

REKABETÇİ KİŞİLİK, PARAYA VERİLEN DEĞER VE PARA TASARRUFU ÜZERİNDE BİREYLERİN CİNSİYET FARKLILIKLARININ BELİRLEYİCİ ETKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ VE KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Dr. Bülent MENGÜÇ*

ÖZET

Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma ile, erkeklerin kadınlara göreli olarak daha rekabetçi kişiliğe sahip oldukları ve aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Erkekler, kadınlara göre paraya daha fazla değer vermekte olup erkek ve kadınlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark söz konusudur. Ayrıca, hem kadın hem de erkekler açısından rekabetçi kişilik ve paraya verilen değer ile paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutum arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki (korelasyon) bulunmaktadır. Öteyandan, rekabetçi kişilik ile paraya verilen değer arasında kadınlar açısından anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Ancak erkekler açısından söz konusu ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Bu araştırmanın belki de en ilginç sonucu, Lynn (1993) tarafından kullanılan ölçeklerin Türk üniversite öğrencilerinden seçilen örnek kütle için de geçerli, güvenilir ve geliştirilebilir olmasıdır.

GİRİŞ

Lynn (1993), yirmi ülkenin üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada cinsiyet farklılıklarının rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve buna bağlı olarak para tasarrufuna dönük tutum gibi üç olgu üzerindeki etkisini araştırmış ve erkek öğrencilerin her üç olguya ilişkin değerlendirmelerinin (ortalama değer olarak) kız öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır.

Bu araştırmanın temel amacı, Furnham (1994) ın İngiltere ve Lynn (1993) nin Abu Dabi, Avustralya, Brezilya, Kanada, Kolombiya, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, İzlanda, Ürdün, Güney Kore, Yeni Zelanda, Portekiz, Singapur, Suriye, Güney Afrika⁽¹⁾, İngiltere, ABD, ve Yugoslavya⁽²⁾ olmak üzere yirmi ülkenin üniversite öğrencilerinden seçilen örnek kütle üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmayı birkez de Türkiye den seçilen benzer nitelikteki örnek kütle üzerinde tekrarlamaktır. Ancak, rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutum kavramları, araştırmanın kavramsal anlamda bir uyarılma olmaması nedeniyle genişletilmemiş ve ilgili literatür(ler) de konuyla ilgili çalışmalara yer verilmemiştir.

Bu araştırmanın önemi ise belli bağlı üç noktada toplanmaktadır:

1) Böylelikle konunun kültürlerarası boyutu (eğer varsa) ve Lynn (1993) tarafından

kullanılan ölçeklerin Türk örnek kütle açısından geçerliliği ve güvenilirliği ortaya konacaktır.

2) Ulaşılan sonuçlar ışığında söz konusu ölçeklerin değişik kültürlere uygunluğu bir kez daha test edilecek ve özellikle bu ve buna benzer nitelikte olup daha önce başka araştırmacılar tarafından farklı sosyo-ekonomik, kültürel, demografik vb. özelliklere sahip toplumlar üzerinde yapılmış çalışmaların her topluma uyarlanabilmesinin mümkün olup olmayacağı da bir kez daha irdelenmiş olacaktır.⁽³⁾

3) Bundan böyle uyarılma ve tekrar (ve gerçek anlamda farklı ülkeler-toplumlar üzerinde tekrar) niteliğindeki araştırmalarda üzerinde önemle durulması gereken konuların altı çizilecek ve daha bilinçli araştırmaların yapılması için gereken uyarı sağlanmış olacaktır.⁽⁴⁾

HİPOTEZLER

Lynn (1993) tarafından kullanılan hipotezler bu araştırmanın kapsamında da aynı şekilde yer almış olup, aşağıdaki gibi sıralanabilir:

H1: Erkekler, kadınlara göre daha rekabetçi bir kişiliğe sahiptirler.

H2: Erkekler, kadınlara göre paraya daha fazla değer verirler.

H3: Paraya verilen değer rekabetçi kişiliğin bir fonksiyonu olduğu için, rekabetçi kişilik ile paraya verilen değer arasında pozitif bir korelasyon vardır.

* M.Ü., İİBF, İşletme Bölümü Araştırma Görevlisi

ARAŞTIRMA YAKLAŞIMI VE YÖNTEMİ

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesi ve sonuçların geçerlik ve güvenilirliğinin test edilmesinde, sosyal bilimler literatüründe sıkça karşılaşılan ve üzerinde önemle durulması gereken bazı unsurlar gözönünde bulundurulmuştur. Türkiye ve Türkiye'ye benzer özellikler gösteren toplumlarda sosyal bilimler alanında daha bilinçli çalışmaların gerçekleştirilmesinde ve özellikle bilimsel altyapının (hatta bir veri tabanının) oluşturulmasında uyarılma ve tekrar niteliğindeki çalışmaların önemli bir yeri vardır. Böylece özellikle gelişmiş toplumlar üzerinde gerçekleştirilmiş birçok araştırmanın gelişmekte olan toplumlara da uygulanabilirliği denenecek, o toplumlardaki araştırmacılara daha sonraki araştırmalar için gerekli altyapı oluşturulacak ve bilimsel gelişmeye ivme kazandırılacaktır.

