, somut olmayan bir tehdit veya tehlike gibi başına kötü bir durum gelebileceği duygusu, huzursuzluk, gerilim ve korku ile ifade edilen hoş olmayan bir duygusal durum olarak tanımlanabilmektedir. Söz konusu kaygı normal düzeyde ise bireye olumlu dönüşleri olmakta ve bireyin istek duyma, karar alma ve bu kararları doğrultusunda enerji üreterek bu enerjiyi performansını yükseltmede kullanmasına yardımcı olmaktadır. Ancak yaşanan kaygı çok yüksek düzeyde ise bireyin enerjisini verimli bir şekilde kullanarak gücünü ve dikkatini yapacağı işe yönlendirmesi engellenmektedir (Yiğit, Dilmaç, Deniz & Hamarta, 2011, s. 38). Bu anlamda insanların yaşadıkları kaygı süreçleri durumluk kaygı ve sürekli kaygı şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Durumluk kaygı, yoğunluğu değişen ve zamanla dalgalanan insan organizmasının geçici bir duygusal durumu veya durumu olarak kavramsallaştırılabilir. Bu durum, öznel, bilinçli olarak algılanan gerilim ve endişe duyguları ve otonom sinir sisteminin aktivasyonu ile karakterizedir. Birey tarafından tehdit olarak algılanan durumlarda ve nesnel tehlikeden bağımsız olarak durumluk kaygı düzeyleri yüksektir. Stresiz durumlarda veya mevcut bir tehlikenin tehdit olarak algılanmadığı durumlarda durumluk kaygı düşük olmaktadır. Sürekli kaygı ise kaygının zaman içinde kendini gösterdiği sıklık ve yoğunluktaki bireysel farklılıkları ifade etmektedir. Sürekli kaygı, endişe, gerginlik ve otonom sinir sisteminin artan aktivitelerinden oluşmakta ve nispeten istikrarlı bir kişilik özelliği olarak görülmektedir. Sürekli kaygısı yüksek olan kişiler, daha düşük sürekli kaygı puanına sahip olan kişilere göre daha fazla durumu tehdit edici veya tehlikeli olarak algılama eğilimindedir (Spielberger, 1972, s. 39).

Kaygıların oluşumunda bireyin biyolojik durumu, içinde bulunmuş olduğu sosyal yaşantı ve geçmişte yaşamış olduğu olumsuz yaşantılar (Yiğit vd., 2011, s.37) etkili olmakla birlikte bir de bireylerin geleceğe yönelik kaygıları da bulunmaktadır. Hemen hemen her türlü kaygının bir gelecek unsuru vardır. Örneğin; bir şok sinyalinin uygulamasına kadar bir süre vardır ancak bu gelecek en fazla dakikalarla, saatlerle veya günlerle çok sınırlıdır. Gelecek kaygısı kavramı, daha büyük zamansal mesafe ile temsil edilen geleceği ifade eder. Yani gelecek kaygısı, daha uzak bir kişisel gelecekte bir endişe, belirsizlik, korku, endişe ve olumsuz değişikliklerin kaygısı olarak düşünülmektedir. Aşırı bir durumda bu, bir kişinin başına gerçekten felaket getiren bir şey olabileceği tehdidi (panik) olabilir. Bu korku, Atkinson'ın başarısızlık korkusuna (1964) benzeyen, istenen bir duruma ulaşma çabalarının yararsızlığına işaret edebilir. Örneğin, bir kişi iyi bir anne olamama konusunda endişeli olabilir. Ayrıca, bu korku, kişinin kendi eylemlerinden bağımsız olarak, daha ziyade talih çarkının veya ihtiyatın bir sonucu olarak kötü bir şeyin olacağı beklentisine işaret

edebilir; örneğin birini ömür boyu sakat bırakabilecek bir kaza gibi (Zaleski, 1996, s. 165).

Bireylerin yaşamlarında önemli bir süreci kapsayan üniversite dönemi de öğrenciler için kaygılı bir dönemi ifade etmektedir. Üniversiteye girmeden önce sınav kaygısı, başarı kaygısı ve kazanamamaya ilişkin birçok kaygılar barındıran öğrenciler, üniversiteye girdikten sonra ise aileden uzaklaşma, kendi ayakları üzerinde durma, başka bir şehirde yeni bir hayata başlama, yeni insanlar tanıma, arkadaşlık ilişkileri ve güven problemleri, barınma, güvenlik, ekonomik özgürlük ve bununla birlikte gelen maddi imkanların yeterliliği ya da yetersizliği gibi unsurlar öğrenciler üzerinde kaygı yaratmaktadır. Bunların yanı sıra üniversite bittikten sonra ise bu kez öğrenciler iş seçimi, iş bulamama korkusu, gerçek hayata adım atma ve gerçek hayatta üstleneceği roller ve sorumluluklar gibi, öğrenciler üzerinde geleceğe yönelik kaygı yaratan birçok etmen bulunmaktadır. Dolayısıyla, gelecek kaygısı, kişisel gelecek kavramının özünü ifade etmektedir ve kişisel gelecek söz konusu olduğunda öznel durumları gerektirmektedir.

Kişisel gelecek, bir planlama, hedefler belirleme ve bunları gerçekleştirme alanıdır ve bu alan kişi için geleceğin olumlu bir motivasyonel anlamını ifade etmektedir. Ancak yine de kişi, hedeflerine ulaşılıp ulaşılmayacağından, şu anda bilişsel olarak temsil edilen gelecekteki dünyanın, gelecek gerçek dünya ile yakınsayıp örtüşmeyeceğinden ve ne ölçüde olacağından emin değildir. Kişinin geleceğe yönelik bakış açısı, bu alanın neyle doldurulması beklendiğine bağlı olarak, daha olumlu ya da daha olumsuz olaylara bağlı olarak, farklı bilişsel süreçler ve duygusal tutumlar için açık bir alan oluşturur. Gelecek kaygısı (FA) ile başa çıkmak için birçok neden vardır. Bir yandan geleceğe bakarken insanlar birçok farklı şeyden ve olaydan korkabilirler. Depremler, savaşlar ve yerel bir atom santralının patlaması gibi küresel felaketlerden korkarken, diğer yandan daha bireysel ve daha somut acı verici deneyimlerden korkabilirler, örneğin sevilen birini kaybetmek veya ciddi şekilde hastalanmak gibi. Geleceğe umutla bakılabileceği gibi endişe, korku ve kaygı gibi olumsuz bir tutumla da geleceği düşünebilir (Zaleski, 1996, s. 165). Bu bakımdan Covid-19 sürecinde üniversite öğrencileri geleceğe yönelik umutlu ya da kaygı ile bakabilirler ve bu durum onların kariyer geleceğine yönelik algılarını ve bakış açılarını da etkileyeceği düşünülebilir.

## 1.2. *Kariyer Geleceği*

Kariyer bireyin hayatı boyunca iş yaşamına ilişkin değer, tutum ve davranışlarının yanı sıra çalıştığı pozisyonların tümünü ifade etmektedir (Sönmez, Önal & Yıldız, 2019, s. 128). Kariyer bireylerin çocukluk dönemlerinden başlayarak özellik üniversite dönemi gibi belirli dönemlerde daha çok olmakla birlikte tüm hayatını etkilemektedir. Dolayısıyla insanlar kariyerlerinin geleceği konusunda çocukluk dönemlerinden itibaren kaygı duymakta, gelecekleri ile ilgili yaşamlarının her döneminde çaba göstererek kariyer geleceklerini oluşturmaya çalışmaktadırlar.

Kariyer geleceği kavramı, Rottinghaus, Day & Borgan'ın (2005), Super'ın (1955) "kariyer olgunluğu" teorisini esas alarak geliştirdikleri bir pozitif psikoloji kavramını ifade etmektedir (Ergun Özler & Yeni, 2017, s. 555). Yani kariyer geleceği kavramı bireylerin olumlu kariyer planlamalarına ilişkin tutumlarıdır (Alnaçık, Of, Balkaş, Tülemmez, Miryazayev & Alfarra, 2021, s. 253). Pozitif psikolojide birçok araştırmacı olumlu bakış açısı ile karar verme, iş dünyasına uyum, yaşam süresi ve benlik kavramları arasındaki bağlantıyı vurgulayan teoriler üretmişlerdir. Gerçekten de, bireyler genellikle kendilerini mesleki unvanlarıyla, örneğin, "Ben bir psikologum, şefim, biyokimyacıyım, araştırmacıyım, öğretmenim, vb." şeklinde tanımlarlar. Super'ın (1955) teorisinin önemli bir yönü ise kariyer olgunluğu kavramıdır. Rottinghaus, Day & Borgan'a göre (2005), kariyer olgunluğu kavramı kariyer geleceği algısının boyutlarından birini oluşturmaktadır. Kariyer olgunluğu, özerklik, kişisel kontrol duygusu, güçlü ve zayıf yönlerin gerçekçi bir karşılaştırması, yüksek benlik saygısı, iyi karar verme becerileri ve geçmişle geleceği birbirine bağlayan bir zaman perspektifi dahil olmak üzere mevcut araştırmayla ilgili bir dizi güçlü yön ve tutumla ilgilidir (Rottinghaus, 2005, s. 4). Kariyer olgunluğu kavramı, bireyin mesleki seçim yapmaya hazır olma durumunu ifade etmektedir ve bireyin belli gelişim dönemlerinde belli görevleri yerine getirmesi, bu olgunluğun derecesini göstermektedir (Alnaçık vd., 2021, s. 253). Başlangıçta, Super (1955) olgunlaşmayı ergenlerin kariyer gelişimindeki merkezi süreç olarak tanımlamıştır. Sonunda, kariyer olgunluğunun yetişkinlerde kariyer gelişimini anlamak için daha az yararlı olduğu kanıtlanmıştır. Buna göre, Super & Knasel (1981) adaptasyonu yetişkinler için merkezi gelişim süreci olarak tanımlamışlardır. Olgunluk kavramı yerine uyarlanabilirliği koymak faydalı görünmüştür. Dolayısıyla Super & Knasel (1981), kariyer gelecek algısını şekillendiren bir diğer boyutu için, olgunluk terimini kullanarak önerilen gereksiz varsayımları ortadan kaldırarak, yetişkinler için uygun isimlendirmenin kariyer uyumu olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü mesleki olgunluk üzerine yapılan çalışmalarda bu kavramın yetişkin gelişimi alanına genişletilmesi gerektiğine önem verilmiştir. Ayrıca bu kavramın olgunlaşma veya büyüme ile ilgili herhangi bir referanstan kaçındığı, ileriye dönük olma gibi olumlu ve ek bir değere sahip olmasının bireyin proaktif davrandığının görülmesine izin verdiği ve kavramın dikkati birey ve çevre arasındaki etkileşime yoğunlaştırdığı gibi nedenlerle yazarlar tarafından kariyer uyumluluğu kavramı kullanılmıştır.

Uyumluluk, yeni veya değişen koşullara uyum sağlamak için büyük zorluk çekmeden değişebilme kapasitesi anlamına gelmektedir. Bu bakımdan kariyer uyumu, iş rolüne hazırlanmanın ve bu role katılmanın öngörülebilir görevleriyle ve iş ve çalışma koşullarındaki değişikliklerin yol açtığı öngörülemeyen düzenlemelerle ya da gelecekte karşılaşma olasılığı olan sorumluluklarla başa çıkmaya hazır olma durumudur (Savickas, 1997, s. 254). Kariyer geleceği kavramının diğer iki alt boyutu ise kariyer iyimserliği ve algılanan bilgidir. Scheier & Carver'ın (1985, s. 220) kariyer iyimserliği kavramı, gelecekte iyi şeylerin olacağına dair genel bir beklentiyi ifade etmektedir. Son araştırmalar, iyimserlerin bilgiyi işleme ve bilgi üzerinde hareket etmede daha fazla esneklikleri nedeniyle yeni durumlara muhtemelen daha iyi uyum sağladıkları fikrini desteklemektedir (Aspinwall, Richter & Hoffman, 2001, s. 218).



Kariyer geleceği algısını şekillendiren son boyut ise bilgidir. Bilgi ise bireyin gelecekte çalışmayı öngördüğü sektör ve iş piyasasına ilişkin değişiklikleri istihdam eğilimlerini ne derece iyi algıladığıdır (Ergun Özler & Yeni, 2017 s. 555).

