

FARKLI KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE SAHİP BİREYLERİN RİSK ALGILARININ TÜKETİCİ DAVRANIŞI AÇISINDAN İNCELENMESİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

ANALYZING RISK PERCEPTIONS OF INDIVIDUALS WHO HAVE DIFFERENT PERSONALITY TRAITS IN TERMS OF CONSUMER BEHAVIOR: A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS

Öğr. Gör. Veysel DAL¹

Yrd. Doç. Dr. Ahmet Hüsrev EROĞLU²

ÖZET

Çalışmanın amacı farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları risklerin farklılık gösterip göstermediğini tüketici davranışı çerçevesinde ortaya koymaktır. Bu amaçla üniversite öğrencileri (n:170) ile nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları bireylerin algıladıkları riskler ile kişilik özellikleri arasında farklı boyut ve düzeylerde ilişkilerin olduğunu ve aynı zamanda farklı kişilik özelliği gösteren bireylerin algıladıkları risklerin de farklı olduğunu göstermiştir. Algılanan psikolojik risk düzeyi ile ortalama aylık gelir arasında anlamlı negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Araştırma sonuçları erkek ve bayanların algılanan finansal risk düzeylerinin anlamlı derecede farklı olduğunu göstermiştir. Algılanan risk düzeyleri ile dizüstü bilgisayar kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Ürüne sahip olanlar ile olmayanlar arasında algılanan risk düzeylerinin anlamlı olarak farklı olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Algılanan Risk, Kişilik, 16 PF.

Jel Kodları: D81, M31, D03.

ABSTRACT

The aim of this research is to present the differences about risk perception related to notebook purchasing among individuals who have different personality traits. For this purpose, a quantitative research has been conducted with university students (n:170). The research results present that there are correlations between perceived risks and personality traits at different dimensions and levels. At the same time, research results show that there are perceived risk disparities among individuals who have different personality traits. The negative significant correlation between psychological perceived risk and personal average income has been established. The results present that there are perceived risk differences between men and women at different dimensions and levels. On the other hand, there is no significant correlation between perceived risk and product usage time. Significant perceived risk dissimilarities between notebook owners and non-owners are determined.

Key Words: Consumer Behavior, Perceived Risk, Personality, 16 PF

Jel Codes: D81, M31, D03.

* Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Yrd.Doç.Dr. A.Hüsrev EROĞLU danışmanlığında Veysel DAL'ın hazırlanmış olduğu "Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algılarının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

¹ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret Bölümü, veyseldal@mehmetakif.edu.tr

² Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ahusrev@sdu.edu.tr

1. GİRİŞ

Bireylerin karar alma süreçlerinde bilgiye attıkları değerin arttığı ve bireylerin belirsizlikten ve risk almaktan kaçındığı yeni bir dönem yaşanmaktadır. Drucker (1994:66), günümüzde bilginin anlamlı tek kaynak olduğunu ve geleneksel üretim faktörlerinin ortadan kalkmadığını ancak arka plana düşüklerini ve bilgi olduktan sonra kolaylıkla elde edilebileceklerine belirterek, değişen bu süreçte bilginin ekonomik aynı zamanda sosyolojik açıdan önemini vurgulamaktadır. Bilgi ve bilgiye atfedilen bu değer, tüketim davranışında da büyük önem kazanmıştır. Tüketicilerin, satın alma kararları, satın alma öncesi ve sonrası yaşanması olası durumlar, bilgi tarafından şekillenen süreçler haline gelmiştir. Belirsizlik ve risk, çoğu zaman tüketici açısından kaçınılması gereken kavramlar olarak görülmeye başlanmıştır. Bu bağlamda risk ve belirsizlik kavramının tüketicinin bakış açısıyla ele alınması, tüketicilerin alternatifler arasından yaptıkları seçimlerin anlaşılması için büyük önem taşımaktadır.

Tüketici davranışını kavrayabilme açısından, önemli fakat anlaşılması ve tüketimle var olan ilişkisinin ortaya konması zor olan bir diğer kavram da kişiliktir. Bireyin davranışlarının arkasında yatan kişilik, bireyin davranışlarını önemli düzeyde belirlediği gibi aynı zamanda tüketim davranışının da şekillendiricisi olarak görülebilir. Bu bakış açısıyla çalışmada kişiliğin risk algısıyla olan ilişkisinin ve algılanan risk farklılıklarının kişilik özellikleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle kişilik kavramı ve algılanan risk kavramı teorik olarak açıklanmış, devamında çalışmanın amacına yönelik nicel bir araştırmaya yer verilmiştir.

2. KİŞİLİK: TANIM, KURAMLAR

Kişilik çalışma alanına teorisyenler birçok farklı açıdan yaklaşmıştır. Bazı yazarlar kişilik gelişiminde genetik faktörlerin ve erken çocukluk dönemi deneyimlerinin önemini vurgulamış; bazı yazarlar ise toplumsal ve çevresel faktörlerin etkileri bağlamında kişiliğin devamlı olarak geliştiği gerçeğini vurgulamışlardır. Bazı teorisyenler kişiliği birleşmiş bir bütün olarak görmeyi tercih etmiş; bazıları ise ayırt edici özellikler üzerine odaklanmıştır. Bu geniş farklı bakış açıları kişiliğin tek bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır. Buna rağmen kişilik; kişinin çevresine nasıl cevap verdiğini tanımlayan ve aynı zamanda yansıtan içsel psikolojik karakteristikler olarak tanımlanabilir (Schiffman ve Kanuk, 2004:120). Kişiliği, bireyin fiziksel ve sosyal ortamıyla etkileşim biçimini tanımlayan, düşünce, duygu ve davranışın ayırt edici ve karakteristik örüntüleri olarak tanımlamak mümkündür (Atkinson ve diğ., 2002:433).

Kişiliği anlamak için ortaya konan yaklaşımların hepsi bir kuramla başlar (Burger, 2006:35). Bilimsel bir kuram, tümdengelimli mantıksal muhakemelerle test edilebilir hipotezlerin ileri sürülebileceği birbiriyle ilişkili varsayımlar seti olarak tanımlanabilir (Feist,1990:9). Doğası itibariyle bir kuram, kuramı inşa edene üzerinde tahlil yapmak için özel bir bakış açısı sunmaktadır. Bu bağlamda bir çok kişilik kuramı bulunmaktadır (Feist,1990:13). Kişilik konusundaki bilimsel çalışmalar, kişinin günlük yaşamını belirleyen düşüncelerdeki, duygulardaki ve gözlemlenebilir davranışlardaki düzeni ortaya çıkarmak, açıklamak ve bireyin duygu, düşünce ve davranışları ile ilgili olarak tahminde bulunmaya imkân sağlar (Yaraman, 2003:15). Kişilik konusunda ortaya atılmış kuramları altı yaklaşımda incelemek mümkündür. Bunlar; Psikanalitik kuram, ayırıcı özellikler kuramı, biyolojik yaklaşım, insancıl yaklaşım, davranışsal&sosyal öğrenme yaklaşımı ve bilişsel yaklaşım olarak sıralanabilir. Her yaklaşım davranıştaki bireysel farklılıkları açıklamak için değişik bir noktayı esas alır (Burger, 2006:39-40). Bütün kuramlar,

yazarlarının kişisel alt yapılarını yansıtmaktadır (Feist,1990:13). Burada, sadece çalışmanın araştırmasına konu ayırıcı özellikler kuramı açıklanmıştır.