Tüketici yönlü araştırmalarda, genellikle, ABD ve diğer gelişmiş toplumlar üzerinde seçilmiş örnek kütlede geliştirilen ölçeklerin güvenilirliği ve geçerliliği üzerinde durulmuştur. Ancak bu tür çalışmaların diğer toplumlara uygunluğu fazlaca tartışma konusu olmamıştır. Bunun için kullanılan ölçeklerin diğer kültürler üzerindeki psikometrik özelliklerinin (boyutsallık ve güvenilirlik) ortaya konması gerekmektedir (Churchill ve Peter 1984; Heeler ve Ray 1972). Aksi halde ABD de ya da dünyanın başka bir ülkesinde araştırmacılar tarafından geliştirilmiş ölçeklerin diğer ülkelere de uygun olup olmadığı bir soru işareti olarak kalacaktır (Albaum ve Peterson 1984; Douglas ve Craig 1983, Hui ve Triandis 1985). Bu araştırmada, Lynn (1993) tarafından kullanılan ölçeklerin Türk örnek kütlesi için de geçerli ve güvenilir olup olmadığı yani Türkiye için genelleştirilebilir olup olmadığı ortaya konmuş olacaktır (detayı için bakınız, Netemeyer, Durvasula ve Liechtenstein 1991).

Bu araştırma tasarımının tamamıyla keşifsel (exploratory) oluşundan dolayı, araştırma yönteminin tasarımında Berry (1980), Irvine ve Carroll (1980), Hui ve Triandis (1985) tarafından sözü edilen ve benzer nitelikteki çalışmalar için (ölçeklerin bir toplumdaki diğerine uyarlanabilirliğinin test edilmesi amacıyla) önerilen şekilde olmasına özen gösterilmiştir.

Örnek Kütleinin Seçimi ve Veri Toplama Yöntemi: Bu araştırmanın örnek kütleini İstanbul'daki altı üniversitede⁽⁵⁾ öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın esası da üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirildiğinden, benzer bir örnekleme yön-

teminin izlenmesi bu araştırmanın sonuçları ile Lynn (1993) tarafından 20 ülkeden seçilmiş örnek kütle ile karşılaştırılabilmesi amacıyla tercih edilmiştir. Buna göre, her üniversite bünyesinde halen kayıtlı bulunan toplam öğrenci sayısı ve dolayısıyla her üniversiteyi temsil edecek öğrenci sayıları basit tesadüfi örnekleme yoluyla belirlenmiştir. Daha sonra her üniversite için elde edilen örnek kütle, fakülte, yüksek okul, enstitü, bölüm vb. ne göre öğrenci dağılımları da dikkate alınarak alt gruplara ayrılmış ve böylece herhangi bir üniversite için elde edilen örnek sayısının 0 üniversitede yer alan tüm alt birimlerdeki öğrencilerin tepkilerini yansıtmasına çalışılmıştır. Sonuçta, toplam 922 kız ve 922 erkek olmak üzere 1844 öğrenci üzerinde anket çalışması yapılmıştır.

Sonuçta örnek kütleinin aşağıda belirtilen bazı özelliklere sahip olduğu ortaya çıkmıştır: Kız öğrencilerin % 89'u bekar, % 6'sı üniversite yanısıra başka bir işte çalışmakta (ailesi yanısıra başka geliri olan)dır. %7'sinin ailesi İstanbul dışında yaşamakta olup, %74'ü üniversite sonrası hemen iş hayatına atılmayı planlamaktadır. Öğrencilerin %73'ü üniversite sonrası uzun bir süre evlenmeyi düşünmemekte ve evlilik öncesi belirli bir süre para tasarrufu istemektedirler. Yine kız öğrencilerin %9'unun halen en az bir bankada vadeli mevduat hesabı (TL olarak) bulunmakta, %1'i hisse senedi vb. değerli kağıtlara yatırım yapmaktadır. %5'i her ay düzenli olarak para tasarruf etmektedir. %64'ü harçlığı ile yetinememektedir. Çalışanların % 61'i ise halihazırda aldıkları ücreti yetersiz bulmakta ve en kısa zamanda yeni bir iş arayacaklarını belirtmektedirler. Çalışanların %65'i ve mezuniyet sonrası hemen çalışma hayatına girmeyi planlayanların % 82'i ise iş olanaklarını değerlendirmede en çok maddi olanakların üzerinde durduklarını belirtmektedir.

Erkek öğrencilerin % 91'i bekar, %8'i üniversite yanısıra başka bir işte çalışmakta (ailesi yanısıra başka geliri olan)dır. %9'unun ailesi İstanbul dışında yaşamakta olup, %87'si üniversite sonrası hemen iş hayatına atılmayı planlamaktadır. Öğrencilerin % 81'i üniversite sonrası uzun bir süre evlenmeyi düşünmemekte ve evlilik öncesi belirli bir süre para tasarrufu istemektedirler. Yine erkek öğrencilerin %8'inin halen en az bir bankada vadeli mevduat hesabı (TL olarak) bulunmakta, %1'i hisse senedi vb. değerli kağıtlara yatırım yapmaktadır. % 8'i her ay düzenli olarak para tasarruf etmektedir. %66'sı harçlığı ile yetin-

memektedir. Çalışanların %70'i ise hali hazırda aldıkları ücreti yetersiz bulmakta ve en kısa zamanda yeni bir iş arayacaklarını belirtmektedirler. Çalışanların %69'u ve mezuniyet sonrası hemen çalışma hayatına girmeyi planlayanların %92'si ise iş olanaklarını değerlendirmede en çok maddi olanakların üzerinde durduklarını belirtmektedirler.

Anket Formu: Anket formu belli başlı iki bölümden oluşmaktadır. Buna göre, örnek kütle kapsamında yeralan öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerini ortaya koyacak sorular birinci bölümü, aşağıda belirtilen üç ölçeğe ilişkin toplam 17 madde ise ikinci bölümü oluşturmaktadır. Anket formu İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiş ve Brislin, Lonner ve Thorndike (1973) tarafından önerilen "tersten çeviri" ve "toplu çeviri" yöntemleri birarada kullanılmıştır⁽⁶⁾.