Bireyin, gelecekte çalışmak istediği iş ve sektöre ilişkin bilgileri, sahip olduğu mesleki yetenek ve özelliklerinin planladığı kariyerle uyumlu olup olmadığına ilişkin düşünceleri ve kariyer hedefine ulaşma konusundaki iyimserliği onun kariyer geleceği algısını şekillendirmektedir (Alnaçık vd., 2021, s. 253). Ancak bunların yanı sıra bireyin içinde bulunduğu ortam ve çevresel koşullar, aile ve kültürel yapı, ekonomik koşullar, eğitim vs. gibi birçok faktör de kariyer geleceğine ilişkin algılarında etkili olan faktörlerdir. Bu faktörlere ek olarak söz konusu çevresel koşulların en zorlayıcı faktörlerinden biri olan pandemi süreci de bireylerin, özellikle de gelecekleri konusunda belirsizlikleri çok daha fazla yaşayan üniversite öğrencilerinin kariyer geleceklerine ilişkin algılarını etkilediği düşünülmektedir. Bu nedenle bu süreçte gelecek kaygısı yaşayan üniversite öğrencilerinin bu kaygılarının kariyer geleceklerine ilişkin algıları ile olan ilişkilerinin incelenmesi hem alan yazına katkı sağlamak adına hem de öğrenciler, kariyer danışmanları, insan kaynakları profesyonelleri ve işverenler için önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

### ***1.3. Gelecek Kaygısı ve Kariyer Geleceği Algısı İlişkisi***

Bireyler çocukluk dönemlerinden itibaren gelecek yaşantıları için eğitimler almakta, geleceklerine ilişkin kaygı duymakta ve bunun için çaba göstermektedirler. Özellikle üniversite hayatları boyunca kendilerini geliştirerek, gelecekleri için iş hayatına hazırlanmaya çalışmaktadırlar. Bu hazırlık evresinde bireylerin kendilerini tanımaları, niteliklerini öğrenmeleri, geliştirmeleri ve bu doğrultuda kariyer hedeflerini belirlemeleri gerekmektedir. Dolayısıyla bu süreçte özellikle üniversite öğrencileri çok daha fazla kaygı içerisinde olmaktadır. Gelecekte onların nelerin beklediği, iş hayatına nasıl atılacakları, nasıl bir işte çalışacakları gibi birçok belirsizlik kaygı durumlarının artmasına neden olmaktadır. Yaşadıkları bu kaygılar onların kariyer geleceklerine ilişkin algılarını da etkilemektedir. Bunların yanı sıra kariyerlerine hazırlık evresinde ve kariyer planlama sürecinde yaşanan beklenmedik olaylar ve krizler de bu süreci önemli ölçüde etkilemektedir. Bu belirsizliklerden en büyüğünün yaşandığı Covid-19 salgını başta geleceğin işgücünü oluşturan üniversite öğrencileri olmak üzere dünyadaki bütün bireylerin geleceklerine ilişkin kaygı duymalarına neden olmuştur.

Covid-19 sürecinde eğitim yaşamı, endüstriyel ve kamusal yaşam durmuştur. Bu durum beraberinde birçok sektörün olumsuz etkilenmesine, birçok işverenin iflas etmesine ve birçok çalışanın da işten çıkarılmasına neden olmuştur. Dolayısıyla da bireylerin yanı sıra endüstriler ve küresel ekonomi de Covid-19 sürecinde bunalımın eşliğine gelmiştir. Bu durum elbette geleceklerine kaygıyla bakan ve sağlıklarının tehdit altında olduğunu düşünen bireylerin aynı zamanda kariyerlerine ilişkin de kaygı duymalarına neden olmuştur. Ancak hâlihazırda işi olan bireyler bu kadar geleceklerine ve kariyerlerine ilişkin kaygı içerisindeyken, henüz işi olmayan ve

çalışmayan ancak geleceğin işgücü olacak olan üniversite öğrencilerinin kuşkusuz daha çok kaygı içerisinde olacakları düşünülmektedir. Bu açıdan Covid-19 gelecekteki işgücü için büyük bir endişe kaynağı haline gelmiştir.

Bu dönemde gençlerin ve özellikle üniversite öğrencilerinin ruhsal açıdan etkilendiği (Bayar, Can, Erten & Ekmen, 2020), yaşadıkları belirsizliklerin kaygı düzeylerini yükselttiği (Doğan & Düzel, 2020; Okuyan, Karasu & Polat, 2020), zihinsel sağlıklarının olumsuz etkilendiği (Liang, Ren, Cao, Hu, Qin, Li & Mei, 2020), umutsuzluk ve depresyon içerisinde oldukları (Wang & Zhao, 2020; Alnaçık, Of, Balkaş, Tülemez, Miryazayev & Alfara, 2021) gibi yaşadıkları olumsuz duygular ve kaygı düzeyleri (Wang & Zhao, 2020) ile ilgili çalışmalar bulunmakla birlikte söz konusu kaygıların kariyerleri ve kariyer geleceği algılarına etkileri ile ilgili sınırlı (Benaraba, Bulaon, Escosio, Narvaez, Suinan & Roma, 2022; Alnaçık, Of, Balkaş, Tülemez, Miryazayev & Alfara, 2021; Ece, 2021; Mahmud, Talukder & Rahman, 2021) çalışma bulunmaktadır. Bu açıdan çalışmanın, içinde bulunduğumuz bu zorlu süreçte hem alan yazına hem de geleceğin işgücüne ve kariyer danışmanlarına bu süreçte katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2. Literatür Taraması

Bireylerde oluşan kaygı sürecinin artması, bireyin geleceği hakkında ne yapacağını bilememesine ve bununla birlikte geleceğe dair durumlar ve ne yapacağına ilişkin karar verememesine yol açmaktadır. Ayrıca birey başına kötü bir şey geleceğini sanması gibi yersiz korkulara da kapılabilmektedir (Çakmak & Hedevanlı, 2005, s. 116). Dolayısıyla bireylerin karşılaştıkları pek çok olumsuz durum onların yaşamlarında kaygı duymalarına ve bunun sonucu olarak da hayata karşı daha karamsar, endişeli ve olumsuz bakmalarına neden olabilmektedir (Şanlı Kula & Saraç, 2016, s. 229). Üniversite yılları dönemi de bireylerin kaygılarının arttığı bir dönem olarak görülmektedir. Ülkemizde üniversiteye giren öğrencilerin kaygıları sınav öncesinde başlamakta, zorlu bir yarış geçtikten sonra üniversiteye gelmekte ve üniversiteli olmalarıyla kaygıları bitmemekte, öğrenim hayatı boyunca da öğrenimin görüldüğü şehirden, sosyo-ekonomik düzeye, üniversite ortamındaki ilişkilerden, barınma sorununa kadar birçok faktör öğrencilerin kaygıları üzerinde etkili olmaktadır. Mezun olduktan sonra ise öğrencilik yaşamlarının bitmesi ile yeni bir döneme girmeleri öğrencilerde, en büyük kaygı kaynağı gelecek endişesi ve bununla bağlantılı olarak bir iş sahibi olamama ve iş bulamama korkusu ve gerçek hayata ilişkin rolleri ve sorumlulukları gibi etmenlerin her biri kaygı yaratıcı etmenler olmaktadır (Dursun & Aytaç, 2009, s. 2). Üniversite öğrencilerinin yaşamış oldukları kaygılara ilişkin, Menevşe & Şeker (2020), Dursun & Aytaç (2009), Süner & Eskici (2020), Tümerdem (2007), Erözkan (2004), Akgün, Gönen & Aydın (2007) ve Çakmak & Hedevanlı (2005) tarafından yapılan çalışmalarda öğrencilerde kaygı yaratan etmenler incelenmiş ve temel kaygı etmenlerinin gelecek kaygısı, öğrencilerin gelecekte işsiz kalabilecekleri, istedikleri kalitede hayat yaşayamayacaklarına ilişkin kaygıları ve iş bulma endişesi olduğu görülmüştür. Yapılan bu çalışmalarda da görüldüğü gibi eğitim ve öğrenim hayatları boyunca çeşitli nedenlerle sürekli kaygı

ve endişe içerisinde olan öğrenciler için Covid-19 süreci kaygı ve endişe yaratan söz konusu etmenlerin en başında yer almıştır.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Covid-19'a yakalanma riskinin yüksek olması nedeniyle ciddi önlemler alınmıştır. Bu önlemler arasında seyahat kısıtlamaları, karantina uygulamaları, sosyal izolasyonun sağlanması, spor salonları, müzeler, sinema salonları, yüzme havuzları, restoranlar, kuaförler gibi sosyal alanların kapatılması şeklinde olmuştur. Bu önlemlere ek olarak tüm eğitim kurumlarının çevrimiçi eğitime geçmesi önerilmiş ve yüz yüze eğitime ara verilmiştir. Covid-19 pandemisi sürecinde çevrimiçi eğitim sistemleri, eğitimin sürekliliği, probleme dayalı öğrenme, akıllı iletişim cihazları ve uygulamalarının kullanılması gibi avantajlar sağlarken; aynı zamanda, zaman zaman üniversitelerin dijital platformları ile ilgili sorunlar ve öğrencilerin internet erişimlerinde kesintilerle karşılaşmıştır. Zaman içerisinde akademik aksaklıkların öğrenciler üzerindeki psikolojik etkilerinin incelendiği araştırmalar sürdürülmüş, özellikle eğitime ara verilmesi nedeniyle öğrencilerin kaygı eğilimlerinin artmış olabileceği, bunun da ders çalışma motivasyonunu düşürdüğü gözlemlenmiştir. Ayrıca, günlük rutinlerin terk edilmesi nedeniyle öğrencilerin okulu bırakmasında önemli bir potansiyel artış olmuştur (Sahu, 2020; Özdede & Cinel Şahin, 2020; Torales, O'Higgins, Castaldelli-Maia & Antonio Ventriglio, 2020). Tüm bu olumsuz faktörlerin etkisiyle öğrencilerin geleceğe yönelik kaygı ve endişeleri Covid-19 ile birlikte daha da artmıştır. Hem öğrenciler hem de bütün insanların geleceğini ve sağlığını tehdit eden Covid-19'un insanların sağlığı üzerindeki bilinen etkileri ve tedavi yöntemleri ile ilgili araştırmalar devam etmekle birlikte gelecekte insanlar üzerinde ne tür etkiler bırakacağı konusunda hala bilinmeyenler ve belirsizlikler söz konusudur. Dolayısıyla söz konusu belirsizlikler insanların geleceğe yönelik kaygı ve stres içinde olmalarına neden olmaktadır. Daha önce yaşanan olaylarda da görüldüğü gibi, felaketler, krizler ya da salgınlar sonucu insanlar yaşadıkları fiziksel değişiklikleri söz konusu olaya atfetme eğilimindedir ve yaşam beklentisinin azalmasıyla bağlantılı olarak algılanan sağlıkta azalmaya sahiptir (Shigemura, Ursano, Morganstein, Kurosawa & Benedek, 2020, s. 281). Bu anlamda insanların yaşadıkları kaygı ve stresin etkileri ile beklenen zihinsel/fiziksel sağlık sonuçları az çok tahmin edilmekle birlikte bu etki ve sonuçlara ilişkin birçok araştırma yapılmaktadır. Yapılan araştırmalarda Covid-19'un etkileri konusunda birçok bulgu elde edilmiştir. Kulu, Özsoy, Gürler & Özbeyli'nin (2021), Covid-19 salgınının dış hekimleri üzerinde yarattığı gelecek kaygısı ve stresi değerlendirdikleri çalışmada kadın dış hekimlerinin veya pandemi sürecinde çalışmaya devam eden dış hekimlerinin stres ve gelecek kaygısının daha fazla olduğu ortaya konmuştur. Çin'de Shigemura, Ursano, Morganstein, Kurosawa & Benedek (2020) tarafından yapılan araştırmada, salgının insanlarda, aşırı korku ve belirsizlik içeren duygusal tepkiler; uykusuzluk, öfke, maruz kalmayanlarda bile aşırı hastalık korkusu içeren sıkıntı tepkileri; artan alkol ve tütün kullanımı, sosyal izolasyon gibi sağlık açısından riskli davranışlar; zihinsel durum dahil olmak üzere geniş bir yelpazedeki halk ruh sağlığı sorunları ve travma sonrası stres bozukluğu, anksiyete bozuklukları, depresyon,

somatizasyon ve algılanan sağlıkta azalma gibi sağlık bozukluklarının gelişebileceğini belirtmişlerdir. Torales, O'Higgins, Castaldelli-Maia & Antonio Ventriglio (2020) tarafından yapılan araştırmada da salgının dünya genelinde stres, kaygı, depresif belirtiler, uykusuzluk, inkar, öfke ve korku gibi ek sağlık sorunlarına yol açtığı ve kolektif kaygıların, politika yapıcıların, sağlık kuruluşlarının ve tıp merkezlerinin günlük davranışlarını, ekonomiyi, önleme stratejilerini ve karar alma süreçlerini etkileyebileceğini ve bu da sağlık kurumlarının stratejilerini zayıflatabileceğini belirtmişlerdir.