2.1. Ayırıcı Özellikler Kuramı (Trait Theory)

Davranışın bireye özgü ve bireyi başkalarından ayırıcı yanlarını ortaya koymak için geliştirilen yaklaşımlardan biri özellikler kuramı ile temsil edilir (Özkalp, 2003:119-120). Özellikler yaklaşımına göre, bireyler belirli bir biçimde davranma eğilimini yansıtan kişilik özelliklerine sahiptirler. Bu davranış eğiliminin güçlü olması, bireyin ilgili kişilik özelliği açısından baskın olduğu anlamına gelir. Özellikler yaklaşımı kuramcılarına göre, bireyler kişiliklerini oluşturan özelliklerin düzeylerine göre birbirlerinden ayrılırlar (Isır, 2006:51). Kişiliğin özelliklerini inceleyerek kişiliğin yapısını araştıran özellikler kuramına göre bireyin kişiliği temel özelliklerinin bir sentezidir; bu özellikler bilinirse, bireyin özelliği de öğrenilmiş olur (Cüceloğlu, 2007:416). Ayırıcı özellik kuramcıları, ayırıcı özellik sürekliliğinde belirli bir noktaya denk gelen kişinin nasıl davranacağını kestirmek isterler. Kişiliği ayırıcı özellik yaklaşımıyla değerlendirmenin yararı, insanlar arasında karşılaştırma yapmayı kolaylaştırmasıdır (Burger, 2006:236-237).

Ayırıcı özellikler üzerine bilinen ilk çalışma 1921’de Gordon Allport tarafından kaleme alınmıştır (Burger, 2006:238). Allport’un kuramına göre insan kişiliği kendi içinde kapalı ve kendine özgü bir sistemdir. Burada kişiler arası ilişkiler, kültür ve roller ancak insan kişiliği hakkında bilgi veren kaynaklardır, fakat doğrudan rol oynayan unsurlar değildir. Bireyin güdeleri, özellik veya eğilimleri ve kişisel stili onun kişiliğinin en önemli parçalarıdır (Yanbastı,1996:206). Allport, ayırıcı özelliklerimizin sinir sistemimizdeki fiziksel yapılardan kaynaklandığını ileri sürmüştür(Burger, 2006:239-240).

Henry Murray’ın kişilik yaklaşımı, psikanalitik ve ayırıcı özellik yaklaşımının bir karışımıdır. Murray, yaklaşımını kişilikbilim olarak adlandırmış ve kişiliğin temel gereksinimlerini tanımlamıştır (Burger, 2006:245-246). Murray’nin temel psikolojik gereksinimleri tanımlaması, sonrasında Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Pozitif Psikoloji için bir temel oluşturmuştur (<http://www.dpsikiyatri.com/HenryMurray.asp>). Murray’a göre gereksinimler, fizyolojik eksikliklerden doğar ancak oldukça durağan kişilik özelliklerini temsil eder. Gereksinimler, doğrudan gözlemlenemezler, ancak gözlemlenebilen davranışlardan çıkarılabilirler. Gereksinimler içsel eğilimler olmayıp, öğrenilmiş davranışlardır (Süral Özer ve diğ., 2007:264-267).

2.1.1. Cattell’in Ayırıcı Özellikler Kuramı ve Faktör Analizi

Cattell bilimsel olmayan, spekülasyonlara dayanan erken dönem kişilik teorisyenlerinin kliniksel metotlarına karşıydı (Feist, 1990: 459). Cattell kişilik çalışmalarına, klinik izlenimler ya da içgörülere dayanan öngörülerle başlamamıştır. Davranışın bilimsel bir modelini oluşturmaya çalışan Cattell’in temel hedefi faktör analizi yöntemini kullanarak kişiliğin temel özelliklerini keşfetmektir(Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008:261). Gordon Allport, kişilik özelliklerini kullanarak kişiliği tanımlamak üzere ilk kapsamlı çalışmayı gerçekleştirmiştir. Allport ve Odbert (1936) kişiliği tanımlayan kavramları belirlemek amacıyla Webster’in (1925) Yeni Uluslararası Sözlüğü’nü kullanmışlardır. Bu çalışma, kişiliğin yapısını tanımlamak için faktör analizini kullanan Raymond Cattell tarafından geliştirilmiştir (Hewstone ve diğ, 2005: 299). Cattell kişilik çalışmalarına Allport ve Odbert’in kişiliği tanımlamak amacıyla hazırladığı 4500 isimden oluşan özellikler listesi üzerinde çalışarak başlamıştır. Bu liste benzer ve yakın anlama sahip isimlerin gruplanması ile 171’e özetlenmiştir. Bir dizi faktör analizinden sonra Cattell, kişiliğin yapısını oluşturan 16 temel ayırıcı özellik bulunduğunu tespit etmiştir. Cattell, bireylerin davranışlarının

anlaşılmasında belirleyici olanın, temel ayırıcı özellikler olduğunu belirtmiştir (Hall ve diğ., 1998:320-321).

Cattell, Allport'un ayırıcı özelliklerin kişiliğin temel yapısını oluşturduğu ve bu ayırıcı özelliklerin kişinin belirli bir durumda nasıl davranacağını belirlediği fikrine katılmakla birlikte bu özelliklerin kişinin içinde var olduğu varsayımını kabul etmemiştir. Cattell'e göre ayırıcı özelliklerin fiziksel ya da sinirsel yapılarla bir bağlantısı yoktur ve bu nedenle de varlıkları ancak açık davranışların özenle ölçülmesi ile anlaşılabilir. Cattell, aynı zamanda kişiliğin işleyişi ve gelişimi konularında da sistemli araştırma yöntemlerine, güvenilir ve duyarlı ölçümlere dayanan bir yaklaşımın gerekliliğini vurgulamış ve kişiliğin incelenmesinde faktör analizi metodunu tercih etmiştir (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008:261). Faktör analizinin temelleri, en fazla zihinsel yetenekler konusundaki çalışmaları ile tanınan seçkin İngiliz psikoloğu Spearman (1904) tarafından ortaya konmuştur (Hall ve diğ., 1998:311). Faktör analizi, değişkenler seti arasındaki ilişkileri, birbirlerine bağlı değişiklikler ve diğer grup değişkenlerinden farklılıkları ile tanımlayarak özetleyen bir araçtır. Kişilik kuramında, faktör analizi, hangi değişken setlerinin daha basit ve başarılı bir şekilde insan kişiliğinin yapısını yansıtacağını ortaya koymak için kullanılabilir. Cattell, Allport gibi kişilik özelliklerinin varlığı hakkında, kullanışlı bir bilgi kaynağının dilin içinde bulunduğu inandırıcıdır. Cattell bunu önemliliğin sözcüksel ölçütü olarak adlandırmıştır (Hewstone ve diğ.,2005: 299).

Cattell ve arkadaşları, sistematik olarak insan kişiliğini dilde yer alan, önemli, ilginç ve faydalı sayılabilecek tüm yönleriyle ortaya koyabilmek için kişilik boyutlarını mümkün olduğunca en geniş aralıkta ölçmüştür. Bu kişilik özelliklerini farklı popülasyonlardan üç farklı yöntemle elde ettikleri bilgilerle açıklamaya çalışmışlardır (Cattell ve Mead, 2008:136).