Ölçekler: Bu çalışmada, Lynn (1993) tarafından kullanılan ölçekler kullanılmıştır. Ölçeklerin gerçek kaynaklarına inilmesi mümkün olmadığı için tümü Dr. Richard Lynn tarafından bu çalışmada kullanılmak üzere gönderilmiştir⁽⁷⁾. Üç ölçeğe ilişkin detaylar aşağıda belirtilmiştir (Ayrıca bkz. Tablo 1):

1. Rekabetçi Kişilik:

Spence-Helmreich (1983) tarafından 5 li likert olarak geliştirilen ve 5 maddeden oluşan bu ölçek "0=kesinlikle katılmıyorum", "4=kesinlikle katılıyorum" şeklinde düzenlenmiştir.

2. Paraya Verilen Değer:

Farnham (1984) tarafından geliştirilen bu ölçek, Lynn (1993) tarafından bu kapsamdaki bir araştırma için oldukça uzun bulunduğu için (18 maddelik), Farnham (1994) tarafından belirtilen ve en yüksek faktör değerlerine sahip maddeler seçilmiştir. Araştırma sonuçlarının Lynn (1993) ile karşılaştırılabilmesi amacıyla, bu çalışmada da aynı ölçeğe yer verilmiştir. Ölçeğin kısaltılmış biçimi "0=hiç değil", "6=çok fazla" şeklinde 7 li likert olarak 5 maddeden oluşmaktadır.

3. Para Tasarrufuna Dönük Tutum:

Yamauchi ve Templar (1982) tarafından gerçekleştirilen bu ölçek "6= daima", "0= asla" şeklinde 5 li likert olarak geliştirilen 7 maddeden oluşmaktadır.

Sonuçta bu çalışmada rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutum olmak üzere üç değişken olduğu ve yukarıda belirtildiği şekilde ölçülecekleri söylenebilir.

Güvenilirlik Testi: Bu çalışmada Lynn (1993) tarafından kullanılan ölçeklerin

(rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutum) özellikleri Türk üniversite öğrencileri arasından seçilen örnek kütle açısından değerlendirilmiştir. İlk aşamada her ölçeğin boyutsallığı faktör analizi⁽⁹⁾ aracılığıyla belirlenmiştir. Özellikle her ölçeğin, faktör analizi yardımıyla açıkladığı varyans % si ve herbir faktör ile ölçekte yeralan maddeler arasındaki korelasyon saptanmıştır. Faktör analizi için "Temel Bileşenler Faktör Analizi" (Principal Components Factor Analysis) kullanılmıştır. İkinci aşamada ise, Lynn (1993) ile kıyaslama yapabilmek amacıyla herbir ölçeğin güvenilirliğinin göstergesi olan cronbach α ⁽¹⁰⁾ değerleri hesaplanmıştır. Irvine ve Carroll (1980) a göre kültürlerarası araştırmalarda bu tür bir yaklaşım, belirli bir kültür için geliştirilen model ve/veya ölçeğin diğer bir kültüre de genelleştirilebilmesi açısından gereklidir. Aksi halde aynı ölçek kullanıldığı halde sonuçlara güvenilmesi imkansızlaşır (Green ve White 1976; Parameswaran ve Yaprak 1987).

Tablo-1'de ölçeklerin güvenilirlik değerleri görülmektedir. Buna göre "Temel Bileşenler Faktör Analizi" eş boyutlu bir görünüm arz etmektedir. Rekabetçi kişiliği ölçmek için kullanılan ölçek, örnek kütle için rekabetçi kişiliğinin % 31.6 sınu açıklamakta olup güvenilirlik derecesi (cronbach α =.716) dir. Paraya verilen değeri ölçmek için kullanılan ölçek için ise güvenilirlik derecesi (cronbach α =.704) olarak bulunmuş olup, üniversite öğrencileri tarafından paraya verilen değer için %39.3 ünü açıklamaktadır. Para tasarrufuna dönük tutumu ölçerken kullanılan ölçeğin açıklama derecesi %38.9, güvenilirlik derecesi ise (cronbach α =.728) olarak bulunmuştur. Tüm bu bulgular, çalışmada kullanılan ölçeklerin önerilen yöntemler ile değerlendirildiğinde Türk üniversite öğrencileri için (yada en azından bu çalışmada kullanılan örnek kütle açısından) kullanılabilir, geçerli, güvenilir ve genelleştirilebilir olduğunu göstermektedir.

BULGULAR

Tablo 2 de cinsiyet farklılıklarına göre rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutumdaki değişimler görülmektedir. Buna göre, erkekler ($x=13.79$), kadınlara ($x=12.27$) göreli daha rekabetçi kişiliğe sahip olup, erkek ve kadınlarda rekabetçi kişilik arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlıdır ($t=7.714$, $p<.01$) T-testi, rekabetçi kişilik açısından kadın ve erkekler arasındaki farkın anlamlı olduğunu gösterdiğinden H_1 hipotezi yani "erkeklerin kadınlardan daha

rekabetçi kişiliğe sahip oldukları" yargısı kabul edilmektedir.

Tablo-2'de, Abu Dabi, Yunanistan, İzlanda, Ürdün, Suriye ve Güney Afrika'lı erkeklerin Türk erkeklerinden daha rekabetçi kişiliğe sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca, Abu Dabi, Yunanistan, Ürdün, Güney Kore, Suriye ve Güney Afrika'lı kadınlar ise Türk kadınlarından daha rekabetçi kişiliğe sahiptirler. Kanada, Kolombiya, Almanya, İzlanda, İrlanda, Ürdün, Yeni Zelanda, İngiltere, Yugoslavya ve ABD'li erkekler, kadınlardan daha rekabetçi olup, aralarında istatistiksel açıdan da anlamlı bir fark söz konusudur. Öteyandan, Güney Kore, Hong Kong, Suriye ve Güney Afrika'lı kadınların, erkeklerden daha rekabetçi olduğu da görülmektedir.