Bugüne kadar yapılan çalışmalarda insanların geleceğini ve sağlığını tehdit eden Covid 19'un özellikle sağlık sektörü olmak üzere farklı meslek gruplarındaki insanlar üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Ayrıca yine özellikle tıp öğrencileri üzerinde Covid-19 stres düzeylerine ilişkin çalışmalar (Aker & Mıdık, 2020; Özdede & Cinel Şahin, 2020; Sahu, 2020) gerçekleştirilmiş olsa da, sosyal bilimler alanındaki öğrencilerin Covid-19 sürecindeki gelecek kaygıları ve kariyer algılarına ilişkin çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Bu konuda yapılmış olan çalışmalar oldukça sınırlıdır ve alan yazında önemli bir boşluk bulunmaktadır. Kariyer alan yazınında pozitif psikoloji ve özellikle de gelecek kaygısı ve kariyer geleceği algısı ile ilgili sınırlı sayıda araştırma olması nedeniyle bu çalışmanın kariyer literatürüne katkı yapması ve hem zorlu Covid-19 pandemi dönemi ve sonrasında etkili bir kariyer yönetimi için öğrencilere ve kariyer danışmanlarına yol göstermesi beklenmektedir. Buradan hareketle herkes gibi Covid-19 sürecinden etkilenen öğrencilerde oluşan gelecek kaygısının kariyer geleceği algıları ile ilişkisi incelenmek istenmiştir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini, Aksaray Üniversitesinde 2021 yılında öğrenim gören öğrenciler (19508 öğrenci) oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören (2070 öğrenci) ve bu çalışmaya katılmaya gönüllü olan öğrenciler oluşturmuştur.<sup>1</sup> Yaklaşık 1000 öğrenciye Google forms üzerinden ulaşılmış ve 301 öğrenci çalışmaya gönüllü olarak anket formlarını doldurmuştur.

#### 3.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

**Gelecek Kaygısı Ölçeği:** Zaleski (1995) tarafından geliştirilen ve Kulu, Özsoy, Gürler & Özbeyli (2020) tarafından Covid-19'a uyarlanan Gelecek Kaygısı Ölçeği araştırmacı tarafından üniversite öğrencilerine uyarlanmıştır. Ölçek, bilişsel yaklaşım içinde öznel gelecek zaman perspektifine dayanmaktadır ve bir öz bildirim ölçeğidir. 29 maddeden oluşan ölçekte, hem salgın hastalığına karşı hem de gelecek ile ilgili hissedilen kaygı düzeyini değerlendirmek amacı ile "Herhangi birine Covid-19 bulaştırmaktan korkuyorum", "Herhangi birinin bana Covid-19 bulaştırmasından

<sup>1</sup> Çalışmada, Aksaray Üniversitesi, İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'na 2022/01-30 protokol numaralı başvuru ile 22.02.2022 tarihli toplantısında E-34183927-000-00000693671 sayı numarasıyla etik kurul raporu alınmıştır.

“korkuyorum” gibi soruların yanı sıra “Geleceğim çok belirsiz”, “Gelecek ile ilgili plan yapmaktan korkuyorum” gibi sorulardan oluşmaktadır. Ayrıca “Gelecekte, kariyerimle ilgili en önemli hedeflerimi gerçekleştireceğime eminim”, “İnanıyorum ki, Covid-19’a çok yakın gelecekte bir çözüm bulunacak”, “Hayat her şeye rağmen yaşamaya değer” ve “Gelecekte yalnız olmayacağım ya da reddedilmeyeceğimden eminim” şeklinde dört tane de ters puanlanacak soru içermektedir. Beşli likert tipi ölçekte her bir maddeye (1) Kesinlikle Katılmıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum olmak üzere 1-5 arası puan verilmektedir. 29 sorudan oluşan ölçekten 29-145 arası puan alınabilmektedir. Yüksek gelecek kaygısı puanı, kişinin gelecek kaygısının fazla olduğunu ve kendi geleceğini garanti altına almak için başkalarının manipülatif muamelesiyle daha fazla ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yüksek gelecek kaygısı puanları, insanlığın karşılaştığı küresel sorunlara gelecekteki çözümlerini tahmin etmede daha fazla karamsarlık ifade etmektedir. Uygulanan ölçek sonucunda 29-72 puan arasında alan katılımcılar “düşük”, 73 ve üzerinde puan alan katılımcılar “yüksek” gelecek kaygısına sahip bireyler olarak kategorize edilmiştir.

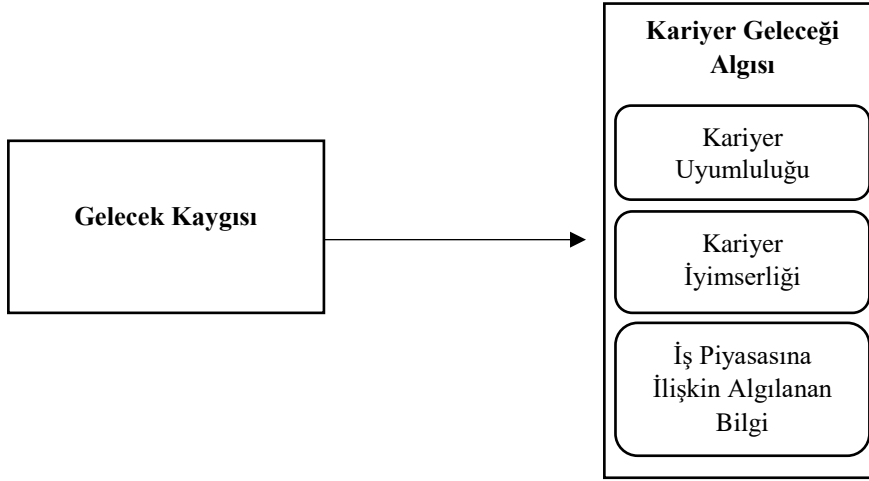
**Kariyer Geleceği Ölçeği:** Bireylerin olumlu kariyer planlama tutumlarını değerlendirmek amacıyla Rottinghaus, Day ve Borgen (2005) tarafından geliştirilen bir psikometrik özellikler ölçeğidir. Ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması Kalafat (2012) tarafından yapılmıştır. Ölçek, kariyer uyumluluğu, kariyer iyimserliği ve algılanan bilgi adı verilen üç alt boyuttan ve 25 maddeden oluşmaktadır. Alt boyutlardan alınan her bir yüksek puan bireyin ilgili alt boyutun değerlendirdiği özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ölçek puanlanırken alt boyutların ortalaması alınmaktadır.

Araştırmada verilerin elde edildiği anket üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini ve katılımcı profillerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde katılımcıların gelecek kaygılarına yönelik tutumlarını ortaya çıkarmayı amaçlayan sorular, üçüncü bölümde ise katılımcıların kariyer seçim becerilerini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci ve üçüncü bölümde yer alan sorular için 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programından yararlanarak, analize hazır hale getirilmiştir. Araştırmada toplanan verilere öncelikle “veri temizleme” işlemi uygulanmıştır. Bu aşamada bilinçli cevaplar verilmediği tespit edilen 18 anket formu araştırma dışında tutulmuş ve 301 kullanılabilir durumdaki anket değerlendirilmiştir.

### **3.3. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri**

Araştırmanın amacı, öğrencilerin gelecek kaygıları ile kariyer geleceği algıları arasında bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemektir. Öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin kariyer geleceği algısı alt boyutları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda literatür dikkate alınarak gelecek kaygısının, kariyer geleceği algısı üzerinde etkili olacağı varsayımından hareketle model Şekil 1’deki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeline göre “Gelecek Kaygısı” bağımsız değişken, “Kariyer Geleceği Algısı” alt boyutları ise bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir. Gelecek kaygısının kariyer geleceği algısı ile anlamlı ilişkisini incelemek amacıyla yapılan çalışma 1 temel hipotez, 3 alt hipotezden oluşmaktadır.

*H<sub>1</sub>: Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği algısının ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

*H<sub>1a</sub>: Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği alt boyutlarından kariyer uyumluluğu ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

*H<sub>1b</sub>: Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği alt boyutlarından kariyer iyimserliği ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

*H<sub>1c</sub>: Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği alt boyutlarından iş piyasasına ilişkin algılanan bilgi ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

## 4. Bulgular

### 4.1. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği ile İlgili Bulgular

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alpha katsayıları ile test edilmiştir. 29 sorudan oluşan Gelecek Kaygısı Ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,943, 25 sorudan oluşan Kariyer Geleceği Algısı Ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,902 olarak bulunmuştur. Sonuçlar incelendiğinde çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilir ölçüm araçları olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Gerçekleştirilen DFA sonucunda hem ölçeği ortaya atan Rottinghaus vd. (2005) hem de ölçeğin Türkçe uyarlamasını yapıp geçerliliğini test eden Kalafat (2012) ile aynı alt boyutlara ulaşılmıştır. Kariyer Geleceği Ölçeğinde yer alan 7 soru faktör yüklerinin düşüklüğü sebebiyle analiz dışında bırakılmıştır. Zaleski (1996) tarafından geliştirilip Kulu vd. (2021) tarafından Türkçeye uyarlanıp geçerliliği test edilen Gelecek Kaygısı ölçeği tek faktör altında değerlendirilmiştir.

Ölçeklere dair uyum iyiliği katsayıları SPSS AMOS ile incelenmiş ve sonuçlar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklere İlişkin Uyum İndeksleri

İndeksler	Anlamı	Referans Uygunluk Değerleri*	Gelecek Kaygısı	Kariyer Geleceği Algısı
CMIN/DF	Ki kare/ serbestlik derecesi	$0 < \chi^2/sd \leq 5$	1,572	2,576
RMR	Artık Temelli Uyum İndeksi	$\leq 0,1$	0,086	0,077
RMSEA	Tahminin Kök Hata Kareler Ortalaması	$\leq 0,08$	0,044	0,072
CFI	Karşılaştırmalı Uyum İyiliği İndeksi	$\geq 0,90$	0,969	0,953
NFI	Artımlı Uyum İndeksi	$\geq 0,90$	0,922	0,926
GFI	Uyum İyiliği İndeksi	$\geq 0,90$	0,902	0,911

\*CFI ve NFI (Baumgartner ve Homburg, 1996; Marsh vd., 2006), RMSEA (Browne ve Cudeck, 1992), CMIN/DF (Yüksel ve Ölmez, 2020), RMR (Byrne, 2001; Hu ve Bentler, 1999), GFI (Baumgartner ve Homburg, 1996).

Referans uygunluk değerleri dikkate alındığında ölçeklerin ikisinin de uyum indeksi değerleri referans değer aralıklarında bulunmuştur. Yani kullanılan ölçekler bu çalışma için geçerli ölçekler olarak değerlendirilmiştir.

#### 4.2. Demografik Özellikler ve Katılımcı Profilini Betimleyici Özellikler

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri ve Covid-19’dan etkilenme düzeyleri ile pandeminin katılımcılar üzerinde bıraktığı etkileri belirlemek adına sorulan sorulara verilen yanıtların frekans değerleri Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Demografik Bilgiler ve Katılımcı Profilini Betimleyici Özellikler

Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	166	55,1
Erkek	135	44,9
Yaş Ortalaması	21,96	
Bölüm		
SBKY	117	38,9
Maliye	68	22,6
İktisat	35	11,6
İşletme	81	26,9
Size hiç Covid-19 tanısı kondu mu?		
Evet	55	18,3
Hayır	246	81,7
Covid-19 olmuş yakınınız var mı?		
Evet	257	85,4
Hayır	44	14,6
Covid-19 nedeniyle kaybettiğiniz yakınınız var mı?		
Evet	91	30,2
Hayır	210	69,8
Pandemi süreci hedeflediğiniz kariyerle ilgili becerileri elde etmenize engel oldu mu?		

Evet	225	74,8
Hayır	76	25,2
Pandemi sürecinde kariyer planlarınızda değişiklikler oldu mu?		
Evet	218	72,4
Hayır	83	27,6
Pandemi süreci depresyon, kaygı, umutsuzluk gibi duygulara yol açtı mı?		
Evet	254	84,4
Hayır	47	15,6

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet olarak benzer bir dağılım gösterdiği ve katılımcıların yaş ortalamasının yaklaşık 22 olduğu dikkat çekmektedir. Aksaray İİBF’de yer alan hemen her bölümden katılımcıların dahil olduğu araştırmada katılımcıların %81,7’sine daha önce hiç Covid-19 teşhisi konmamıştır. Covid-19 teşhisi konulmayanların çoğunlukta olmasına rağmen katılımcıların %85,4’ünün yakınları Covid-19’a yakalanmış ve %30,2’sinin en az bir yakını Covid-19’dan yaşamını yitirmiştir. Bu sonuçlar katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Covid-19’dan doğrudan veya dolaylı olarak zarar gördüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca katılımcıların %74,8’inin hedeflediği kariyerleri ile ilgili becerileri elde etmesine engel olduğu, %72,4’ünün kariyer planlarında değişikliğe yol açtığı ve %84,4’ünde depresyon, kaygı, umutsuzluk gibi duygulara yol açtığı sonuçları da pandeminin katılımcılar açısından negatif sonuçlar ortaya çıkardığını desteklemektedir.