Birinci veri grubu; akademik performans, yaşlılarla ilişkiler gibi günlük yaşamdaki gerçek davranışları veya bireyi gerçek yaşamda yakından tanıyan kişilerin onunla ilgili değerlendirmelerine dayanan verileri (L verisi) kapsamaktadır. İkinci veri grubu, bireyin kendine ilişkin gözlemlerinin, içgörülerinin ve kendi davranışları hakkındaki değerlendirmelerinin kendini ifade ölçekleri aracılığıyla ölçülmesiyle elde edilen verileri (Q-verisi); üçüncüsü ise bireyin zekâsının, yeteneklerinin ya da farklı alanlardaki performansının objektif testler aracılığıyla ölçülmesiyle elde edilen verileri (T-verisi) içermektedir. Farklı kaynaklardan veri toplanarak birey hakkında elde edilen bilgilerin olabildiğince güvenilir olması sağlanmaya çalışılmıştır. Bu farklı kaynaklardan elde edilen veriler üzerinde defalarca tekrarlanan faktör analizi sonuçları Cattell'in kişiliğin evrensel boyutları olduğunu düşündüğü 16 temel ayırıcı özelliği ortaya çıkarmasını sağlamıştır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008:261-262). Bu 16 temel kişilik özelliği her bireyde var olan özelliklerdir ve bireylerin farklı kişilik özelliklerine sahip olması başka bir deyişle benzer ortamlarda farklı davranış göstermelerinin altında bu kişilik özelliklerine farklı oranlarda sahip olmaları yatmaktadır (Ordun, 2004:48).

2.1.1.1. 16 Kişilik Faktörü Envanteri (16PF:The Sixteen Personality Factor Questionnaire)

Faktör analizine dayalı olarak geliştirilen envanterlerin en önemlilerinden birisi "16 Kişilik Faktörü Envanteri"(16PF:The Sixteen Personality Factor Questionnaire)'dir. Bu envanter R.B.Cattell'in kişilik niteliklerine ilişkin temel faktörleri bulma çabalarının bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır (Özguven, 1999:318-319).

16PF Kişilik Envanteri, 16 Temel Kişilik Özelliğini ve 5 Genel Kişilik Eğilimini ölçen ve dünyadaki kişilik envanterleri arasında en çok kullanılan ve en güvenilir kişilik envanterlerinden biridir. Ayrıca literatürde "Big 5" olarak bilinen ve birçok kişilik

envanterinin temelini oluşturan modelin öncüsüdür. 16PF Kişilik Envanteri tek bir formdan ve 185 sorudan oluşmaktadır. 16PF Kişilik Envanteri IPAT tarafından geliştirilmiş ve DBE (Davranış Bilimleri Enstitüsü) tarafından Türk Kültürü'ne adaptasyonunu yapılmış ve sürekli geliştirmiştir (<http://www.dbe.com.tr/Default.aspx?SectionID=338>).

16PF Fifth Edition Türkçe formunun psikometrik analizleri ve norm çalışması DBE tarafından 16-60 yaş aralığında, lise ve üniversite öğrencisi veya mezunlarından oluşan 2230 kişilik bir örnekleme gerçekleştirilmiştir. 16PF Fifth Edition Türkçe formu güvenilirlik analizleri içsel tutarlılık analizi yöntemi kullanılarak yapılmıştır. (<http://www.dbe.com.tr/Default.aspx?SectionID=339>).

16PF Kişilik Envanterinin puanlanması B Faktörü dışında her cevaba "0", "1" ya da "2" puanı verilerek ve B faktöründe yanlış ya da doğru yanıtlara sırasıyla "0" ya da "1" puan verilerek yapılır. Her cevabın puanı yalnızca bir faktörün toplam puanına katkıda bulunur. Puanlama elle veya makinede yapılabilir. 16 Temel Kişilik Özelliği'ni temsil eden faktörler ayrı ayrı puanlandıktan sonra belirli kurallara göre değerlendirilir. Puanlama sonucu elde edilen ham puanlar standardizasyon tabloları aracılığıyla "sten"lere (eşit aralıkla, 10 standart puana) dönüştürülür. 1 ila 10 genişliğindeki bu dağılımda standardizasyon örnekleminin ortalaması 5,5 (ya da 5 ve 6 sten)'tir. Bu değer 2,5 puanlık artı ve eksi bir standart sapmasının ötesindeki puanlar sırasıyla yüksek ve düşük olarak sınıflandırılır. Faktörlerden elde edilen yüksek ya da düşük puanlar özel olarak hazırlanmış yorum tablolarından faydalanılarak yorumlanır (Öner, 1997:322). 16 Temel Kişilik Özelliğine ve Beş Genel Kişilik Eğilimine ilişkin yüksek ve düşük faktör puanlarının yorumu Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3'te özet olarak verilmiştir.

Tablo 1: Cattell'in 16 Kişilik Faktörü ve Faktörlerin Tanımı Yüksek ve Düşük Puanların Yorumu 1

	Düşük Puan Yorumu	Birincil Faktör Adı	Yüksek Puan Yorumu
1	Gayrı şahsi, mesafeli,	Sıcakkanlılık (A)	Sıcak, başkalarına karşı düşünceli, katılımcı
2	Somut düşünen, düşük zihinsel kapasite	Problem Çözme (B)	Soyut düşünebilen, zeki, çabuk öğrenen
3	Reaktif, duyguların etkisi altında	Strese Tolerans (C)	Duygusal yönden dengeli, uyumlu, olgun
4	Riayetkâr, işbirlikçi, çatışmadan kaçınan	Baskınlık (E)	Baskın, Güçlü, İddialı
5	Ciddi, ölçülü, tedbirli	Canlılık (F)	Coşkulu, hareketli, spontan
6	Çıkarıcı, kuralları dikkate almayan	Kurallara Bağlılık (G)	Kuralların farkında, kurallara saygılı
7	Utangaç, tehditlere karşı duyarlı, çekingen	Sosyal Girişkenlik (H)	Sosyal girişken, gözü pek, vurdumduymaz
8	Sert, objektif, gerçekçi	Duyarlılık (I)	Hassas, estetik, mülayim

Tablo 2: Cattell'in 16 Kişilik Faktörü ve Faktörlerin Tanımı Yüksek ve Düşük Puanların Yorumu 2

	Düşük Puan Yorumu	Birincil Faktör Adı	Yüksek Puan Yorumu
9	Güvenen, kuşkulananmayan, kabul eden	İhtiyatlılık (L)	Tetikte olan, ihtiyatlı, kuşkulu, şüpheli,
10	Pratik, gerçekçi, ayakları yere basan	Soyuta Odaklılık (M)	Soyut, hayal gücü yüksek, düşünce yönelimli
11	Açık sözlü, içi dışı bir, saf	Ketumluk (N)	Mahremiyete önem veren, ağzı sıkı, açıklamayan
12	Kendine güvenen, endişe duymayan, kendinden memnun	Kendini Sorgulama (O)	Kuruntulu, kendinden şüphe eden, kaygılı,
13	Geleneksel, tanıdıklarına bağlı	Değişimlere Açıklık (Q1)	Değişimlere açık, deneysel
14	Grup yönelimli, bağımlı	Kendine Yeterlilik (Q2)	Bağımsız, yalnız, bireyci
15	Düzensizliğe karşı toleranslı, esnek, kolay beğenen	Mükemmeliyetçilik (Q3)	Mükemmeliyetçi, organize, disiplinli
16	Rahat, sakin, sabırlı,	Gerginlik (Q4)	Gergin, yüksek enerjili, hırslı

Kaynak: Heather E.P. Cattell and Alan D. Mead. (2008). "The sixteen personality factor questionnaire (16PF). The SAGE handbook of personality theory and assessment": Volume 2 Personality measurement and testing" London: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781849200479.n7>, s.136

Tablo 3: Beş Genel Kişilik Eğilimine İlişkin Yüksek ve Düşük Puanların Yorumu

	Düşük Puan Yorumu	Beş Genel Kişilik Eğilimi	Yüksek Puan Yorumu
1	İçedönük, sosyal değerlerle ketlenmiş	Dışadönüklük	Dışadönük, sosyal katılımcı
2	Düşük endişe, soğukkanlı, sakin	Endişe Düzeyi	Yüksek endişe düzeyi, kaygılı
3	Çabuk kavrayan, açık fikirli, sezgisel	Gerçekçilik	Gerçekçi, kararlı, başkalarını anlamada yetersiz
4	Uyumlu, uzlaşılabilir, özverili	Bağımsızlık	Bağımsız, ikna edici, inatçı/bildiğini okuyan
5	Kontrolsüz, dürtülerinin takipçisi	Oto Kontrol	Kendine hakim, dürtülerini dizginleyen