Türk erkekleri ($x=13.46$), kadınlarna göre paraya daha fazla değer vermektedirler. Paraya verilen değer açısından erkek ve kadınlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır ($t=6.319$, $p<.01$). Böylece H_2 hipotezi kabul edilmektedir. Ayrıca, Brezilya, Kolombiya, Yunanistan, Hong Kong, Ürdün, Suriye, ve Güney Afrika'lı erkekler, Türk erkeklerine göre paraya daha fazla değer vermektedirler. Brezilya, Kolombiya, Yunanistan, Hong Kong, Suriye, ve Güney Afrika'lı kız öğrenciler ise Türk kadınlarına göre paraya daha fazla değer vermektedirler. Ürdün'lü kadınlar ile Türk kadınlar, paraya değer verme açısından sorderece benzerdirler. Ayrıca, Kolombiya, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, İzlanda, İrlanda, Ürdün, Güney Kore, Yeni Zelanda, Portekiz, Singapur, Güney Afrika, İngiltere, ABD'li kadın ve erkekler arasında Türklere olduğu gibi paraya verilen değer açısından istatistiksel olarak anlamlı fark söz konusudur. Sadece Güney Afrika'lı kadınlar, erkeklere göre paraya istatistiksel açıdan da anlamlı bir farkla daha fazla değer vermektedirler.

Türk erkekleri ($x=21.3$) kadınlarna göre ($x=19.70$) para tasarrufuna daha fazla dökümler. Bu nedenle, kadın ve erkekler arasında para tasarrufuna dökük tutum açısından istatistiksel açıdan anlamlı bir fark söz konusudur ($t=5.971$, $p<.01$) Bu açıdan ele alındığında Abu Dabi, Brezilya, İrlanda ve Güney Afrika'lı kadın ve erkekler arasında da istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Almanya, Güney Kore, Singapur ve Güney Afrika'lı kadınlar ise erkeklere göre para tasarrufuna daha fazla dökük oldukları görülmektedir.

Tablo-3'de sözkonusu değişkenler arasındaki korelasyon görülmektedir. Buna göre, rekabetçi kişilik ile paraya verilen değer

arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir korelasyon (erkekler için $r=.27$, $p<.001$; kadınlar için $r=.28$, $p<.001$) vardır. Korelasyon oranı açısından kadın ve erkekler arasında oldukça büyük bir fark olmamakla birlikte mutlak değer olarak kadınlarda iki değişken arasındaki korelasyon erkeklere göre daha yüksektir. Böylece H_3 hipotezi kabul edilmektedir. Ayrıca rekabetçi kişilik ile para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon, kadınlarda daha yüksek ve istatistiksel açıdan da ($r=.19$, $p<.05$) anlamlıdır. Paraya verilen değer ve para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon ise erkeklerde, kadınlara göre daha yüksek olup istatistiksel açıdan da anlamlıdır ($r=.30$, $p<.001$).

Suriye, Yeni Zelanda ve Abu Dabi'li erkekler ile Abu Dabi, Almanya, Ürdün, Hong Kong, Suriye ve Güney Afrika'lı kadınlar açısından rekabetçi kişilik ile paraya verilen değer arasındaki korelasyon, Türk erkek ve kadınlarına göre daha düşüktür. Ayrıca Abu Dabi'li erkekler açısından rekabetçi kişilik ile para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon, Türk erkekleri açısından olduğu gibi Abu Dabi, Brezilya, Kolombiya, İzlanda, Yeni Zelanda, Singapur, Yugoslavya ve Suriye'li erkekler açısından da anlamlı değildir. Ayrıca, Brezilya, Kanada, Hong Kong, İrlanda, Yeni Zelanda, Singapur, Suriye, İngiltere ve ABD'li kadınlar açısından rekabetçi kişilik ile para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon anlamlı olmadığı gibi, Almanya, İzlanda, Yugoslavya ve Ürdün'lü kadınlara ait korelasyon oranı, Türk kadınlara ait korelasyon oranından daha düşüktür. Kanada ve Singapur'lu erkekler açısından paraya verilen değer ile para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon anlamlı değildir. Ayrıca Türk erkeklerine ait korelasyon oranı, Brezilya, Kolombiya, Almanya, Hong Kong, Ürdün, Güney Kore, Yeni Zelanda, Suriye, Güney Afrika, İngiltere ve ABD'li erkeklere ait korelasyon oranından daha yüksektir. Ayrıca, Avustralya, Brezilya, Hong Kong, İzlanda, Ürdün, Güney Kore, Yeni Zelanda, Suriye, Güney Afrika, İngiltere ve ABD'li erkeklere ait korelasyon oranından daha yüksektir. Ayrıca, Avustralya, Brezilya, Hong Kong, İzlanda, Ürdün, Güney Kore, Yeni Zelanda, Portekiz, Singapur, İngiltere ve Suriye'li kadınlar açısından paraya verilen değer ile para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon oranı daha yüksektir. Kanada, Yunanistan, İrlanda ve ABD'li kadınlar açısından paraya verilen değer ile para tasarrufuna dökük tutum arasındaki korelasyon oranı daha yüksektir. Kanada, Yunanistan, İrlanda ve ABD'li erkekler açısından rekabetçi kişilik ile paraya verilen değer arasındaki kore-

lasyon oranı ile İrlanda'lı erkekler ve Güney Afrika'lı kadınlar açısından paraya verilen değer ile para tasarrufuna dönük tutum arasındaki korelasyon oranı Türkler açısından söz konusu korelasyon oranları ile birbirine eşittir.