### 4.3. Hipotez Testleri

Gelecek kaygısı ile kariyer geleceği algısı alt boyutları arasındaki anlamlı ilişkinin konu edildiği hipotezleri test etmek için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Bu testin tercih edilmesinin sebebi bağımlı değişkenin (kariyer geleceği algısı) aralık, bağımsız değişkenin kategorik hale getirilmiş (gelecek kaygısı) veri olmasından kaynaklanmaktadır.

Her istatistiki analizde olduğu gibi bağımsız örneklem t testinin de bazı ön koşulları bulunmaktadır. Parametrik bir test olan bağımsız örneklem t testinin ön koşulu verilerin normal dağılmasıdır. Huck (2012)’a göre sosyal bilimlerde verilerin normallik şartını sağlayabilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 1$  aralığında olması gerekmektedir. Elde edilen çarpıklık ve basıklık sonuçları incelendiğinde eşik değerlerin dışına çıkan bir sonuçla karşılaşmadığı için veriler normal dağılmıştır ve parametrik testler yapmaya uygundur sonucuna varılmaktadır. Ön koşulların sağlandığı hipotez testlerine dair analiz sonuçları Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Hipotez Testlerine Dair Analiz Sonuçları

		Levene Varyans Eşitliği Testi				
		F	Sig.	T	df	Sig. (2 yönlü)
Kariyer	Varyanslar eşitse	13,783	,000	-1,171	299	,242
Uyumluluğu	Varyanslar eşit değilse			-,954	77,166	,343
Kariyer	Varyanslar eşitse	6,312	,013	-,411	299	,681
İyimserliği	Varyanslar eşit değilse			-,353	80,754	,725
	Varyanslar eşitse	,129	,719	2,694	299	,007



İş Piyasasına Varyanslar eşit değilse	2,807	100,508	,006
İlişkin Bilgi			

Bağımsız örneklem t testi yorumlanırken öncelikle varyans eşitliği varsayımı yorumlanmalıdır. Tablo 3 incelendiğinde “iş piyasasına ilişkin algılanan bilgi” alt boyutu için varyans eşitliği varsayımı sağlanırken ( $p>0,05$ ), “kariyer iyimserliği” ve “kariyer uyumluluğu” alt boyutları için varyans eşitliği varsayımı sağlanamamaktadır. Bu yüzden “iş piyasasına ilişkin algılanan bilgi” alt boyutu için ilk satırdaki değerler dikkate alınırken, “kariyer iyimserliği” ve “kariyer uyumluluğu” alt boyutları için ikinci satır dikkate alınmaktadır.

**H<sub>1</sub>:** Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği algısının ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tüm alt hipotezleri test etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analiz sonuçlarına göre bir alt hipotez haricinde diğer tüm hipotezler ret edilmiştir. Yani tüm bağımlı değişkenler bağımsız değişkene göre farklılık göstermediğinden H<sub>1</sub> hipotezi ret edilmiştir sonucuna varılmaktadır.

**H<sub>1a</sub>:** Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği alt boyutlarından kariyer uyumluluğu ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin düşük veya yüksek olması, kariyer geleceği alt boyutlarından kariyer uyumluluğunun ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir ( $t= -0,954$ , sig  $p= 0,343 > 0,05$ ). Değişkenler arasında anlamlı bir ilişki saptanamadığından dolayı H<sub>1a</sub> hipotezi ret edilmiştir.

**H<sub>1b</sub>:** Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği alt boyutlarından kariyer iyimserliği ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin düşük veya yüksek olması, kariyer geleceği alt boyutlarından kariyer iyimserliği ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir ( $t= -0,353$ , sig  $p= 0,725 > 0,05$ ). Değişkenler arasında anlamlı bir ilişki saptanamadığından dolayı H<sub>1b</sub> hipotezi ret edilmiştir.

**H<sub>1c</sub>:** Gelecek kaygısı düzeyi, kariyer geleceği alt boyutlarından iş piyasasına ilişkin algılanan bilgi ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin düşük veya yüksek olması, kariyer geleceği alt boyutlarından işe ilişkin algılanan bilgi ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir ( $t= 2,694$ , sig  $p=0,006 < 0,05$ ). Değişkenler arasında anlamlı bir ilişki saptandığından dolayı H<sub>1c</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Katılımcıların gelecek kaygıları düştükçe iş piyasasına ilişkin algıladıkları bilgi miktarı yükselmektedir.

## 5. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada Covid-19 pandemisinde geleceğin işgücünü oluşturan üniversite öğrencilerinin geleceğe yönelik kaygılarının kariyer geleceği algısı ile olan ilişkileri incelenmiştir. Google Form” üzerinden oluşturulan formlar aracılığı ile online olarak toplanan anket verileri analiz edilmiş ve analizin sonucunda öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin yüksek veya düşük olması, kariyer uyumluluğu ve kariyer

iyimserliklerinin ortalamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna varılmıştır. Ancak gelecek kaygısı düşük olan öğrencilerin iş piyasasına ilişkin bilgi düzeyi ortalamalarını yükseltirken, gelecek kaygısı yüksek olan öğrencilerin iş piyasasına ilişkin bilgi düzeyleri düşmektedir. Yani öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin yüksek veya düşük olması, iş piyasasına dair algıladıkları bilgi düzeyi ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Özetle, araştırmanın temel hipotezi reddedildiğinden, öğrencilerin gelecek kaygılarının düşük veya yüksek olması kariyer geleceği algıları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Bu bulguların aksine, Mahmud, Talukder & Rahman (2021) tarafından yapılan çalışmada 'Covid-19 Korkusunun' gelecekteki işgücünün kariyer kaygısını etkileyip etkilemediğini ve Covid-19'dan kaynaklanan depresyonun ' Covid-19 Korkusu' ve gelecekteki işgücünün kariyer kaygısı üzerinde dolaylı bir etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre Covid-19 korkusunun patlak vermesi nedeniyle gelecekteki işgücünün gelecekteki kariyerleri hakkında endişelendiği ortaya konmuştur. Yine, bir arabulucu olarak ' Covid-19 Korkusu'nun neden olduğu Covid-19 depresyonunun, 'Covid-19 Korkusu' ile gelecekteki kariyer kaygısı arasındaki ilişki üzerinde önemli bir dolaylı etkisi olduğu görülmüştür. Dolayısıyla Covid-19 Korkusu'nun patlak vermesi nedeniyle insanların, insan psikolojisi üzerinde uzun vadeli olumsuz bir etki yaratan gelecekteki kariyerleri hakkında depresif ve endişeli hale geldiği anlamına gelmektedir.

Yine bu çalışmada öğrencilerin gelecek kaygısı düzeylerinin yüksek veya düşük olmasının, kariyer uyumluluğu ve kariyer iyimserliklerinin ortalamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna varılırken; Ece (2021) tarafından yapılan Covid-19 pandemi sürecinde uygulanan tam kapanma döneminde öğrencilerin yaşadığı stres, depresyon ve kaygı düzeyinin onların kariyer iyimserliğini nasıl etkilediğine ilişkin araştırmada yapılan analizlerde stres, depresyon ve kaygının kariyer iyimserliği üzerinde olumsuz yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Daha önce de belirtildiği gibi alan yazında bu konuda yapılmış sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların birçoğu stres, kaygı, umutsuzluk, psikolojik dayanıklılık vs. gibi olumsuz psikolojik duyguların kariyer geleceği algıları ve kariyer algıları üzerindeki etkileri üzerinedir. Rahmadani & Sahrani'nin (2021) çalışmasında da son sınıf öğrencilerinde gelecekteki kariyer kaygısına karşı Covid-19 pandemisi sırasında stresin rolünü incelemek amaçlanmıştır. Sonuçlar, Covid-19 salgını sırasındaki stresin son sınıf öğrencilerinin gelecekteki kariyer kaygılarında önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Yine çalışmada Covid-19'un neden olduğu öğrenme ortamlarında yüz yüze öğrenmeden çevrimiçi öğrenmeye yönelik ani değişim ya da Covid-19'un engellediği iş aramaya hazırlık, final ödevlerini tamamlama, stajlar ve son dönem ödevleriyle ilgili diğer şeyler öğrenciler üzerinde kaygı yaratabilmektedir. Bu çalışmada gelecek kariyer kaygısı değişkeni, bireyin çevresiyle olan geçici veya durumsal koşullarıyla yakından ilişkili kaygıyı ifade etmektedir. Pandemi sırasında bireylerin ortamındaki, öğrencilerin gelecekteki kariyerlerini daha fazla keşfetme alanını sınırlayan değişiklikler, Covid-19 salgını devam ederse öğrencilerin gelecekteki kariyerleri hakkında endişelenmelerine neden olabilmektedir.

Yine Alnıaçık, Of, Balkaş, Tülemmez, Miryzayev & Alferra (2021) tarafından yapılan çalışmada pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin psikolojik dayanıklılık ve umutsuzluk düzeylerinin kariyer gelecek algılarını nasıl etkilediği incelenmiştir. Çalışmada 410 üniversite öğrencisinden toplanan verilerin analizi sonucunda umut düzeyinin kariyer-gelecek algılarını olumlu yönde etkilediği; ancak psikolojik dayanıklılık ile kariyer geleceği algıları arasındaki ilişkide aracı rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Benaraba, Bulaon, Escosio, Narvaez, Suinan & Roma, (2022)'nin yaptığı çalışmada ise turizm öğrencilerinin Covid-19 salgını öncesi ve sırasındaki kariyer alguları incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, öncelikle turizm endüstrisinin büyük bir iş sektörü olarak Covid-19 pandemisinden ciddi şekilde etkilendiği, öğrencilerin bu pandemi sırasında turizm endüstrisindeki kariyer fırsatlarını belirsizliklerle dolu olarak algıladıkları ve öğrencilerin mevcut duruma uyum sağlamalarına yardımcı olmak için onların istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek uygun ve zamanında bir programın uygulanması eyleme geçirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Üngören & Kaçmaz (2022) tarafından yapılan çalışma da yine Covid-19 sürecinde üniversite öğrencilerinin kariyer kaygılarını incelemiştir. Çalışmada turizm ve konaklama endüstrisinin gelecekteki potansiyel çalışanları olan turizm öğrencilerinin Covid-19 pandemisinin kariyer kaygılarını nasıl etkilediğini belirlemek amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçları, algılanan enfeksiyon riski ve Covid-19 korkusunun öğrencilerin kariyer kaygısını önemli ölçüde etkilediğini ve Covid-19 korkusunun algılanan enfeksiyon riski ile kariyer kaygısı arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini ortaya koymuştur. Ayrıca sonuçlar, zorluklara karşı bireysel bir kaynak olan psikolojik dayanıklılığın, pandemi kaynaklı olumsuz etkiler karşısında öğrencilerin kariyer kaygılarını azaltan bir faktör olduğunu göstermiştir. Bulgular, turizm sektörünün geleceğin iş gücü olan öğrencilerde pandemik hastalıkların kariyer kaygısını nasıl etkilediğinin anlaşılmasına ve bu süreçte psikolojik dayanıklılık gibi bireysel kaynakların rolünün belirlenmesine katkı sağlamaktadır.

Yine Rahimi, Akgündüz & Bilgihan (2022) tarafından turizm ve otelcilik öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada Covid-19 korkusu, depresyon ve gelecekteki kariyer kaygısının üç faktörünün karşılıklı etkileşim rolüne odaklanılmış ve Covid-19 pandemisinin İngiltere'deki turizm ve konaklama endüstrisinin gelecekteki işgücünün ruh sağlığı ve kariyer perspektifleri üzerindeki etkisini araştırılmıştır. Bulgular, katılımcılar arasında yüksek düzeyde ruh sağlığı bozuklukları olduğunu ortaya koymuştur. Ankete katılanların çoğunun, ruh hallerini, düşüncelerini ve davranışlarını etkileyen bir tür zihinsel sağlık koşullarından/bozukluklarından muzdarip olduğu ve ayrıca Covid-19 korkusunun kariyer kaygısı ile sonuçlanan depresyona neden olduğunu göstermiştir.