Kaynak: Heather E.P. Cattell and Alan D. Mead. (2008). "The sixteen personality factor questionnaire (16PF). The SAGE handbook of personality theory and assessment": Volume 2 Personality measurement and testing" London: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781849200479.n7>, s.136

3. ALGILANAN RİSK KAVRAMI

3.1. Risk; Belirsizlik; Karar Alma:

“Risk” kelimesi Rönesans İtalyancasındaki, risicare, “cesaret etme” kelimesinden gelmektedir (Sennet, 2005:84). Risk kavramı, belirli bir tehlikeyle ilişkili olarak hasar görme, yararlanma, hastalanma, ölüm ve başka olumsuzlukların meydana gelme olasılığını ifade eder (Furedi, 2001:43). Risk, iktisadi karar birimlerinin verecekleri kararlar sonucunda ortaya çıkacak getiriyi olumsuz etkileyebilecek olayların gerçekleşme olasılığı, başka bir ifadeyle olayların gerçekleşme olasılığının bilindiği durumdur (<http://tdkterim.gov.tr/>). Risk bir karar özelliğidir ve kararların uygulanmasının sonucunda elde edilecek çıktılara ilişkin belirsizliği ifade eder. Risk, bir olayın meydana gelme olasılığının oranı iken, belirsizlik ise, bir olasılığa bağlı olmadan, herhangi bir şeyin olabileceğine yönelik beklentidir ve kaygıya neden olur. Eğer belirsizlik, risk olarak açıklanırsa bir kaygı kaynağı olmaktan çıkmaktadır (Erdem, 2001:44). Risk, belirsizlik kavramından farklıdır. Risk, hesaplanabilir ve riskin sonuçlarına belirli olasılıklar atfedilebilir(<http://www.tcmb.gov.tr>). Risk ve belirsizlik arasında “bilgi” açısından da farklılık söz konusudur. Risk durumunda bilgi mevcuttur ancak belirsizlikte “bilgisizlik” esastır (Yalçınkaya, 2004:10).

Karar alma, üç farklı durumda gerçekleşebilir. Bunlar; belirlilik, belirsizlik ve risk durumlarıdır. Belirlilik ortamında karar vermede, seçeneklerin hangi koşullarda gerçekleşeceği kesin olarak bilinmektedir. Başka bir ifadeyle ortaya çıkacağı beklenen olayın olasılığı birdir (Öztürk, 2001:7). Karar alma teorisi risk kavramını karar verenin alternatiflerin sonuçları ve gerçekleşme olasılıkları hakkında öncelikli bilgiye sahip oldukları durum olarak tanımlamaktadır (Dowling,1986:193). Bireyler, bir karar veya eylem kesin olarak tahmin edilemeyen sosyal ve ekonomik sonuçlar doğuracağı zaman riskle karşılaşır. Risk, belirli bir durumun nesnel özelliği olarak kavramsallaştırılabilir. Ancak risk düşüncesi bireylerin riske atfettikleri kendi değer yargılarını içerir (Conchar ve diğ., 2004:419). Bütün risk tanımları gerçeklik ve olasılık arasındaki ayrıma dayanır. Geleceğin önceden belirli olması veya mevcut insan faaliyetlerinden bağımsız olması durumunda risk kavramının hiçbir anlamı olmayacaktır (Furedi, 2001:44).

3.2. Algılanan Risk Kavramı

Risk kavramı tüketicilerin seçimlerini nasıl yaptıklarını anlamak için önemlidir. Risk hakkındaki kararlar daima alternatifler arasından seçimler hakkındadır. Pazarlamada risk üzerine, (ekonomi, finans, yönetim, sigortacılık vb.) farklı disiplinlerde olduğu gibi, geniş bir literatür bulunmaktadır. Her literatür farklı bir yöntem kullanmakta ve riskin farklı yönlerine odaklanmaktadır (Conchar, 2004:418).

Algılanan risk kavramının arkasındaki temel düşünce istatistiksel karar teorisi, psikoloji ve ekonomideki önceki çalışmalardan esinlenmektedir. Ancak, risk kavramının tüketici araştırmalarında diğer disiplinlerden önemli farklılıkları vardır. Ekonomi, psikoloji, istatistiksel karar teorisi ve oyun teorisi gibi disiplinlerde risk kavramı potansiyel olumlu ve olumsuz sonuçlar içeren seçim durumu ile ilişkilidir. En tipik örnek kazanma ve kaybetme olasılığını içeren piyango/çekiliş durumudur. Tüketici davranışlarında ise algılanan risk kavramı, sadece potansiyel olumsuz sonuçlar üzerine odaklanmaktadır (Stone ve Gronhaug, 1993:39-40).

Algılanan risk; bireylerin satın alma kararlarının sonuçlarını tahmin edemedikleri zaman karşılaşacakları belirsizlik olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım; algılanan riskin birbiriyle ilişkili “belirsizlik ve sonuçlar” gibi iki boyutuna dikkat çekmektedir (Schiffman ve Kanuk, 2004:196). Tüketici davranışları literatüründe birkaç kavramsal tanımlama bulunsa da,

Bauer ve Taylor'un her ikisi de algılanan riskin belirsizlik kavramıyla denk olduğunu ileri sürmüşlerdir. Ancak bu kavramların denk kabul edilmesi günümüz risk tanımlamasında kabul edilmemektedir. Algılanan risk kavramı sadece zarar görme riski veya olumsuz fayda beklentisi olarak tanımlanırsa bu bilmece çözülmüş olacaktır (Peter ve Ryan, 1976:184-185).

3.2.1. Algılanan Risk Boyutları

Araştırmacılar arasında risklerin farklı türleri olduğu konusunda uzlaşma sağlanmış durumdadır. Jacoby ve Kaplan (1972) finansal, performans, fiziksel, psikolojik ve sosyal olmak üzere beş tür risk olduğunu ileri sürmüşlerdir. Roselius (1971) bunlara ek olarak zaman veya kullanım riski boyutlarını dikkate almıştır (Conchar ve diğ., 2004:419). Söz konusu bu risk türleri şu şekilde açıklanabilir;

3.2.1.1. Performans Riski/Fonksiyonel Risk

Fonksiyonel risk, satın alınan/alınacak ürünün işlevini beklendiği gibi yerine getirmeyeceğine ilişkin risktir. (Örneğin: Yeni PDA şarj edilmeye ihtiyaç duymadan bütün bir hafta boyunca çalışabilecek mi?) (Schiffman ve Kanuk, 2004:197). Örneğin, bir araba satın alıcısı yeni veya kullanılmış bir aracın güvenli olup olmayacağı konusunda belirsizlik içinde ise algılanan performans riski yüksektir (Hoyer ve MacInnis, 2004:68)

3.2.1.2. Fiziksel Risk

Fiziksel risk satın alınan/alınacak bir ürünün kişinin kendisine veya başkalarına zarar verebilme olasılığına karşılık gelen bir risktir. (Cep telefonu gerçekten güvenli mi veya radyasyon yayar mı?) (Schiffman ve Kanuk, 2004:197). Fiziksel risk, kararın birisinin sağlığına zarar verilmesine ya da fiziksel olarak yaralanmasına neden olabilmesiyle ilgilidir (Odabaşı, 1998:71). Birçok tüketici kararı, fiziksel riski önleme güdüsü ile gerçekleştirilmektedir (Hoyer ve MacInnis, 2004:68).