SONUÇ

Bu araştırma ile, önceden belirtilen temel amaca uygun olarak, Furnham (1984) ın İngiltere ve Lynn (1993) nin yirmi ülkenin üniversite öğrencilerinden seçilen örnek kütleler üzerinde gerçekleştirdiği çalışma bir kez de Türkiye'den seçilen benzer nitelikteki örnek kütle üzerinde tekrarlanmıştır.

Böylelikle,

(1)Erkeklerin, kadınlara göre daha rekabetçi bir kişiliğe sahip oldukları,

(2)Erkeklerin, kadınlara göre paraya daha fazla değer verdikleri, ve

(3)Paraya verilen değer, rekabetçi kişiliğin bir fonksiyonu olduğu için, rekabetçi kişilik ile paraya verilen değer arasında pozitif bir korelasyon olduğu,

sonucuna varılmıştır. Ayrıca,

(1)Lynn (1993) tarafından kullanılan ölçeklerin Türk örnek kütleleri açısından geçerliliği ve güvenilirliği ortaya konmuş, böylece konunun kültürlerarası boyutunun var olduğu saptanmıştır. Ancak hipotezlerin her ülkede farklı sonuçlar vermiş olması ilgili kavramların henüz yeterince bilimsel bir açıklığa kavuşmadığını da göstermektedir.

(2)Ulaşılan sonuçlar doğrultusunda söz konusu ölçeklerin değişik kültürlerle uygunluğu bir kez daha test edilmiş ve özellikle bu ve buna benzer nitelikte olup daha önce başka araştırmacılar tarafından farklı sosyo-ekonomik, kültürel, demografik vb. özelliklere sahip toplumlar üzerinde yapılmış çalışmaların her topluma uyarlanabilmesinin mümkün olabileceği de bir kez daha irdelenmiştir.

(3)Bundan böyle uyarılma ve tekrar (ve gerçek anlamda farklı ülkeler toplumları üzerinde tekrar) niteliğindeki araştırmalarda üzerinde önemle durulması gereken konuların altı çizilerek, daha bilinçli araştırmaların yapılması için gereken uyarı bir ölçüde sağlanmıştır.

KISITLAR VE İLERİYE DÖNÜK ARAŞTIRMA ÖNERİLERİ

Bu araştırmanın belli başlı kısıtları şunlardır:

(1) Sadece üniversite öğrencileri üzerinde araştırma yapılmış olması, ölçeklerin

güvenilirliği ve geçerliliğinin test edilmesi ile Türkiye çapında genelleştirilebilmesi açısından sakıncalıdır. Çünkü üniversite öğrencileri homojen bir örnek kütle oluşturmakta ve bu nedenle de ölçeklere verdikleri yanıtlar da belirli ölçüde benzerlik göstermektedir⁽⁸⁾. Daha sonraki bir araştırmada değişik sosyo-ekonomik, demografik ve hatta kültürel özelliklere sahip heterojen nitelikte örnek bireyler kullanılarak belirtilen kısıt ortadan kaldırılabilir.

(2) Rekabetçi kişilik, paraya verilen değer, ve para tasarrufuna dönük tutum, sadece cinsiyet farklılıkları açısından ele alınmış, diğer demografik, sosyo-ekonomik vb. değişkenler kapsam dışında bırakılmıştır. Bu değişkenlerin söz konusu kavramların ölçümünü ne yönde ve nasıl etkilediği belirlenmeli, böylece literatüre yeni bir boyut eklenerek katkıda bulunulmalıdır.

(3) Rekabetçi kişilik, paraya verilen değer, ve para tasarrufuna dönük tutumu belirlemede kullanılan ölçekler sadece Lynn (1993) de belirtildiği şekilde alındığından ölçeklerin ait oldukları faktörleri açıklayabilme %'si düşüktür. Oysaki ölçek maddelerini arttıracak açıklanan varyans % sini de artırma olasılığı söz konusu olabilir.

(4) Buraya kadar konuya sadece yön-tem açısından bakılmış, ancak konunun özellikle pazarlama ve tüketici davranışı boyutu kapsam dışı bırakılmıştır. Pazarlama literatüründe söz konusu kavramlar açısından büyük bir tanımsal ve keşifsel araştırma açığı vardır. Hipotezlerin her ülkede farklı sonuçlar vermiş olması ilgili kavramların henüz yeterince bilimsel bir açıklığa kavuşmadığını da örnek olarak verilebilir. Bu nedenle keşifsel araştırmalar yardımıyla, tüketici davranışı kapsamında, rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutumu etkileyen doğrudan ve dolaylı değişkenlerin ortaya konması gerekecektir. Pazarlama ve tüketici davranışı literatüründe ilgili kavramlara henüz net ve açık bir şekilde olmasa da materyalizm konularının her toplumda öncelikle incelenmesi gerekli ve tüketici araştırmalarının da özel ilgi odağı halindeki konulardır. Materyalizm kapsamında yurtdışı literatürde oldukça sıklıkla rastlanan araştırmalara Türkiye'den de ilave bazı katkılarda bulunabilmesi, öncelikle rekabetçi kişilik, paraya verilen değer, para tasarrufu gibi bazı öncelikli kavramların araştırma bazında ele alınmasını gerektirmektedir.