Yapılmış olan çalışmaların sonuçlarına ve bu çalışmanın bulgularına dayanarak öğrencilerin Covid-19 sürecinde yaşadıkları gelecek kaygısının kariyer geleceği algısı üzerinde bir rolü olduğu sonucuna varılabilir. Ancak alan yazının aksine bu çalışmada öğrencilerin kariyer geleceği algılarının Covid-19'un neden olduğu gelecek kaygısı

düzeylerine göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Özellikle kariyer geleceği algısının alt boyutlarından olan kariyer uyumluluğu ve kariyer iyimserliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucu, öğrencilerin bu süreçte yaşamış oldukları kaygıların gelecekteki kariyer algılarını değiştirmediklerini göstermektedir. Bu durum olumlu açıdan bakıldığında, Covid-19'un hala öğrencilerin geleceklerine ilişkin algı ve beklentilerini en azından olumsuz anlamda etkilemediği sonucunu düşündürebilir. Gelecek kaygısı düzeyinin, kariyer geleceği alt boyutlarından iş piyasasına ilişkin algılanan bilgi ortalaması üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olması ise öğrencilerin kariyerleri ile ilgili piyasaya ne kadar hakim ya da piyasa ile ilgili ne kadar bilgi sahibi olurlarsa gelecek kaygılarının da o kadar az olacağını göstermektedir.

Bu araştırma sayesinde, Covid -19 pandemisinde yaşanan gelecek kaygısı ve kariyer geleceği algısı araştırma yapmak isteyen geleceğin araştırmacıları, bu araştırma dışında kariyer yönetimi, kariyer planlama, kariyer geliştirme, kariyer algıları vs. gibi diğer faktörleri de göz önünde bulundurabilirler. Söz konusu değişkenleri farklı örneklemeler üzerinde de inceleyebilirler. Ayrıca bu süreçte öğrencilerin yaşamış oldukları kaygıları azaltmak için insan kaynakları uzmanlarının görüşleri alınabilir veya öğrenciler için yapabilecekleri danışmanlık hizmetleri de araştırılabilir.

### **Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Etik Beyanı ve Finansal Destek**

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Çalışmada, Aksaray Üniversitesi, İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'na 2022/01-30 protokol numaralı başvuru ile 22.02.2022 tarihli toplantısında E-34183927-000-00000693671 sayılı numarasıyla etik kurul raporu alınmıştır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

### **Kaynaklar**

- Aker S, Midik Ö. (2020). The Views of Medical Faculty Students in Turkey Concerning The COVID-19 Pandemic. *Journal of Community Health*, 45, 684-688, Doi: 10.1007/s10900-020-00841-9.
- Alnaçık, E., Of, M., Balkaş, J., Tülemmez, S., Mirzayev, M. & Alfarra, H. (2021). Pandemi Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Dayanıklılıkları ve Umutsuzluklarının Kariyer Geleceği Algısı Üzerindeki Etkileri. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9 (21), 248-266, doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i1.1757>.
- Alparslan, A. M., Polatçı, S. & Yastıolu, S (2021). Covid-19 Pandemisinin ve Psikolojik Dayanıklılığın Akademisyenliğe Yabancılaşmaya Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 321-338, <https://doi.org/10.30798/makuiibf.805133>.
- Aspinwall, L. G., Richter, L., & Hoffman, R. R., III. (2001). Understanding How Optimism Works: An Examination of Optimists' Adaptive Moderation of Belief and Behavior. In E. C. Chang (Ed.), *Optimism & Pessimism* (ss. 217-238). Washington, DC: American Psychological Association.
- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161.

- Bayar, B. D., Can, S. Y., Erten, M. & Ekmen, M., 2020. Covid-19 Pandemi Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Depresyon ve Stres Düzeylerinin Belirlenmesi. *Paramedik ve Acil Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(1), 12-25.
- Benaraba, C. M. D., Bulaon, N. J. B., Escosio, S. M. D., Narvaez, A. H. G., Suinan, A. N. A., & Roma, M. N. (2022). A Comparative Analysis on the Career Perceptions of Tourism Management Students Before and During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 30, 100361. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100361>.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230-258.
- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, 1(1), 55-86.
- Çakmak, Ö. & Hedevalı, M. (2005). Eğitim ve Fen-Edebiyat Fakülteleri Biyoloji Bölümü Öğrencilerinin Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (14), 115-127.
- Doğan, M. M. & Düzel, B., 2020. Covid-19 Özelinde Korku-Kaygı Düzeyleri. *Turkish Studies*, 15(4), 739-752.
- Dursun, S. & Aytaç, S. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İşsizlik Kaygısı. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (1), 2009, 71-84.
- Ece, S. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecindeki Tam Kapanma Döneminde Üniversite Öğrencilerinin Stres, Depresyon ve Kaygı Düzeylerinin Kariyer İyimserliğine Etkisi. *Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5 (2), 257-270.
- Ergun Özler, N. D. & Yeni, Z. (2017). A Research On Determination of the Relationship Between Resilience and Career Future Perception. *PressAcademia Procedia (PAP)*, (3), 554-559. DOI: 10.17261/Pressacademia.2017.631.
- Fujii, K., Okayasu, H., Shinozaki, T., Shimoda, K., & Ozeki, Y. (2020). Slower Titration of Lamotrigine Reduces the Risk of Rash. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 74(4), 282-283. doi:10.1111/pcn.12987.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Huck, Schuyler W. (2012). *Reading statistics and research* (4. Baskı), Pearson, Boston MA.
- Kulu, M., Özsoy, F., Gürler, E. B. & Özbeyli, D. (2021). COVID-19 Salgınının Dış Hekimleri Üzerinde Yarattığı Gelecek Kaygısı ve Stresin Değerlendirilmesi. *Pamukkale Tıp Dergisi*, 14 (1), 103-112.
- Liang, L., Ren, H., Cao, R., Hu, Y., Qin, Z., Li, C., & Mei, S. (2020). The Effect of COVID19 on Youth Mental Health. *Psychiatric Quarterly*, 91(3), 841-852.
- Mahmud, M.S., Talukder, M.U. & Rahman, S.M., (2020). Does 'Fear of COVID-19' Trigger Future Career Anxiety? An Empirical Investigation Considering Depression From COVID-19 As A Mediator. *The International Journal of Social Psychiatry, (Early View)*, doi: 10.1177/0020764020935488.
- Marsh, H. W., Hau, K.-T., Artelt, C., Baumert, J., & Peschar, J. L. (2006). OECD's brief self-report measure of educational psychology's most useful affective constructs: cross-cultural, psychometric comparisons across 25 countries. *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360.
- Menevşe, A. & Şeker, A. F. (2020). Farklı Disiplinlerdeki Öğrencilerin İşsizlik Kaygı Düzeylerinin İncelenmesi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi (UGEAD)*, 6(2), 338-356.
- Okuyan, C. B., Karasu, F., & Polat, F. (2020). Hemşirelik Öğrencilerinin Covid-19'a Maruz Kalma Korkularının Sağlık Kaygısı Düzeyleri Üzerine Etkisi: Bir Üniversite Örneği, *Van Health Sciences Journal*, 13(Özel sayı) 45-52.
- Özdede, M. & Cinel Şahin, S. (2020). Views and Anxiety Levels of Turkish Dental Students During The Covid-19 Pandemic. *Journal of Stomatology*, 73 (3), 123-128, DOI: <https://doi.org/10.5114/jos.2020.96867>.

- Qiu, J., Shen, B., Zhao, M., Wang, Z., Xie, B., & Xu Y. A. (2020). Nationwide Survey of Psychological Distress Among Chinese People in the COVID-19 Epidemic: Implications and Policy Recommendations. *General Psychiatry*, 33(2), e100213. <https://doi.org/10.1136/gpsych-2020-100213>.
- Paules, C.I., Marston, H.D. & Fauci, A.S. (2020). Coronavirus Infections-More Than Just the Common Cold. *JAMA*, 323 (8), 707-708. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.0757>.
- Rahimi, R., Akgündüz, Y. & Bilgihan, A. (2022) Impact of COVID-19 on Mental Health and Career Anxiety of Hospitality and Tourism Students in the UK. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, DOI 10.1108/JHTI-05-2021-0129.
- Rahmadani, R. & Sahrani, R. (2021). The Role of Stress During the COVID-19 Pandemic in the Future Career Anxiety of Final-Year Students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 570, 979-984.
- 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. DOI: 10.1177/1069072704270271
- Sahu P. (2020). Closure of Universities Due to Coronavirus Disease 2019 (Covid-19): Impact on Education And Mental Health of Students and Academic Staff. *Cureus*, 12(4), e7541, DOI 10.7759/cureus.7541.
- Savickas, M. L. (1997). Career Adaptability: An Integrative Construct for Life-Span, Life-Space Theory. *The Career Development Quarterly*, 45(3), 247-259.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, Coping, and Health: Assessment and Implications of Generalized Outcome Expectancies. *Health Psychology*, 4, 219-247.
- She J, Jiang J, Ye L, Hu L, Bai C. & Song Y. (2019). Novel Coronavirus of Pneumonia in Wuhan, China: Emerging Attack and Management Strategies. *Clinical and Translational Medicine*, 9 (19), 1-7. <https://doi.org/10.1186/s40169-020-00271-z>.
- Sohrabi C., Alsafi Z., O'Neill N., Khan, M., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C. & Agha, R. (2020). World Health Organization Declares Global Emergency: A Review of the 2019 Novel Coronavirus (COVID-19). (2020). *International Journal of Surgery*, 76, 71-76. <https://doi.org/10.1016/j.ijso.2020.02.034>.
- Sönmez, B., Önal, M. & Yıldız, G. (2019). Hemşirelik Son Sınıf Öğrencilerinin Kariyer Değerleri ve Kariyer Geleceği Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *HSP*, 6 (1), 126-134. DOI: 10.17681/hsp.415119.
- Spielberger, C. D. (1972). Anxiety as an Emotional State. In Spielberger, C. D. (Ed.) *Anxiety: Current Trends in theory and Research*, 1, New York: Academic Press.
- Super, D. E., & Knasel, E. G. (1981). Career Development in Adulthood: Some Theoretical Problems and A Possible Solution. *British journal of Guidance and Counselling*, 9(2), 194-201.
- Süner, Ş. & ESKİCİ, M. (2020). Öğretmen Adaylarının Atanamama Kaygılarının Umutsuzluk Düzeyleri ile Cinsiyet ve Okul Türü Değişkenleri Açısından İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, (Özel Sayı), 357-372.
- Tekindal, M., Ege, A., Erim, F. & Gedik, T. E. (2020). Sosyal Hizmet Bakış Açısıyla COVID-19 Sürecinde Yaşlı Bireyler: Sorunlar, İhtiyaçlar ve Öneriler. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 1-6.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (4 Ocak 2022). Covid-19 Bilgilendirme Platformu. <https://covid19.saglik.gov.tr/>. [Erişim Tarihi: 04.01.2022].
- Torales, J., O'Higgins, M., Castaldelli-Maia J.M. & Ventriglio, A. (2020). The Outbreak Of COVID-19 Coronavirus and its Impact on Global Mental Health. *International Journal of Social Psychiatry*, 66(4), 317-320.
- Tümerdem, R. (2007). Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesi ve Fen-Edebiyat Fakültesi Kimya Son Sınıf Öğrencilerinin Kaygılarını Etkileyen Etmenler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (20) , 32-45.

- Üngören, E. & Kaçmaz, Y.Y. (2022). Does COVID-19 Pandemic Trigger Career Anxiety in Tourism Students? Exploring the Role of Psychological Resilience. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 30, 1-12, <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100369>.
- Wang, C., & Zhao, H. (2020). The Impact of COVID-19 on Anxiety in Chinese University Students. *Frontiers in Psychology*. *Front. Psychol.* 11(1168), 1-8.
- World Health Organization. World Health Statistics Report (2021). <https://www.who.int/data/gho/publications/world-health-statistics>. [Erişim Tarihi: 04.01.2022].
- Yüksek, S., & Ölmez, C. (2020). Development of Taekwondo Kyorugi Performance Evaluation Scale. *Research in Sports Science*, 10(1); 1-6.
- Yiğit, R., Dilmaçi B., Deniz, M.E. & Hamarta, E. (2011). Sürücülerin Sürekli ve Durumluk Kaygılarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 37-44.