3.2.1.3. Psikolojik Risk

Psikolojik risk, bir ürün seçiminin tüketicinin egosunu zedeleme riskidir.(Arkadaşlarımı eski müzik setimde müzik dinlemeye davet edersem utanç duruma düşer miyim?) (Schiffman ve Kanuk, 2004:197). Psikolojik risk, satın alınan ürünün ya da alışveriş yapılan bir mağazanın tüketicinin kendi imajına uygun olamama olasılığı ile ilgilidir (Odabaşı, 1998:72).

3.2.1.4. Sosyal Risk

Sosyal risk, kötü bir ürün seçiminin sosyal açıdan utanç verici bir durum olarak sonuçlanma riskidir (Schiffman ve Kanuk, 2004:197). Myers ve Reynolds algılanan sosyal riski "sosyal risk aralığı" kavramı olarak ele almışlardır. Bunu, tüketicinin ailesi ve arkadaşlarına karşı manevi olarak değer kaybettiği noktadan arkadaşlarına ve ait olduğu grubun gerçekleştirdiği satın almanın uygunluğunu kabul ettiği noktaya kadar olan aralık olarak tanımlamaktadırlar (Özer ve Gülpınar, 2005:54). Sosyal riskte danışma gruplarının duygu ve düşünceleri tüketiciler tarafından önemli olarak algılanmaktadır. Perry ve Hamm, sosyal riskin finansal riskten çok daha önemli olduğunu belirtmişlerdir (Tuncer, 2000:29). Pazarlama ve sosyal psikoloji literatürü, tüketicilerin informal grup tartışmalarından sonra, tartışmalardan önceki duruma göre daha yüksek risk algılamaya istekli olduklarını savunmaktadır (Woodside, 1972:223).

3.2.1.5. Finansal Risk

Finansal risk, ürünün maliyetine değer, maliyeti kadar iyi olmayacağına ilişkin risktir (Schiffman ve Kanuk, 2004:197). Finansal risk ürün veya hizmet pahalı olduğu zaman yüksektir. Mesela, ev pahalı bir satın almadır ve böyle bir yatırıma ilişkin finansal risk düzeyi yüksektir (Hoyer ve MacInnis, 2004:68). Derbaix'e göre finansal risk nispeten ve belirgin olarak en tehlikeli risk türüdür. Satın alma esnasında yanlış bir satın alma kararını riske etmenin finansal sonuçları çok yüksek ise gelir seviyesi ne olursa olsun satın alıcı riske girip girmeme konusunda tereddüt yaşamaktadır (Tuncer, 2000:29).

3.2.1.6. Zaman Riski

Zaman riski satın alınan bir ürünün, beklendiği gibi ihtiyacı karşılamadığı takdirde, ürün arama sürecinde harcanacak zamanın boşa gitmesine ilişkin risktir (Schiffman ve Kanuk, 2004:197). Zaman riski, tüketicinin satın alma sonrasında enerji ve zaman kaybetmeden ürünü ayarlayamama, değiştirememeye ya da tamir ettirememeye durumuyla karşılaşma olasılığıdır. Servis ağının genişletilmesi, ürün tamiri esnasında kullanılmak üzere başka bir ürünün geçici olarak verilmesi pazarlamacılar tarafından algılanan zaman riskini azaltmak için uygulanmaktadır (Odabaşı, 1998:72).

3.2.2. Algılanan Riski Etkileyen Faktörler

Araştırmacılar tüketicilerin belirli bir durumda algıladıkları riski etkileyen birçok faktör olduğunu tespit etmiştir (Mowen, 1994:211). Tüketicilerin risk türü algısı, kişiye, ürüne, duruma ve kültüre bağlıdır. Algılanan risk miktarı tüketiciye özgüdür. Yüksek risk algılayıcıları çoğunlukla, seçimlerini, az olan güvenli alternatiflerle sınırladıkları için dar görüşlü sınıflandırıcılar olarak tanımlanmaktadır (Schiffman ve Kanuk, 2004:197).

Algılanan risk bireysel ilgileri ve güduları etkileyen bir faktördür. Eğer olumsuz sonuçlar bekleniyorsa veya olumlu sonuçlar beklenmiyorsa algılanan risk yüksektir. Tüketiciler, algılanan risk yüksek olduğu zaman, pazarlama iletişimi sürecine daha fazla özen göstermeye, daha fazla bilgi toplamaya ve daha dikkatli değerlendirmeye eğilimlidirler. Algılanan risk herhangi bir ürünle veya hizmetle ilişkili olabilir. Fakat ürün-hizmet ile ilgili ulaşılabilir bilgi sınırlı düzeyde ise, ürün-hizmet yeni/ilk olduğunda, yüksek fiyatlı ise, teknolojik olarak karmaşık bir yapıya sahip ise ve markalar arasında fazla kalite farklılıkları var ise algılanan risk yüksek olmaktadır. Bununla birlikte tüketici ürün veya hizmet ile ilgili yeteri kadar deneyime sahip değilse, satınalma açısından başkalarının düşünceleri önem arz ediyorsa, tüketicilerin risk algıları daha yüksek olmaya eğilimlidir (Hoyer ve MacInnis, 2004:68).

Algılanan risk, kültürler arasında değişkenlik göstermektedir. (Hoyer ve MacInnis, 2004:68). Riskten kaçınma derecesi bir kültürdeki bireylerin riskten ne kadar kaçındıklarını veya riskle ne kadar rahat yaşayabildiklerini göstermektedir (Koç, 2007:214). Ürünün veya hizmetin özellikleri de algılanan riske etki etmektedir. Genellikle, kullanımı büyük ölçüde olumsuz sonuçlar doğurabilecek ürünler daha riskli olarak algılanmaktadır (Mowen ve Minor, 2001:91-92). Ürün veya hizmetin kusurlarından kaynaklanabilecek olumsuz sonuçlar son derece görünür olduğunda, akılda daha çok kalıcı olabilir ve böylelikle tüketiciler hatalı bir şekilde ürünü veya hizmeti gerçekte olduğundan daha riskli olarak algırlarlar (Mowen ve Minor, 2001:92).

Algılanan risk alışveriş şekline göre de değişmektedir. Telefonla, posta yoluyla ya da kapıdan yapılan satın almalarda algılanan risk daha fazladır (Kavas, 1997:96). Araştırmalar, yeni bir alışveriş kanalının algılanan riski ile bu kanalın satın alma için seçilmesi arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Doolin ve diğ, 2005:68).

Tüketicinin bireysel özellikleri risk algısını etkilemektedir. Araştırmacılar, daha yüksek özgüven, daha yüksek özsayı, daha düşük kaygı ve probleme aşinalık gibi kişisel özelliklerin riski daha istekli bir şekilde kabul etmek ile ilgili olduğunu saptamışlardır. Yapılan işin doğası risk algısını etkilemektedir. Örneğin, araştırmacılar, gönüllü riskin, gönüllü olmayan riske göre daha kabul edilebilir olduğunu saptamışlardır. Tüketiciler, gönüllü faaliyetler için sistematik olarak gerçekte olduğundan daha az risk algılarlar. Buna karşın gönüllü olmayan faaliyetlerde ise bireyler, gerçekte olduğundan daha çok risk algılamaktadırlar (Mowen ve Minor, 2001:91).