Bülent MENGÜÇ

NOTLAR

- (1) Araştırma, Güney Afrika'nın Transkei özerk bölgesinde gerçekleştirilmiş olup Lynn (1983) araştırmasında Güney Afrika Cumhuriyeti yerine bu bölgeyi belirtmekle yetinmiştir.
- (2) Araştırmada örnek kütlenin Yugoslavya'dan seçildiği belirtilmiş ancak verinin toplandığı tarihte Yeni Yugoslavya (Sırbistan ve Karadağ'dan oluşan) yada Eski Yugoslavya'dan ayrılan yeni bazı cumhuriyetleri de kapsayıp kapsamadığı konusunda herhangi bir detay verilmemiştir.
- (3) Uyarlama, genel anlamıyla, "herhangi bir araştırmanın sonuçlarının yeniden üretilebilirliği yada tutarlılığının kanıtlanması"dır.
- (4) Uyarlama çalışmaların çok çeşitli türleri vardır. Bu çalışma bu türlerden sadece "tam" ve "zincirleme" uyarlamadır. Zincirleme uyarlama genellikle tercih edilen bir türdür. Çünkü farklı bir zaman diliminde ve farklı bir örnek kütle ile yapılan çalışmada orijinal çalışmaya (Uyarlanan çalışma) ilişkin daha fazla destekleyici bilgi ve kanıt elde etme olanağı vardır. Tam uyarlama ise orijinal çalışmanın sonuçlarını yeniden türetmeye olanak tanır. Eğer tam uyarlama orijinal çalışma sonucunda elde edilen bilgileri onaylayıcı nitelikte ise, bu durumda, aynı sonuçları doğrulayıcı iki çalışma elde edilmiş olur. Uyarlama türü çalışmalarda sonuçlar arasında istatistiksel açıdan farklılıklardan çok sonuçların benzerliği arzu edilmektedir.
- (5) İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimar Sinan Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi
- (6) Bu yöntemin kullanılma nedeni, İngilizce'den Türkçe'ye çeviri yaparken meydana gelebilecek anlam değişimlerinin önlenmesi, kelimenin uygun karşılığının bulunamaması, gerekli vurgulamaların net ve doğru bir şekilde yapılması ve cümlelerin vermek isteği mesajın tam anlamıyla sağlanmasıdır. Detaylı bilgi için bkz. Mitchell (1965), Berry (1969), Mayer (1978), Seaton (1987) ve Sood (1989).
- (7) Barker (1992), kullanılan herhangi bir ölçeğin niteliğinin alınan cevaplarda da bir farka neden olabileceğini, bu nedenle kullanılacak ölçeğe sonderece dikkat edilmesi gerektiğini belirtmektedir.
- (8) Barker (1992), farklı kültürel ortamlarda tekrarlanan çalışmalarda birden fazla örnek kütle kullanılmasının faydalı olacağını belirtmektedir.
- (9) Faktör analizinin amacı, Lynn (1993) tarafından kullanılan ölçeklerin Türk üniversite öğrencileri arasından seçilen örnek kütle üzerinde de kullanılabilir olup olmadığının ortaya konmasıdır.
- (10) Nunnally (1978) ve Peter (1979) a göre bir ölçeğin kullanıldığı örnek kütle için güvenilir olabilmesi ve çalışmanın sürdürülebilmesi için Cronbach α değerinin %70 in üzerinde olması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Albaum, Gerald; Robert A. Peterson (1984), "Empirical Research in International Marketing 1976-1982," *Journal of International Business Studies*, 15 (Spring/Summer), 161-173.
- Barker, A. Tansu; Eugene Kaciak (1992), "An Examination of the Equivalence of Four Measurement Scales in Cross-Cultural Research," *Journal of International Consumer Marketing*, 4(3), 77-93.
- Berry, John W. (1980), "Introduction to Methodology," in *The Handbook of Cross-Cultural Psychology*, Vol.2, Harry C. Triandis ve John W. Berry (eds.), Boston, M.A: Allyn and Bacon, Inc.: 1-29.
- Brislin, R.; W.J. Lonner; R.M. Thorndike (1973), *Cross-Cultural Research Methods*, New York: Wiley.
- Douglas, S.P.; C.S. Craig (1983), *International Marketing Research*, Prentice-Hall.
- Editorial (1992), "On Replication in Consumer Research: Part I," *Journal of Consumer Research*, 19 (June).
- Editorial (1992), "On Replication in Consumer Research: Part II," *Journal of Consumer Research*, 19 (September).

Öneri, C.1, S.2

Furnham, A. (1984), "Many Sides of the Coin: The Psychology of Money Usage," *Personality and Individual Differences*, 5, 501-509.

Green, Robert T.; Phillip D. White (1976). "Methodological Considerations in Cross-National Consumer Research," *Journal of International Business Studies*. 7(Fall/Winter), 81-87.

Heeler, R.; M.L.Ray (1972), "Measure Validation in Marketing," *Journal of Marketing Research*, 9(November), 361-370.

Hui, C. Harry; Harry C. Triandis (1985), "Measurement in Cross-Cultural Psychology: A Review and Comparison of Strategies," *Journal of Cross-Cultures Psychology*, 16(June), 131-152.

Irvine, Sid H.; William K. Carroll (1980), "Testing and Assessment Across Cultures: Issues in Methodology and Theory," in *The Handbook of Cross-Cultural Psychology*, Vol.2, Harry C Triandis ve John W. Berry (eds.), Boston, M.A: Allyn and Bacon, Inc.: 127-180.

Lynn, Richard (1993), "Sex Differences in Competitiveness and the Valuation of Money in Twenty Countries" *The Journal of Social Psychology*, 133 (4), 507- 511.

Mayer, C.S. (1978), "Multinational Marketing Research: The Magnifying Glass of Methodological Problems," *European Research*, 6 (March), 77-84.

Mitchell, R.E. (1965), "Survey Materials Collected in the Developing Countries," *International Social Science Journal*, 17 (Winter), 665-685.

Netemeyer, Richard G.; Srinivas Durvasula; Donald R.Lichtenstein (1991), "A Cross-National Assessment of the Reliability and Validity of the CETSCALE" *Journal of Marketing Research*, 28 (August), 320-327.

Nunnally, Jum (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.