# Ön Lisans Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği

(Evaluation of the Perspectives of the Students Taking Associate Degree Accounting Education on Accounting Profession: The Case of Van Yüzüncü Yıl University)

Murat KARA<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Gevaş Meslek Yüksekokulu, m.kara@yyu.edu.tr

## Öz

Meslek seçimi, bireylerin hayatlarındaki verecekleri en önemli kararlardan biridir. Bireyin kendine uygun mesleği seçebilmesi için bu mesleğe ilişkin yeterlilikleri bilmesi, mesleği gerektirdiği özelliklerin kendisine uygun olmasına dikkat etmesi gerekir. Bu çalışma ile muhasebe eğitimi alan ön lisans öğrencilerin muhasebe mesleği ile ilgili genel düşünceleri, muhasebe mesleğini tercih etme nedenlerinden oluşan mesleğe bakış açıları ve bu bakış açılarının demografik faktörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada veri toplamak için anket yönteminden faydalanılmıştır. Anket, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Gevaş Meslek Yüksek Okulu Muhasebe ve Vergi Uygulamaları ile Finans, Bankacılık ve Sigortacılık programında öğrenim gören 107 öğrenciye uygulanmış, anket sonucu elde edilen veriler SPSS istatistik paket programında Kruskal Wallis H ve Mann Whitney U testleri kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, öğrencilerin büyük çoğunluğunun muhasebe alanında çalışmayı düşündüğü tespit edilmiştir. Yapılan çalışma ile cinsiyetin, yaşın, muhasebe alanında çalışan yakın tanıdığın olup olmamasının, okunulan bölümün ve sınıfın, mezun olunan lise türünün, muhasebe denilince akla gelen unvanın öğrenciler açısından muhasebe mesleğini seçmede istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

## Abstract

Choosing a profession is one of the most important decisions that individuals will make in their lives. In order for the individual to choose the profession that is suitable for him, he should know the qualifications related to this profession and pay attention to the features required by the profession. With this study, it is aimed to determine the general thoughts of associate degree students who receive accounting education about the accounting profession, their perspectives on the profession, which consists of the reasons for choosing the accounting profession, and whether these perspectives differ according to demographic factors. Questionnaire method was used as data collection method in the research. The questionnaire was applied to 107 students studying in Van Yüzüncü Yıl University Gevaş Vocational School Accounting and Tax Applications and Finance, Banking and Insurance program, and the data obtained as a result of the questionnaire were analyzed using the Kruskal Wallis H and Mann Whitney U tests in the SPSS statistical package program. As a result, it was determined that the majority of the students thought to work in the field of accounting. With the study, it has been determined that gender, age, whether there is a close acquaintance working in the field of accounting, the department and class attended, the type of high school graduated from, and the title that comes to mind when it comes to accounting do not make a significant difference for students in choosing the accounting profession.

## Anahtar Kelimeler:

Muhasebe,  
Muhasebe Mesleği,  
Meslek  
Yüksekokulları

## Makale türü:

Araştırma

## Keywords:

Accounting,  
Accounting  
Profession,  
Vocational Schools

## Paper type:

Research

Başvuru/Received: 06.08.2022 | Kabul/Accepted: 06.09.2022, iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %16



## Giriş

Bireyler yaşamları boyunca önemli pek çok karar almakta ve bu kararlardan en önemli biri de meslek seçimi olmaktadır. Meslek seçimi kararının verilmesi; kişinin değer yargıları, ilgi ve inançları gibi birçok faktörden etkilenen karmaşık bir süreçtir. Mevcut bilgi birikimlerinin, kişisel ilgilerinin, sahip oldukları değerlerin, elde edecekleri tatmin ve kişisel özelliklerin meslek seçiminde bireyleri etkilediği görülmektedir. Bunların yanı sıra sosyoekonomik durum ve aile gibi faktörlerin de meslek seçiminde ülkeler ve kültürler arasında farklılık göstermekle birlikte, önemli rol oynadıkları görülmektedir (Gökgöz ve Zeytin, 2012: 68).

Muhasebe mesleğinin konusu kapsamındaki faaliyetleri yürüten bireyler 3568 sayılı kanunda belirtilen aşamaları geçerek Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavir (YMM) unvanlarını almaya hak kazanırlar. Bireylerin SMMM olabilmeleri için söz konusu kanunda yer alan genel şartların yanı sıra "hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında eğitim veren fakülte ve yüksekokullardan veya denkliği Yükseköğretim Kurumunca tasdik edilmiş yabancı yükseköğretim kurumlarından en az lisans seviyesinde mezun olmak veya diğer öğretim kurumlarından lisans seviyesinde mezun olmakla beraber bu fıkra da belirtilen bilim dallarından lisansüstü seviyesinde diploma almış olmak" şartını da sağlamaları gerekmektedir. Ayrıca bireylerin en az üç yıl boyunca staj yapmaları ve staj süreci sonunda girdikleri yazılı sınavda başarılı olmaları da SMMM unvanı için gerekli şartlar arasındadır. SMMM unvanını alan bireyler meslekte geçirdikleri 10 yılın ardından YMM unvanı elde etmek için de bireylerin yapılacak yazılı sınavda başarılı olmaları zorunludur (Sönmez ve Altınışık:686-687).

Meslek Yüksekokul Muhasebe Programı mezunları meslek elemanı olmak istiyorlarsa öncelikle lisans tamamlamaları gerekmektedir. Bu bireylerin önemli bir kısmı, ilgili alanda lisans eğitimlerini tamamlayıp meslekle ilgili unvanlara sahip olma hakkı kazanmaktadır. Meslek Yüksekokulu muhasebe mezunları Dikey Geçiş Sınavında başarılı oldukları takdirde, örgün sistemde öğrenci kabul eden İşletme ve İktisat Fakültelerinin 3. sınıfından eğitim ve öğretimlerine devam edebilmektedirler. Ayrıca açık öğretimde ilgili bölümlere sınavsız kaydedilerek lisans tamamlamaları sağlanmaktadır. Bireylerin bu tercihlerinde muhasebe mesleğinin toplumda itibarlı bir meslek olması, kariyer ve istihdam olanakları, esnek çalışma saatleri ve yüksek gelir düzeyinin olması gibi faktörler önemli rol oynamaktadır (Erduru, Deran ve Çelik, 2017: 35).

## 1. Literatür Taraması

Muhasebe literatürü incelendiğinde, ön lisans ve lisans programlarında muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe mesleğini tercih etme nedenleri ve muhasebe mesleğine bakış açıları ile ilgili birçok çalışma yapılmış olduğu görülmektedir. Yapılan bu çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir:

Erol ve Atmaca (2004), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinde bulunan meslek yüksekokullarında muhasebe eğitimi alan 150 öğrenciye yaptıkları anket çalışmasında, öğrencilerin muhasebe mesleğine karşı tutumlarını incelemiştir.

Çalışma ile öğrencilerin gelecekte kariyer planlarını muhasebe alanında yapmayı düşündükleri ve muhasebe mesleğine olumlu baktıkları sonucuna varılmıştır.

Yayla ve Cengiz (2005) çalışmalarını, Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilere uygulamışlar, muhasebe mesleğinin seçilmesinde kişisel, mesleki ve demografik faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, mesleğin seçiminde ailenin, çevrenin ve demografik faktörlerin etkili olduğu gözlemlenmiştir.

Akın ve Onat (2015) yaptıkları çalışmada, ön lisans ve lisans düzeyinde muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe mesleğini seçmelerinin en önemli nedeni iş imkânlarının fazla olduğu sonucuna varmışlardır.

Zauwiyah vd. (2015) muhasebe öğrencilerinin kariyer hedeflerinin incelenmesi üzerine yapmış oldukları çalışmada, muhasebe eğitimi veren kurumların mesleğin muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kişisel yaşamlarına getirdiği olası zorluklar için öğrencileri hazırlarken profesyonel kurumlarla birlikte çalışması gerekliliği ve staj deneyimlerinin öğrencilerin kariyer hedefleri üzerindeki etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Tepeli ve Kayıhan (2015) çalışmalarında, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İşletme Bölümünde lisans, lisansüstü, uzaktan eğitim (uzem) lisans ve uzaktan eğitim (uzem) lisansüstü programlarında eğitim alan 360 adet geçerli anket uygulamışlar ve öğrencilerin muhasebe mesleğine yönelmedikleri saptanmıştır. Bunun nedeni olarak öğrencilerin işletme eğitimi sürecinde aldıkları muhasebe derslerinin zorluğu olduğu söylenebilir. Muhasebe mesleğine yönelmeye düşünen öğrencilerin akıllarına gelen ilk mesleğin mali müşavirlik olduğunu tespit etmişlerdir.

İpek v.d. (2017), Ayvacık MYO'da eğitim gören öğrencilere muhasebe mesleği hakkındaki görüşlerini tespit etmek amacıyla yaptıkları anket çalışması sonucunda öğrencilerin muhasebe mesleğine olumlu baktıkları, ancak mesleğin bağımsız çalışmaya izin vermediği ve yaratıcılığı engellediği görüşünde bulunmuşlardır.

Yıldırım, Güngör ve Uzun Kocamış (2018) yaptıkları çalışmada, ön lisans öğrencilerine 125 anket uygulamışlardır. Anket sonucunda muhasebe alanında iş imkanının fazla olması meslek seçimini etkileyen faktör olarak belirlenmiştir.

Temelli (2019) çalışmasının anketlerini Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi'nde öğrenim gören İİBF öğrencilerine uygulamıştır. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe mesleği seçimini etkileyen faktörlerin üç boyutta toplandığını tespit etmiştir.

Apak (2020) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin muhasebe kariyeri tercih etmelerinde (veya etmemelerinde) etkili olan motivasyonların ve karar süreçlerinde etkili olan motivasyonların tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin demografik özellikleri ve muhasebe kariyeri tercihi motivasyonları ele alındığında cinsiyet ile kariyer tercihi arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Yücenurşen (2020) çalışmasında, öğrencilerin muhasebe mesleğini seçme niyetlerini davranış teorisi çerçevesinde incelemiş, öğrencilerin tutumlarının mesleği seçmede pozitif yönde etkili olduğunu tespit etmiştir.

Sönmez ve Altınışik (2021) tarafından yapılan çalışma, Kastamonu Üniversitesi'nin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesindeki Bankacılık ve Finans Bölümü'nde lisans düzeyinde muhasebe ve finans eğitimi alan 262 öğrenciye anket formu uygulanmış, anket sonucunda öğrencilerin yüksek oranda mesleği tercih etme konusunda istekli oldukları ve mesleğe bakış açılarının bu tercihe göre istatistik açıdan anlamlı bir biçimde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Oral (2022) tarafından yapılan çalışma ile İnönü Üniversitesi, İşletme Bölümü öğrencilerine 118 anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, çalışmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu muhasebe alanında çalışmak istediği ve tercihlerinin etkileyen faktörlerin üç boyutta toplandığı tespit edilmiştir.

## **2. Ön lisans Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi**

Van ilinde ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarını değerlendirmesine yönelik araştırmaya yer verilecektir.

### **2.1. Araştırma Amacı, Güvenilirliği ve Yöntemi**

Bu araştırma ile ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarını değerlendirmek amaçlanmıştır. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Gevaş Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü ve Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü öğrencileri çalışmada örneklem olarak seçilmiştir.<sup>1</sup> Güvenilirlik, bir hatadan bağımsız kalma düzeyini ifade etmekte ve bir ölçmenin geçerli sayılabilmesinin ilk koşulu, onun güvenilir olmasıdır. Ölçeğin güvenilirliği ise tutarlı, dengeli ve tekrar eden sonuçlar vermesiyle belirlenmektedir. Bu çalışmada, ölçeklerin güvenilirliğinin saptanmasında Cronbach  $\alpha$  değeri kullanılmıştır. Tespit edilen Cronbach Alpha değeri 0,833 olduğundan, verilerin güvenilirliği oldukça yüksektir. Araştırmada veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket soruları hazırlanırken benzer çalışmalardaki makalelerden yararlanılmıştır. Anketler tam ve eksiksiz olarak doldurularak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. İki bölümden oluşan anket formunun ilk bölümünde demografik özelliklere ilişkin sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise çalışmanın ana konusunu oluşturan meslek seçimini etkileyen faktörlere ilişkin yargılara yer verilmiştir. İkinci bölümde yer alan 15 soruda 5'li likert ölçeği; katılma derecesi (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum ifadeleri kullanılmış olup, anket formları 107 öğrenciye uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programına aktarılmış ve verilerin anakütlenin normal dağılım göstermemesi nedeniyle elde edilen verilere parametrik olmayan Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır.

Çalışmada ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarını değerlendirmek amacıyla 7 hipotez geliştirilmiştir.

---

<sup>1</sup> Çalışmada, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 13.05.2022 tarihli ve 2022/11 oturum sayılı toplantısında alınmış 29.06.2022-9548 sayılı etik kurul raporu bulunmaktadır.