1.1.1. Risk Azaltma Stratejileri

Riskin giderek tehlike ile eş kabul edilmesi ile birlikte, riskten kaçınma stratejileri benimseme eğilimi güçlenmiştir. Geleneksel olarak risk almaya atfedilen olumlu çağırışmlar yerini kınamaya bırakmıştır. Buna bağlı olarak birçok durumda risk almak toplumun dikkatini çekmektedir (Furedi, 2001:44). Algılanan riskin belirli bir miktarı, neredeyse tüm tüketici kararlarında mevcuttur. Önemli bir teori, tüketicilerin algıladıkları riskleri mevcut risk ile kabul edilebilir riski karşılaştırarak oluşturduklarını savunmaktadır. Tüketicilerin kararlarında algılanan riski azaltan faaliyetler, risk azaltma stratejileri olarak adlandırılmaktadır. Bu stratejiler şöyle sıralanabilir(Mowen ve Minor, 2001:92):

1. Markaya sadık kalmak ve sürekli aynı markayı satın almak
2. Tamamen marka imajı satın almak ve kaliteli bir ulusal marka satın almak.
3. Güvenilir bir perakendeciyi, mağazayı tercih etmek.
4. İyi bir karar vermek için bilgi aramak.
5. En kaliteli olması muhtemel olan en pahalı ürünü satın almak
6. Finansal riski azaltmak için en ucuz olan ürünü satın almak

4. ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı Kapsamı, Metodolojisi

Araştırma, farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin dizüstü bilgisayar satınalmaya ilişkin algıladıkları risklerin farklılık gösterip göstermediğini ve bireylerin kişilik özellikleri ile risk algıları arasında ilişki olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma Anadolu Üniversitesinde okuyan lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerini kapsamaktadır. Araştırmada kullanılan kişilik envanterinin uygulama süresinin uzun olması ve söz konusu envanterden elde edilecek bilgilerin kişisellik arz etmesi araştırmaya katılımın düşük olmasına neden olmuştur. Bu durum araştırmanın en önemli kısıtı olarak ortaya çıkmıştır.

%95 güven sınırlarında, %5 anlamlılık seviyesinde ve varyans 0,21 (0,3x0,7) olduğu durumda 500.000 ve üzeri anakütle büyüklüğü için örnek büyüklüğü 322 olarak belirlenmiştir (Kurtuluş, 2004: 192). Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 423 öğrenciye ulaşılmış ancak bunların 219'u araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. 219 kişiden toplanan envanterlerin 49'u eksik oldukları gerekçesiyle araştırmaya dâhil edilmemiştir. Böylelikle araştırmanın örnek büyüklüğü 170 olarak gerçekleşmiştir. Araştırma sonuçlarının anakütleye genellenmesi söz konusu değildir. Araştırma sonuçları sadece araştırmaya dâhil edilen bireyleri temsil etmektedir. Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır.

Bireylerin kişilik özelliklerine ilişkin veriler, 16PF Kişilik Envanteri(16PF Fifth Edition Türkçe formu) kullanılarak elde edilmiştir. Bu envanter aracılığıyla bireylerin 16 Temel Kişilik Özelliği ve 5 Genel Kişilik Eğilimi ölçülmüştür.

16PF Kişilik Envanteri'nin Türkiye'deki tek temsilcisi Davranış Bilimleri Enstitüsüdür (DBE). Bu bağlamda 16 PF Kişilik Envanterleri Davranış Bilimleri Enstitüsü'nden temin edilmiş ve Enstitü'nün izniyle çalışmada kullanılmıştır.

Katılımcıların, dizüstü bilgisayar satın almaya yönelik risk algılarını ölçebilmek amacıyla Robert N.Stone ve Kjel Gronhaug (1993) tarafından geliştirilen algılanan risk envanteri Türkçeye çevrilmiştir. Envanterde altı risk boyutunu ölçmeye yönelik 18 soru bulunmaktadır. Sorular sırasıyla “sosyal risk, zaman riski, finansal risk, fiziksel risk, işlevsel risk ve psikolojik riski” ölçmeye yönelik sorulardır.

Bu bağlamda Robert N.Stone ve Kjel Gronhaug (1993) tarafından geliştirilen envanter formu esas alınmış ve araştırmaya konu ürünün özellikleri göz önüne alınarak farklı risk boyutlarını ölçmeyi amaçlayan altı soru, araştırmacı tarafından envantere eklenmiştir. Böylelikle bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algılanan risk düzeylerini ölçmeye yönelik 24 sorudan oluşan anket formu oluşturulmuştur. Ankette, sosyal riski ölçmeye yönelik 3 soru, zaman riskini ölçmeye yönelik 4 soru, finansal riski ölçmeye yönelik 7 soru, fiziksel riski ölçmeye yönelik 3 soru, performans riskini ölçmeye yönelik 4 soru ve psikolojik riski ölçmeye yönelik 3 soru bulunmaktadır. Sorular 7’li likert ölçeği aracılığıyla uygulanmıştır.

Araştırmaya katılan bireylerin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerini, ürün kullanımı ve ürün sahipliği ile ilgili verileri toplamak ve araştırmada kullanmak amacıyla araştırmacı tarafından 8 sorudan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur.

Veriler **SPSS** istatistik paket programı ve **Office Excel** programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma verileri %95 güven aralığında, %5 anlamlılık seviyesinde incelenmiştir. Bu manada $0,05 > p$ değeri anlamlı olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskleri ölçmek amacıyla hazırlanan ölçeğin ve ölçeği oluşturan alt faktörlerin güvenilirliği **Cronbach alfa** güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Araştırmada bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskleri ölçmek amacıyla hazırlanan ölçek açıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Verilerin faktör analizine uygunluğu **Barlett küresellik testi (Barlett test of Sphericity)** ile örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterliliği **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)** örneklem yeterliliği ölçütü ile analiz edilmiştir. Anlamlandırılabilir ve yorumlanabilir faktörlerin oluşturulması için **Varimax** rotasyonu kullanılmıştır. Faktör sayıları araştırmacı tarafından belirlenmiştir. Bağımsız iki grup karşılaştırmalarında **Mann Whitney-U** testi kullanılmıştır. Araştırmada değişkenler arası ilişkilerin incelenmesi amacıyla **Spearman rho** korelasyon analizi kullanılmıştır.

4.2. Araştırmanın Bulguları

4.2.1. Sosyo-Ekonomik ve Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı Veriler

Araştırmaya katılan bireylerin %44,1’i(n:75) bayan öğrencilerden, %55,9’u (n:95) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Eğitim düzeyi itibarıyla araştırmaya katılan bireylerin %95,9’u lisans öğrencisi, %2,9’u yüksek lisans öğrencisi, %1,2’si doktora öğrencisidir. Bu manada araştırmaya katılan bireylerin tamamı üniversite öğrencisidir. Katılımcıların aylık ortalama gelir düzeyleri incelenmiş ve %7,1’inin 300 TL ve aşağı, %26,5’inin 301-500 TL arası, %25,9’unun 501-850 TL arası, %6,5’inin 851-1500 TL arası, %4,1’inin 1501-3000 TL arası gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Bireylerin %30’u gelir düzeyine belirtmemiştir.

4.2.2. Araştırmaya Katılan Bireylerin Bilgisayar Sahipliği

Katılımcıların %31,8'i sadece masaüstü bilgisayara, %21,8'i sadece dizüstü bilgisayara, %17,1'i hem dizüstü hem de masaüstü bilgisayara sahip olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %17,1'i ise dizüstü veya masaüstü bilgisayara sahip olmadığını belirtmiştir. %12,4'ü ise bilgisayar sahiplikleri hakkında bilgi vermemiştir.