Parameswaran, Ravu; Atilla Yaprak (1987), "A Cross-National Comparison of Consumer Research Measures," *Journal of International Business Studies*. 18 (Spring), 35-49.

Peter, Paul (1979), "Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices," *Journal of Marketing Research*, 16(February), 6-17.

Seaton, Bruce (1987), "An Empirical Investigation of the Role of Language in Cross-National Research," *Developments in Marketing Science*, 10, 141-145.

Sood, James(1989), "Equivalent Measurement in International Market Research.," *Journal of International Consumer Marketing*, 2(2), 25-41.

Spence, J.A.: R.L. Helmreich (1983). "Achievement- Related Motives and Behavior," In J.A. Spence (ed.), *Achievement and Achievement Motives* (s.7-74), San Francisco: W.H.Freeman.

Yamauchi, K.T.: D.I. Templer (1982), "The Development of a Money Attitude Scale," *Journal of Personality Assessment*, 46, 522-528.

Tablo 1

Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirliği
(Temel Bileşenler Faktör Analizi)

| | a | b | c | d | e |
|---|------|-----|------|------|------|
| Rekabetçi Kişilik (4=kesinlikle katılıyorum, 0=kesinlikle katılmıyorum) | | | | .716 | 21.6 |
| 1-Başkalarıyla rekabetin sözkonusu olduğu koşullarda çalışmaktan zevk alırım. | 2.94 | .30 | .808 | | |
| 2-Bir işte diğerlerinden daha iyi performans sağlamak benim için önemlidir. | 3.06 | .23 | .869 | | |
| 3-Hem iş hem de oyunda kazanmanın önemli olduğunu düşünüyorum. | 2.56 | .26 | .887 | | |
| 4- Diğer insanların benden daha iyi bir performans sağlamadıklarına kızarım. | 2.03 | .27 | .856 | | |
| 5- Başkalarıyla rekabet halinde olduğumda daha sıkı çalışırım | 2.89 | .30 | .782 | | |
| Paraya verilen Değer (6=çok fazla, 0=hiç değil) | | | | .704 | 29.3 |
| 1- Paranın tüm sorunlarımı çözeceğine sıkı sıkıya inanmaktayım. | 4.99 | .17 | .720 | | |
| 2- Paranın gerçekten güvenebileceğim tek dayanak olduğunu düşünüyorum. | 4.23 | .27 | .867 | | |
| 3- Para için yasal sayılabilecek her türlü şeyi yapardım. | 4.54 | .15 | .802 | | |
| 4- Maddi başarımlarla (ücret, servet, yatırımlar, vb.) gurur duyarım ve arkadaşlarımın maddi başarımlarını bilmesini isterim. | 4.68 | .31 | .897 | | |
| 5- Tanıdığım diğer birçok kimseye kıyasla, parayı onların düşündüğünden daha çok düşündürtüm. | 4.40 | .29 | .737 | | |
| Para Tasarrufuna Dönük Tutum (6=daima, 0=asla) | | | | .728 | 28.9 |
| 1- Gelecek için mali planlama yapıyorum. | 4.37 | .31 | .692 | | |
| 2- Gelecek için düzenli olarak bir yere para koyarım. | 3.94 | .24 | .705 | | |
| 3- Yaşlılık zamanıma hazırlık olsun diye şimdiden tasarruf yapıyorum. | 4.07 | .26 | .829 | | |
| 4- Paramın izini sıkı sıkıya takip ederim. | 5.36 | .24 | .826 | | |
| 5- Dikkatli bir mali bütçe izlemekteyim. | 4.69 | .25 | .617 | | |
| 6- Para konusunda çok tedbirliyim. | 5.66 | .28 | .736 | | |
| 7- Bir diğer ekonomik sarsıntı dönemi için yeterli param var. | 4.45 | .23 | .876 | | |

a Aritmetik ortalama

b Her bir maddenin ait olduğu boyutla (rekabetçi kişilik, paraya verilen değer ve para tasarrufuna dönük tutum) arasındaki ilişkinin değeri (korelasyon oranı)

c Faktör değeri

d Cronbach α değeri

e Her bir faktörün-boyutun kendisinden beklenen özellikleri açıklayabilme düzeyi(%)

Tablo 2
Cinsiyetin Rekabetçi Kişilik, Paraya Verilen Değer ve Para Tasarrufuna Dönük Tutum Üzerindeki Etkisi