**H1:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Cinsiyet ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H2:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Muhasebe Alanında Çalışan Yakın Tanıdık ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H3:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Okudukları Bölüm ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H4:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Buldukları Sınıf ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H5:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Yaşları” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H6:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Mezun Oldukları Lise Türleri ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H7:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvan ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

## 2.2. Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde, demografik bulgulara ve araştırmaya katılan öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarına yönelik elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

### 2.2.1. Demografik Bulgular

Ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri hakkındaki bilgiler Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1. Demografik Özellikler**

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)	Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvan	Frekans (f)	Yüzde (%)
Erkek	46	43	Serbest Muhasebesi-Yeminli Mali Müşavir	77	72
Bayan	61	57	Denetçi	12	11
Toplam	107	100,0	Hesap Uzmanı	18	17
Yaş	Frekans (f)	Yüzde (%)	Toplam	107	100,0
18-22	87	81	Muhasebe Alanında Çalışmayı Düşündüğü Sektör	Frekans (f)	Yüzde (%)
23-27	15	14	Eğitim (Akademik Kariyer)	14	13
28-37	2	2	Kamu Sektörü	50	47
38 ve üzeri	3	3	Özel Sektör	33	31
Toplam	107	100,0	Muhasebe Alanında Çalışmayacağıım	10	9

Mezun Olunan Lise	Frekans (f)	Yüzde (%)		Toplam	107	100,0
Meslek Lisesi	50	47		<b>Muhasebe Alnında Çalışan Yakın Tanıdık</b>	Frekans (f)	Yüzde (%)
Anadolu Lisesi	42	39		Var	56	52
Düz Lise	8	7		Yok	51	48
Diğer Liseler	7	7		Toplam	107	100,0
Toplam	107	100,0		<b>Bölüm</b>	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Sınıf</b>	Frekans (f)	Yüzde (%)		Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	39
1	59	55		Finans Bankacılık ve Sigortacılık	65	61
2	48	45		Toplam	107	100,0
Toplam	107	100,0				

Tablo 1 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin % 43'ü erkek % 57' si bayandır. Ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu ( % 81) 18-22 yaşından oluşmaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu (%86) Meslek Lisesi ve Anadolu Lisesi mezunudur. Ankete katılan öğrencilerin %55'i 1. Sınıf, %45'i 2. Sınıf'ta okumaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (%72) için muhasebe denilince akla gelen unvan Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ile Mali Müşavirlik olmaktadır. Öğrencilerin %91'i Muhasebe alanında çalışmayı düşünmektedir. Oran yüksekliği ile öğrencilerin gelecekte muhasebe mesleğine yönelmeye eğilimli oldukları görülmektedir. Yapılan analizde öğrencilerin muhasebe alanında çalışan tanıdıklarının oranı % 52 olarak görülmektedir. Ankete katılan öğrencilerin % 39'u Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünde %61'i ise Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümünde okumaktadırlar. Gevaş Meslek Yüksekokulunda okuyan Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümü öğrencilerinin sayısı Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümündeki öğrencilerden azdır. Bu yüzden muhasebe bölümü öğrencileri sayısı anketimizde azdır.

### 2.2.2. Demografik Özelliklerle Muhasebe Mesleğine Yönelmeye Etki Eden Faktörlerin İlişkisi

Bu bölümde muhasebe mesleğine yönelmeye etki eden faktörlerle ön lisans öğrencilerinin demografik özellikleri arasındaki farklılık incelenmiştir.

**H1:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin "Cinsiyet " açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 2. Cinsiyet Değişkenine Göre Manny Whitney U Testi Sonuçları

İfadeler	Gruplar	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	P
1. Toplum tarafından saygınlık gören bir meslektir.	Kadın	61	55,84	3406,50	,489
	Erkek	46	51,55	2371,50	
2. Kariyer yapma imkanı olan bir meslektir.	Kadın	61	54,46	3322,00	,848

	Erkek	46	53,39	2456,00	
3. Çalışma saatleri uzun ve yorucu bir meslektir.	Kadın	61	46,52	2838,00	,003
	Erkek	46	63,91	2940,00	
4. Geliri yüksek bir meslektir.	Kadın	61	54,69	3336,00	,779
	Erkek	46	53,09	2442,00	
5. İş bulma imkânları geniş bir meslektir.	Kadın	61	50,67	3091,00	,176
	Erkek	46	58,41	2687,00	
6. Bağımsız çalışma imkanları olan bir meslektir.	Kadın	61	53,24	3247,50	,760
	Erkek	46	55,01	2530,50	
7. Yasa ve mevzuatların sürekli değişmesinden dolayı dinamik bir meslektir.	Kadın	61	52,62	3210,00	,561
	Erkek	46	55,83	2568,00	
8. Düzenli ve disiplinli çalışmayı gerektiren bir meslektir.	Kadın	61	57,52	3508,50	,137
	Erkek	46	49,34	2269,50	
9. Her zaman ihtiyaç duyulan ve güncelliğini kaybetmeyecek bir meslektir.	Kadın	61	54,42	3319,50	,861
	Erkek	46	53,45	2458,50	
10. Sorumluluk almayı gerektiren bir meslektir.	Kadın	61	52,64	3211,00	,556
	Erkek	46	55,80	2567,00	
11. İş güvencesi olan bir meslektir.	Kadın	61	52,97	3231,00	,676
	Erkek	46	55,37	2547,00	
12. Dikkat gerektiren bir meslektir.	Kadın	61	53,97	3292,00	,989
	Erkek	46	54,04	2486,00	
13. Tecrübe kazanmanın uzun yıllar gerektirdiği bir meslektir.	Kadın	61	52,98	3231,50	,666
	Erkek	46	55,36	2546,50	
14. Monoton imaja sahip bir meslektir.	Kadın	61	49,06	2992,50	,046
	Erkek	46	60,55	2785,50	
15. Bilgi ve becerilerime uygun bir meslektir.	Kadın	61	50,49	3080,00	,143
	Erkek	46	58,65	2698,00	

Cinsiyet değişkenine göre muhasebe mesleği seçim faktörlerine katılım düzeyinde farklılık olup olmadığı Manny Whitney U testiyle analiz edilmiştir. Tablo 2’te gösterilen analiz sonuçlarına göre cinsiyet değişkenleri arasında 15 ifadeden 3 ifade anlamlı fark var iken 12 ifadede anlamlı fark yoktur. Analiz açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 1 reddedilmiştir.**

**H2:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Muhasebe Alanında Çalışan Yakın Tanıdık ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 3. Muhasebe Alanında Çalışan Yakın Tanıdık Olmaması Durumuna Göre Manny Whitney U Testi Sonuçları

İfadeler	Gruplar	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	P
1. Toplum tarafından saygınlık gören bir meslektir.	Var	56	53,36	2988,00	,806
	Yok	51	54,71	2790,00	
2. Kariyer yapma imkanı olan bir meslektir.	Var	56	57,59	3225,00	,171
	Yok	51	50,06	2553,00	
3. Çalışma saatleri uzun ve yorucu bir meslektir.	Var	56	60,02	3361,00	,029
	Yok	51	47,39	2417,00	
4. Geliri yüksek bir meslektir.	Var	56	58,19	3258,50	,120

	Yok	51	49,40	2519,50	
5. İş bulma imkânları geniş bir meslektir.	Var	56	56,29	3152,00	,398
	Yok	51	51,49	2626,00	
6. Bağımsız çalışma imkanları olan bir meslektir.	Var	56	57,89	3242,00	,156
	Yok	51	49,73	2536,00	
7. Yasa ve mevzuatların sürekli değişmesinden dolayı dinamik bir meslektir.	Var	56	54,89	3074,00	,732
	Yok	51	53,02	2704,00	
8. Düzenli ve disiplinli çalışmayı gerektiren bir meslektir.	Var	56	53,48	2995,00	,842
	Yok	51	54,57	2783,00	
9. Her zaman ihtiyaç duyulan ve güncelliğini kaybetmeyecek bir meslektir.	Var	56	52,39	2934,00	,541
	Yok	51	55,76	2844,00	
10. Sorumluluk almayı gerektiren bir meslektir.	Var	56	57,36	3212,00	,187
	Yok	51	50,31	2566,00	
11. İş güvencesi olan bir meslektir.	Var	56	56,63	3171,00	,334
	Yok	51	51,12	2607,00	
12. Dikkat gerektiren bir meslektir.	Var	56	56,74	3177,50	,288
	Yok	51	50,99	2600,50	
13. Tecrübe kazanmanın uzun yıllar gerektirdiği bir meslektir.	Var	56	52,21	2923,50	,492
	Yok	51	55,97	2854,50	
14. Monoton imaja sahip bir meslektir.	Var	56	57,83	3238,50	,159
	Yok	51	49,79	2539,50	
15. Bilgi ve becerilerime uygun bir meslektir.	Var	56	56,29	3152,50	,383
	Yok	51	51,48	2625,50	

Muhasebe Alanında Çalışan Yakın Tanıdık değişkenine göre muhasebe mesleği seçim faktörlerine katılım düzeyinde farklılık olup olmadığı Manny Whitney U testi ile analiz edilmiştir. Tablo 3'te gösterilen analiz sonuçlarına göre cinsiyet değişkenleri arasında 15 ifadeden 1 ifade anlamlı fark var iken 14 ifadede anlamlı fark yoktur. Analiz açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 2 reddedilmiştir**. Öğrencilerin tanıdıklarının olup olmaması muhasebe mesleği seçim faktörlerini etkilemediğini göstermektedir. Günümüz teknolojisinde bilgiye erişimin hızlı olması ve öğrencilerin teknolojiden faydalanması, internetten mesleğe yönelik araştırma yapmalarının etkili olduğu düşünülmektedir.

**H3:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin "Okudukları Bölüm" açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 4. Okudukları Bölüme Göre Manny Whitney U Testi Sonuçları

İfadeler	Gruplar	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	P
1. Toplum tarafından saygınlık gören bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	51,07	2145,00	,391
	Finans, Bankacılık ve Sigortacılık	65	55,89	3633,00	
2. Kariyer yapma imkanı olan bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	56,33	2366,00	,495
	Finans, Bankacılık ve Sigortacılık	65	52,49	3412,00	

3. Çalışma saatleri uzun ve yorucu bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	62,76	2636,00	,015
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	48,34	3142,00	
4. Geliri yüksek bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	60,89	2557,50	,050
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	49,55	3220,50	
5. İş bulma imkânları geniş bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	62,81	2638,00	,012
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	48,31	3140,00	
6. Bağımsız çalışma imkanları olan bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	59,56	2501,50	,120
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	50,41	3276,50	
7. Yasa ve mevzuatların sürekli değişmesinden dolayı dinamik bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	47,81	2008,00	,282
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	57,65	2421,50	
8. Düzenli ve disiplinli çalışmayı gerektiren bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	51,64	3356,50	,067
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	47,81	2008,00	
9. Her zaman ihtiyaç duyulan ve güncelliğini kaybetmeyecek bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	58,00	3770,00	,829
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	53,26	2237,00	
10. Sorumluluk almayı gerektiren bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	54,48	3541,00	,064
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	60,14	2526,00	
11. İş güvencesi olan bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	50,03	3252,00	,375
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	57,14	2400,00	
12. Dikkat gerektiren bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	51,97	3378,00	,566
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	55,93	2349,00	
13. Tecrübe kazanmanın uzun yıllar gerektirdiği bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	52,75	3429,00	,955
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	54,19	2276,00	
14. Monoton imaja sahip bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	53,88	3502,00	,096
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	59,90	2516,00	
15. Bilgi ve becerilerime uygun bir meslektir.	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	42	50,18	3262,00	,111
	Finans,Bankacılık ve Sigortacılık	65	59,46	2497,50	



Öğrencilerin Okudukları Bölüm değişkenine göre muhasebe mesleği seçim faktörlerine katılım düzeyinde farklılık olup olmadığı Manny Whitney U testi ile analiz edilmiştir. Tablo 4'te gösterilen analiz sonuçlarına göre cinsiyet değişkenleri arasında 15 ifadeden 3 ifade anlamlı fark var iken 12 ifadede anlamlı fark yoktur. Analiz açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 3 reddedilmiştir**. Öğrencilerin Muhasebe ve Vergi Uygulamaları veya Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü mezun olmaları onların muhasebe mesleğini seçimleri açılarından farklılık göstermemektedir.