4.2.3. Kişilik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı Veriler

16 Temel Kişilik Özelliğine ve 5 Genel Kişilik Eğilimine ilişkin istatistiksel veriler tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bireyin ilgili faktörden almış olduğu standart puanların yorumlanmasında sol anlam ve sağ anlam yorumlarının yapılabilmesi için 10 puan üzerinden bir aralık belirlenmiştir. Bu aralığa göre; "8-9-10" puanlar sağ anlamı, "1-2-3" puanlar sol anlamı, "4-5-6-7" puanlar orta puanları temsil etmektedir. Buna göre, bireyin ilgili faktörün temsil ettiği kişilik özelliğine ait puanının yorumlanmasında, sağ anlam olarak ifade edilebilmesi için "8-9-10" puanları, sol anlam olarak ifade edilebilmesi için "1-2-3" puanları referans alınmıştır. Standardize edilmiş puanlar DBE tarafından hesaplanmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin 16 Temel Kişilik Özelliği'ne ve 5 Genel Kişilik Eğilimi'ne ait standardize edilmiş puanlara ilişkin ortalama, standart sapma, en düşük ve en yüksek puanlar tanımlayıcı istatistikler olarak **Tablo 4.** ve **Tablo 5.**'te verilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan Bireylerin 16 Temel Kişilik Özelliğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	n	Min.	Max.	Ort.	SS
(A):Sıcakkanlılık	170	1,00	10,00	5,0118	2,06116
(B):Problem Çözme	170	1,00	4,00	1,6529	,79392
(C):Strese Tolerans	170	1,00	9,00	3,8706	2,17728
(E):Baskınlık	170	1,00	9,00	4,2412	2,16906
(F):Canlılık	170	1,00	9,00	5,2824	1,75824
(G):Kurallara Bağlılık	170	1,00	9,00	4,2000	1,58245
(H):Sosyal Girişkenlik	170	1,00	9,00	4,8412	2,43339
(I):Duyarlılık	170	1,00	10,00	5,5000	2,05040
(L):İhtiyatlılık	170	1,00	10,00	7,0824	1,94730
(M):Soyuta Odaklılık	170	3,00	10,00	7,2647	1,88907
(N):Ketumluk	170	1,00	10,00	6,2412	2,16086
(O):Kendini Sorgulama	170	1,00	10,00	7,2706	1,97252
(Q1):Değişimlere Açıklık	170	1,00	10,00	5,7941	2,04938
(Q2):Kendine Yeterlilik	170	2,00	10,00	6,8412	2,07081
(Q3):Mükemmeliyetçilik	170	1,00	9,00	4,1941	2,47902
(Q4):Gerginlik	170	2,00	10,00	7,7412	1,61833

Katılımcıların 16 Temel Kişilik Özelliği'ne ait tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde, **(B)** faktörü (Problem Çözme: Ort: 1,6529, SS: ,79392) dışındaki diğer faktörlerin, temsil ettiği kişilik özelliği itibarıyla orta aralık değerlerine sahip olduğu görülmektedir. **(L)** (İhtiyatlılık: Ort.:7,0824, SS.:1,94730), **(M)** (Soyuta Odaklılık: Ort.:7,2647, SS:1,88907), **(O)** (Kendini Sorgulama:Ort.:7,2706, SS:1,97252), **(Q4)** (Gerginlik: Ort.:7,7412, SS:1,61833) faktörlerinin temsil ettiği kişilik özelliklerine ait ortalama değerlerin orta aralıkta yer aldığı ancak diğer faktörlere göre sağ anlama daha yakın olduğu söylenebilir. Ayrıca bireylerin, Ego kontrollerinin ne derece başarılı olduğunu temsil eden **(C)** faktöründen (Strese Tolerans: Ort:3,8706, SS: 2,17728) düşük puana yakın bir ortalamaya sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılan Bireylerin 5 Genel Kişilik Eğilimi

	n	Min.	Max.	Ort.	SS
Dışa Dönüklük	170	1,00	9,00	4,3059	1,95223
Endişe Düzeyi	170	3,00	10,00	7,8706	1,83192
Gerçekçilik	170	1,00	10,00	5,8059	2,05630
Bağımsızlık	170	1,00	10,00	4,7882	2,02116
Oto Kontrol	170	1,00	9,00	3,8588	1,76523

Katılımcıların kişilik özellikleri 5 Genel Kişilik Eğilimi itibariyle incelendiğinde genel itibariyle eğilimlere ait ortalama değerler “orta” aralıktadır. Ancak bireylerin kuşkuya, şüpheye ve tehlikelere duyarlılığını ifade eden **Endişe Düzeyi**’ne ait (Ort: 7,8706, SS: 1,83192) puan ortalamasının orta aralıkta olmakla birlikte sağ anlama yakın olduğu, bireylerin çevrenin beklentilerine uygun davranışta bulunma eğilimini ifade eden **Oto Kontrol Eğilimi**’ne (Ort:3,8588, SS:1,76523) ait puan ortalamasının da orta aralıkta olmakla birlikte sol anlama yakın olduğu söylenebilir.

4.2.4. Algılanan Risk Envanterine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Bireylerin algılanan risk düzeylerini tespit etmek amacıyla 24 soru belirlenmiştir. Sorular katılımcılara 7’li Likert ölçeği ile yöneltilmiştir(7:tamamen katılıyorum, 6:büyük ölçüde katılıyorum, 5:biraz katılıyorum, 4:fikrim yok, 3:pek katılmıyorum, 2:katılmıyorum,1:kesinlikle katılmıyorum). Ölçekte yer alan sorular ölçmesi amaçlanan farklı risk boyutları itibariyle kodlanarak verilmiştir. Bireylerin algılanan risk düzeylerini ölçmek amacıyla hazırlanan ölçekte yer alan 24 değişkenin belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığının, bir başka deyişle değişkenlerin farklı risk boyutlarını oluşturup oluşturmadıklarının belirlenmesi amacıyla ölçekte yer alan değişkenler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizine ilişkin sonuçlara **Tablo 6.**, **Tablo 7.**, **Tablo 8.**’de yer verilmiştir.

Faktör analizi sonucunda, ölçekte yer alan zaman riskini ölçmek amacıyla hazırlanan 4 soru, performans riskini ölçmeye yönelik 1 soru, fiziksel riski ölçmeye yönelik 1 soru, yorumlanabilir faktörler oluşturmadıklarından ve farklı faktörlere dağıldığından ölçekten çıkarılmıştır. Bu anlamada 18 değişken faktör analizine tabi tutulmuştur.

Faktör analizi sonuçlarına göre veri setinin faktör analizi için uygun olduğu Barlett test sonuçlarından anlaşılmıştır. Buna göre X^2 değeri :1697,464, Serbestlik derecesi :153, anlamlılık düzeyi (*pçift*) :.000 olarak tespit edilmiştir. Örnek büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçütü test sonuçlarından anlaşılmıştır. Buna göre test istatistiği “,862” olarak tespit edilmiştir. Değişkenlerin, analizde kullanılan diğer değişkenlerle paylaştığı ortaklığı ifade eden (**Communalities**), başka bir ifadeyle her değişkenin ölçtüğü değeri ifade eden ortaklık payları “,657 ile ,884” arasında değişmektedir. Bu manada ortaklık paylarına ilişkin değerler olumlu olarak değerlendirilebilir.