| Ülke | Rekabetçi Kişilik | | | Paraya Verilen Değer | | | | Para Tasarrufu | | | | | |
|----------------|-------------------|-------------|------|----------------------|-------|-------------|------|----------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|
| | n | Erkek AO | SS | Kadın AO | SS | Erkek AO | SS | Kadın AO | SS | Erkek AO | SS | Kadın AO | SS |
| Abu Dabi | 250 | 14.42 | 3.35 | 14.27 | 3.78 | 11.43 | 6.73 | 9.89 | 6.70 | 19.93 | 9.16 | 15.43 | 8.36c |
| Avusturalya | 297 | 11.64 | 4.00 | 11.19 | 3.98 | 7.50 | 5.96 | 6.47 | 5.85 | 18.29 | 9.51 | 18.48 | 9.03 |
| Brezilya | 306 | 11.58 | 4.51 | 10.75 | 4.03 | 13.63 | 6.03 | 12.68 | 5.95 | 28.62 | 7.51 | 26.74 | 9.01a |
| Kanada | 164 | 13.18 | 3.89 | 10.88 | 3.85c | 9.71 | 7.17 | 8.42 | 6.16 | 17.75 | 9.53 | 20.32 | 9.77 |
| Kolombiya | 300 | 13.49 | 3.12 | 12.45 | 4.15a | 13.57 | 5.66 | 11.71 | 5.79c | 25.37 | 9.04 | 24.99 | 10.03 |
| Almanya | 306 | 10.12 | 4.47 | 8.07 | 3.92c | 6.61 | 5.61 | 4.78 | 4.73b | 18.78 | 10.25 | 18.94 | 8.94 |
| Yunanistan | 311 | 14.00 | 4.06 | 13.65 | 3.60 | 14.50 | 7.31 | 12.99 | 6.23a | 22.78 | 9.25 | 21.43 | 8.77 |
| Hong Kong | 306 | 12.51 | 3.41 | 12.77 | 2.86 | 14.28 | 5.75 | 12.70 | 5.56a | 20.42 | 8.14 | 20.01 | 6.97 |
| İzlanda | 320 | 13.97 | 3.32 | 12.01 | 3.84c | 9.70 | 7.27 | 5.35 | 5.27c | 18.36 | 8.46 | 16.62 | 8.83 |
| İrlanda | 300 | 11.65 | 4.20 | 10.33 | 4.05b | 9.05 | 6.46 | 6.62 | 5.64c | 14.92 | 9.41 | 11.75 | 8.39b |
| Ürdün | 300 | 15.13 | 2.96 | 14.41 | 3.03a | 14.57 | 6.93 | 11.05 | 6.59c | 21.17 | 8.07 | 19.54 | 7.86 |
| Güney Kore | 317 | 13.43 | 3.39 | 13.88 | 3.61 | 11.65 | 6.60 | 10.13 | 6.51a | 20.34 | 8.58 | 20.74 | 9.79 |
| Y.Zelanda | 373 | 11.50 | 3.69 | 10.75 | 3.64a | 9.54 | 6.71 | 7.56 | 5.71b | 18.15 | 8.54 | 17.34 | 8.48 |
| Portekiz | 145 | 12.00 | 3.83 | 11.88 | 3.28 | 11.32 | 5.95 | 9.31 | 4.53a | 26.10 | 7.43 | 25.03 | 7.44 |
| Singapur | 458 | 11.50 | 3.75 | 11.25 | 3.63 | 9.03 | 5.91 | 7.98 | 6.72 | 22.26 | 9.05 | 22.35 | 9.75 |
| Suriye | 300 | 13.87 | 2.74 | 14.19 | 2.17 | 14.09 | 5.62 | 11.91 | 6.15c | 22.10 | 6.21 | 20.64 | 7.06 |
| G.Afrika Cumh. | 302 | 15.96 | 3.64 | 16.52 | 3.09 | 14.35 | 7.44 | 16.28 | 7.23a | 26.04 | 9.26 | 29.20 | 7.70b |
| İngiltere | 596 | 11.37 | 4.70 | 9.90 | 4.09c | 7.10 | 6.46 | 5.11 | 5.07c | 16.25 | 9.37 | 15.68 | 8.43 |
| ABD | 684 | 13.65 | 3.57 | 11.86 | 3.47c | 12.24 | 6.84 | 9.13 | 6.26c | 22.82 | 9.01 | 22.09 | 8.83 |
| Yugoslavya | 334 | 11.81 | 4.15 | 10.64 | 4.28a | 12.61 | 6.89 | 8.78 | 6.81a | 16.88 | 9.89 | 16.19 | 8.16 |
| TÜRKİYE | 1844 | 13.79 | 3.40 | 12.27 | 3.80b | 13.46 | 6.52 | 11.06 | 6.47b | 21.37 | 8.60 | 19.70 | 8.37b |

a p < .05
b p < .01
c p < .001

Tablo 3
Korelasyon Analizi

| Ülke | Rekabetçi Kişilik | | Paraya Verilen Değer | | Para Tasarrufu | |
|----------------|-------------------|---------|----------------------|---------|----------------|---------|
| | Erkek | Kadın | Erkek | Kadın | Erkek | Kadın |
| Abu Dabi | .02 | .20** | .12 | .25** | .43**** | .27**** |
| Avustralya | .45**** | .38**** | .16* | .35**** | .42**** | .14* |
| Brezilya | .36**** | .38**** | .08 | .07 | .14* | .16* |
| Kanada | .44**** | .44**** | .27* | -.10 | -.05 | .05 |
| Kolombiya | .35**** | .30**** | .10 | .29**** | .14* | .35**** |
| Almanya | .32**** | .16* | .19* | .12* | .26** | .28**** |
| Yunanistan | .49**** | .42**** | .20** | .28**** | .36**** | .11 |
| Hong Kong | .32**** | .27**** | .30**** | .09 | .23** | .15* |
| İzlanda | .31**** | .41**** | .13 | .16* | .46**** | .24**** |
| İrlanda | .37**** | .26**** | .20** | .12 | .30**** | .04 |
| Ürdün | .33**** | .23**** | .23** | .14* | .28**** | .23** |
| Güney Kore | .40**** | .29**** | .29**** | .25**** | .25**** | .15** |
| Y.Zelanda | .25**** | .39**** | .09 | .08 | .26**** | .16** |
| Portekiz | .68**** | .41**** | .44** | .28**** | .44**** | .18* |
| Singapur | .40**** | .35**** | .12 | -.02 | .05 | .12* |
| Suriye | .14* | .13* | -.09 | .00 | .18* | .24** |
| G.Afrika Cumh. | .43**** | .17* | .29**** | .29**** | .18* | .25**** |
| İngiltere | .32**** | .37**** | .24**** | .09 | .26**** | .18**** |
| ABD | .39**** | .38**** | .11* | .02 | .14** | .01 |
| Yugoslavya | .29**** | .42**** | .08 | .17* | .38**** | .31**** |
| TÜRKİYE | .27**** | .28**** | .11 | .19* | .30**** | .25**** |

a p < .05
b p < .01
c p < .001