**H4:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin "Buldukları Sınıf " açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 5. Buldukları Sınıfa Göre Manny Whitney U Testi Sonuçları

İfadeler	Gruplar	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	P
1. Toplum tarafından saygınlık gören bir meslektir.	1. sınıf	59	48,91	2885,50	,090
	2. sınıf	48	58,25	2679,50	
2. Kariyer yapma imkanı olan bir meslektir.	1. sınıf	59	48,41	2856,00	,055
	2. sınıf	48	58,89	2709,00	
3. Çalışma saatleri uzun ve yorucu bir meslektir.	1. sınıf	59	53,46	3154,00	,856
	2. sınıf	48	52,41	2411,00	
4. Geliri yüksek bir meslektir.	1. sınıf	59	56,74	3347,50	,129
	2. sınıf	48	48,21	2217,50	
5. İş bulma imkânları geniş bir meslektir.	1. sınıf	59	54,86	3237,00	,450
	2. sınıf	48	50,61	2328,00	
6. Bağımsız çalışma imkanları olan bir meslektir.	1. sınıf	59	51,14	3017,50	,460
	2. sınıf	48	55,38	2547,50	
7. Yasa ve mevzuatların sürekli değişmesinden dolayı dinamik bir meslektir.	1. sınıf	59	52,81	3115,50	,935
	2. sınıf	48	53,25	2449,50	
8. Düzenli ve disiplinli çalışmayı gerektiren bir meslektir.	1. sınıf	59	50,73	2993,00	,339
	2. sınıf	48	55,91	2572,00	
9. Her zaman ihtiyaç duyulan ve güncelliğini kaybetmeyecek bir meslektir.	1. sınıf	59	57,53	3394,00	,060
	2. sınıf	48	47,20	2171,00	
10. Sorumluluk almayı gerektiren bir meslektir.	1. sınıf	59	52,25	3083,00	,747
	2. sınıf	48	53,96	2482,00	
11. İş güvencesi olan bir meslektir.	1. sınıf	59	51,36	3030,00	,508
	2. sınıf	48	55,11	2535,00	
12. Dikkat gerektiren bir meslektir.	1. sınıf	59	50,87	3001,50	,369
	2. sınıf	48	55,73	2563,50	
13. Tecrübe kazanmanın uzun yıllar gerektirdiği bir meslektir.	1. sınıf	59	49,44	2917,00	,135
	2. sınıf	48	57,57	2648,00	
14. Monoton imaja sahip bir meslektir.	1. sınıf	59	50,36	2971,00	,288
	2. sınıf	48	56,39	2594,00	
15. Bilgi ve becerilerime uygun bir meslektir.	1. sınıf	59	51,59	3044,00	,558
	2. sınıf	48	54,80	2521,00	

Öğrencilerin Buldukları sınıfa göre muhasebe mesleği seçim faktörlerine katılım düzeyinde farklılık olup olmadığı Manny Whitney U testi ile analiz edilmiştir. Tablo 5'te gösterilen analiz sonuçlarına göre Buldukları sınıfa göre tüm faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 4 reddedilmiştir**. Öğrencilerin buldukları sınıfların muhasebe mesleğini seçme eğilimlerine etki etmediği aslında bölümde okuyan öğrencilerin önceden hedeflerini belirleyerek mesleğe yöneldikleri düşünülmektedir.

**H5:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Yaşları” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H6:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Mezun Oldukları Lise Türleri ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

**H7:** Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin “Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvan ” açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 6.: Yaş, Mezun Oldukları Lise, Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvan Değişkenlerine İlişkin Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

İfadeler		Demografik Özellikler		
		Yaş	Mezun Olduğu Lise Türü	Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvan
1.Toplum tarafından saygınlık gören bir meslektir.	$\chi^2$	4,489	5,954	1,422
	p	,213	,114	,491
2. Kariyer yapma imkanı olan bir meslektir.	$\chi^2$	3,257	5,578	,042
	p	,354	,087	,979
3.Çalışma saatleri uzun ve yorucu bir meslektir.	$\chi^2$	7,987	10,169	5,960
	p	,046	,017	,051
4.Geliri yüksek bir meslektir.	$\chi^2$	6,163	1,038	8,021
	p	,104	,792	,018
5. İş bulma imkânları geniş bir meslektir.	$\chi^2$	6,538	1,887	,275
	p	,088	,596	,871
6.Bağımsız çalışma imkanları olan bir meslektir.	$\chi^2$	5,255	6,803	,525
	p	,154	,078	,769
7.Yasa ve mevzuatların sürekli değişmesinden dolayı dinamik bir meslektir.	$\chi^2$	8,865	8,392	,203
	p	,031	,039	,904
8. Düzenli ve disiplinli çalışmayı gerektiren bir meslektir.	$\chi^2$	3,027	2,164	4,371
	p	,387	,539	,112
9.Her zaman ihtiyaç duyulan ve güncelliğini kaybetmeyecek bir meslektir.	$\chi^2$	1,845	6,606	4,793
	p	,605	,086	,091
10. Sorumluluk almayı gerektiren bir meslektir.	$\chi^2$	2,332	6,073	6,835
	p	,506	,108	,033
11. İş güvencesi olan bir meslektir.	$\chi^2$	5,320	1,698	4,301
	p	,150	,637	,116
12. Dikkat gerektiren bir meslektir.	$\chi^2$	3,181	2,272	6,259

	p	,365	,518	,044
13.Tecrübe kazanmanın uzun yıllar gerektirdiği bir meslektir.	$\chi^2$	2,516	,174	9,568
	p	,472	,982	,008
14. Monoton imaja sahip bir meslektir.	$\chi^2$	9,912	5,790	4,410
	p	,019	,122	,110
15.Bilgi ve becerilerime uygun bir meslektir.	$\chi^2$	1,978	5,063	3,862
	p	,577	,167	,145

Öğrencilerin Yaşları, Mezun Oldukları Lise Türleri, öğrencilere göre Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvanlara ilişkin verdikleri cevaplara göre muhasebe mesleği seçim faktörlerine katılım düzeyinde farklılık olup olmadığı Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir. Tablo 6'da gösterilen analiz sonuçlarında öğrencilerin yaşlarına göre 15 ifadeden 3 ifade anlamlı fark var iken 12 ifadede anlamlı fark yoktur. Analiz açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 5 reddedilmiştir**. Tablo 6'da gösterilen analiz sonuçlarında öğrencilerin mezun oldukları lise türlerine göre 15 ifadeden 2 ifade anlamlı fark var iken 13 ifadede anlamlı fark yoktur. Analiz açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 6 reddedilmiştir**. Tablo 6'da gösterilen analiz sonuçlarında öğrencilere muhasebe denilince akla gelen unvan sorusuna göre 15 ifadeden 4 ifade anlamlı fark var iken 11 ifadede anlamlı fark yoktur. Analiz açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilerek **Hipotez 7 reddedilmiştir**.

### 3. Sonuç

Meslek seçimi, bireylerin hayatlarında verecekleri en önemli kararlardan biridir. Bireylerin kendilerine uygun mesleği seçerken, mesleğin özelliklerine dikkat etmeleri ve mesleğe ilişkin yeterlilikleri bilmeleri gerekmektedir. Muhasebe mesleği işletmeler, işletme ortakları ve işletmeyle ilgilenen işletme içi ve işletme dışı kişi ve kurumlara bilgi vermesi açısından büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle muhasebe mesleğini yapacak olan bireyler bunun bilincinde olarak faaliyetlerini sürdürmeleri ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esaslarını düzenleyen yönetmeliğin Genel Mesleki Standartlarında yer alan meslek unvanı ile yeterlilik ilkesi, mesleki eğitim ve bilgi, dürüstlük, güvenilirlik ve tarafsızlık, sır saklama, sorumluluk, bağımsızlık ve haksız rekabetten kaçınma gibi niteliklere sahip olmaları gerekmektedir (Erduru, Deran ve Çelik, 2017: 46). Bu kapsamda bu çalışma ile muhasebe mesleğini icra edecek öğrencilerin, mesleğe bakış açılarının demografik faktörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda hazırlanan anket formu Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Gevaş MYO Muhasebe ve Vergi Uygulamaları ile Finans, Bankacılık ve Sigortacılık programlarında eğitim gören 107 öğrenciye uygulanmış, anket sonucu elde edilen veriler SPSS 22 istatistik paket programında Kruskal Wallis H ve Mann Whitney U testleri kullanılarak analiz edilmiştir. Ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (%72) için muhasebe denilince akla gelen unvan Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ile Mali Müşavirlik olmaktadır. Öğrencilerin %91'i Muhasebe alanında çalışmayı düşünmektedir. Oran yüksekliği ile öğrencilerin gelecekte muhasebe mesleğine yönelmeye eğilimli oldukları görülmektedir. Araştırma sonucunda;

**H1:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Cinsiyet açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır ” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

**H2:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Muhasebe Alanında Çalışan Yakın Tanıdık açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

**H3:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Okudukları Bölüm açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

**H4:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Buldukları Sınıf açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır ” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

**H5:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Yaşları açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

**H6:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Mezun Oldukları Lise Türleri açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

**H7:** “Ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin Muhasebe Denilince Akla Gelen Unvan açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında anlamlı farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

Yapılan çalışma ile cinsiyetin, yaşın, muhasebe alanında çalışan yakın tanıdığın olup olmamasının, okunulan bölümün ve sınıfın, mezun olunan lise türünün, muhasebe denilince akla gelen unvanın öğrenciler açısından muhasebe mesleğini seçmede istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Çalışmada sonucunda ön lisans muhasebe eğitimi alan öğrencilerin cinsiyet ve yaş açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur. Tepeli, Kayıhan (2015), Erduru, Deran ve Çelik (2017) yaptıkları çalışma ile benzerlik göstermiş, yaş ve cinsiyet açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit etmemişlerdir. Yıldırım, Güngör ve Kocamış (2018) yaptıkları çalışma ile benzerlik göstermiş, cinsiyet açısından muhasebe mesleğine bakış açılarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit etmemişlerdir. Sönmez, Altınışık (2021) yaptıkları çalışma ile öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarında cinsiyetin ve muhasebe alanında çalışan yakın tanıdığın olması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiş, bu çalışma ile istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Çalışma, zaman ve maliyet gibi kısıtlar nedeniyle sadece bir üniversitede ve iki bölümde eğitim gören öğrenciler üzerinden yürütülmüştür. Bu bakımdan imkânlar arttığı takdirde, daha fazla sayıda üniversitede ve farklı bölümlerde eğitim gören öğrencilerin de çalışmaya dâhil edilmesi, daha kapsamlı sonuçların elde edilmesini ve elde edilen sonuçların farklı açılardan kıyaslanmasını sağlayacaktır.

### **Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Etik Beyanı ve Finansal Destek**

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Çalışmada, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 13.05.2022 tarihli ve 2022/11 oturum sayılı toplantısında alınmış 29.06.2022-9548 sayılı etik kurul raporu bulunmaktadır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

### **Kaynaklar**

- Akın, O., & Onat, O. K. (2015). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler: Demografik Farklılaşmalar Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 8(15), 297-312.
- Apak, İ. (2020). Muhasebe Kariyeri Tercihi: Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme*, 1(2), 15-28.
- Erduru, İ., Deran, A. & Çelik, S. (2017). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının İncelenmesi: Ömer Halisdemir Üniversitesi Örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 34-48.
- Gökgöz, A. & Zeytin, M. (2012). Muhasebe Mesleğinin Seçilmesini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Yalova ve Bilecik İlleri Örneği. *International Journal of Economic Administrative Studies*, 4(8), 67-85.
- Oral, T. (2022). Muhasebe Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler: İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme*, 3(1), 45-56.
- Sönmez, Y., & Altınışik, F. (2021). Muhasebe ve Finans Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının ve Mesleğe Yönelme Eğilimlerinin İncelenmesi: Kastamonu Üniversitesi Örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 683-706 .
- Temelli, F. (2019). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleği Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İİBF Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ağustos (Özel Sayı) , 141-160.
- Tepeli, Y., & Kayıhan, B. (2015) . Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* ,13 (3),138-156.
- Yayla, H. E., & Cengiz, E. (2005). Muhasebe Mesleğinin Tercih Edilmesinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Çalışması: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği. *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi* ,(16), 147-168.
- Yıldırım, G., Güngör, A., & Uzun Kocamış, T. (2018). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğini Seçmelerinde Kişisel Becerilerinin ve İş Hayatından Beklentilerinin Etkisinin Araştırılması. *İşletme ve Yönetim Çalışmaları: Uluslararası Bir Dergi*, 6(4), 935-951.
- Yücenurşen, M. (2020). Öğrencilerin Muhasebe Mesleğinde Kariyer Yapma Niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi Perspektifinde İncelenmesi: Ampirik Bir Çalışma. *İşletme ve Yönetim Çalışmaları: Uluslararası Bir Dergi*, 8(2),1866-1891.
- Zauwiyah, A., Ismail, H., & R.N., A. (2015). To Be Or Not To Be: An Investigation Of Accounting Students' Career Intentions. *Education + Training* , London,57 (3),360-376.