Tablo 6: Temel Bileşenler Analizi Sonucunda Elde Edilen Değerler ve Açıklanan Toplam Varyans(Total Variance Explained)

Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri Initial Eigenvalues			Başlangıç Faktör Yüklemeleri			Rotasyon Sonrası Faktör Yüklemeleri		
	Top.	Var. %	Küm. %	Top.	Var. %	Küm. %	Top.	Var. %	Küm. %
1	7,139	39,662	39,662	7,139	39,662	39,662	2,768	15,376	15,376
2	2,102	11,677	51,339	2,102	11,677	51,339	2,528	14,045	29,420

3	1,443	8,017	59,356	1,443	8,017	59,356	2,324	12,911	42,331
4	1,154	6,409	65,765	1,154	6,409	65,765	2,319	12,883	55,214
5	1,023	5,683	71,448	1,023	5,683	71,448	1,966	10,920	66,134
6	,896	4,976	76,424	,896	4,976	76,424	1,852	10,290	76,424

Temel bileşenler analizi sonucunda elde edilen verilere göre değişkenlerin 6 faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. Altı faktör toplam varyansın %76,424'nü açıklamaktadır. Bu altı faktörün bireylerin algıladıkları risklerinin %76,424'nü açıkladığı söylenebilir.

Tablo 7: Rotasyon Sonrası Faktör Yükleme Matrisi (Rotated Component Matrix)

	Faktörler-Bileşenler (Component)					
	1	2	3	4	5	6
Sosyal Risk 1	,119	,100	-,129	,157	,761	,287
Sosyal Risk 2	,126	,175	,315	,068	,736	,067
Sosyal Risk 3	,016	,363	,296	,036	,690	,109
Finansal Risk 1	,111	,291	,762	,089	,103	,143
Finansal Risk 2	,074	,247	,838	,128	,142	,056
Finansal Risk 3	,334	,054	,652	,386	,138	,090
Finansal Risk 4	,703	,139	,022	,341	,202	,051
Finansal Risk 5	,781	-,009	,266	,067	-,070	,154
Finansal Risk 6	,678	,242	,159	,156	,071	,289
Finansal Risk 7	,836	,095	-,001	,140	,138	,036
Fiziksel Risk 1	,171	,162	,128	,094	,162	,881
Fiziksel Risk 2	,186	,125	,116	,236	,219	,834
Performans Riski 1	,424	-,018	,179	,744	-,041	,051
Performans Riski 2	,111	,244	,178	,804	,196	,150
Performans Riski 3	,175	,316	,099	,750	,105	,211
Psikolojik Risk 1	,187	,825	,142	,261	,180	,111
Psikolojik Risk 2	,130	,833	,202	,231	,247	,067
Psikolojik Risk 3	,070	,739	,388	,033	,173	,229

Bulunan faktörler Varimax rotasyonuna tabi tutulmuştur. Bu bağlamda değişkenlerin açıkladığı toplam varyansta bir değişiklik meydana gelmemiştir. Ancak rotasyon sonrası faktörlerin açıkladığı varyans miktarlarının, toplam varyans içerisindeki oranları değişmiştir. Böylelikle rotasyon sonrası yeni bir faktör yükleme matrisi (**Rotated Component Matrix**) elde edilmiştir. Faktör yükleme matrisinden elde edilen verilere göre değişkenlerin yorumlanabilir 6 faktör altında toplandıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda her değişkenin mutlak değer itibarıyla en yüksek değere sahip olduğu faktör altında değerlendirilmesi yapılmış ve faktörler tanımlanmıştır. Bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskler içerisinde zaman riski boyutu değerlendirmeye alınmamıştır. Araştırmada finansal riski ölçmeye yönelik 7 değişkenin de ayrı iki faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. Ortaya çıkan risk boyutları şu şekilde tanımlanmıştır:

1. Finansal Risk (A):

Bu faktörün, bireylerin önümüzdeki 12 ay içerisinde dizüstü bilgisayar satın aldıkları takdirde, ürünün kolay taşınabilir bir ürün olmasından dolayı kaybolma, çalınma gibi nedenlerle parasal olarak zarara uğranabileceğine ilişkin duyulan endişelerini (*finansal risk 4;703*), daha uygun kampanyalardan (fiyat indirimleri, hediye kampanyaları vb.) faydalanılamayacağına ilişkin endişelerini (*finansal risk 5 ;,781*), döviz kurlarında meydana gelebilecek değişimler nedeniyle yaşanabilecek finansal kayıplara ilişkin endişelerini (*finansal risk 6;678*), dizüstü bilgisayarın kolay hasar görebileceğinden dolayı (kırılma, çizilme, bozulma) yaşanabilecek olası parasal kayıplara ilişkin endişelerini (*finansal risk 7 ;,836*) ifade eden risk değişkenlerinden oluştuğu tespit edilmiştir. Finansal risk (A) boyutunun genel olarak ürünün özelliklerinden kaynaklanabilecek finansal kayıpları ve satın alma sonrası oluşabilecek fırsatlardan yararlanamamadan kaynaklanabilecek finansal kayıpları ifade ettiği söylenebilir.

2. Psikolojik Risk:

Psikolojik risk faktörünün, bireylerin önümüzdeki 12 ay içerisinde bir dizüstü bilgisayar satın alma düşüncesinin kendilerini psikolojik olarak rahatsız hissetmelerine neden olacağına ilişkin endişeleri (*psikolojik risk 1;825*), bu satın alma düşüncesinin bireyin arzu etmediği bir gerginlik (anksiyete) hissi yaşatabileceğine dair endişeleri (*psikolojik risk 2;833*), satın alınanın gerçekleşmesi durumunda gereksiz bir şeyi denemiş olmaya neden olacağına ilişkin endişeleri (*psikolojik risk 3;739*) ifade eden risk değişkenlerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

3. Finansal Risk (B):

Bu faktörün, bireylerin önümüzdeki 12 ay içerisinde bir dizüstü bilgisayar satın aldıkları takdirde, bu satın alınanın para harcamak için kötü bir yol olacağına dair endişelerini (*finansal risk 1;762*), yapılacak olan bu finansal yatırımın akıllıca olmayacağına dair endişelerini (*finansal risk 2;838*) ve bu ürüne yapılacak olan harcama karşılığında harcamanın tam karşılığının alınmayacağına ilişkin endişelerini (*finansal risk 3 ;,652*) ifade eden risk değişkenlerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

4. Performans Riski:

Bu faktörün, bireylerin önümüzdeki 12 ay içerisinde bir dizüstü bilgisayar satın aldıkları takdirde, ürünün iddia edildiği gibi performans (hız, görüntü kalitesi, ses kalitesi vb.) göstermeyeceğine dair endişelerini (*performans riski 1;744*), üründen beklenen faydanın sağlanamayacağına dair endişelerini (*performans riski 2;804*), ürünün gerçek anlamda güvenilir ve sağlam olmayacağına dair endişelerini (*performans riski 3;750*) ifade eden risk değişkenlerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

5. Sosyal Risk:

Bu faktörün, bireylerin önümüzdeki 12 ay içerisinde bir dizüstü bilgisayar satın aldıkları takdirde, okul-iş çevresi tarafından yüksek bir itibarla karşılanmayacağına dair endişelerini (*sosyal risk 1;761*), bazı arkadaşları tarafından sadece gösteriş yaptığı düşünüleceğine ilişkin endişelerini (*sosyal risk 2;736*) ve fikrine değer verilen bazı insanlar tarafından mantıksız olarak değerlendirileceğine ilişkin endişelerini (*sosyal risk 3;690*) ifade eden risk değişkenlerini içerdiği tespit edilmiştir.

6. Fiziksel Risk:

Bu faktör, bireylerin önümüzdeki 12 ay içerisinde bir dizüstü bilgisayar satın aldıkları takdirde, ürünün kullanımı nedeniyle aile bireylerinden bazı kişilerin zarar görmelerine

(görme, işitme kaybı, cinsel bozukluk, duruş bozukluğu, kilo alma vb.) neden olacağına ilişkin endişelerini (*fiziksel risk 1;881*) ve bireyin bu zararlara maruz kalmaya ilişkin endişelerini (*fiziksel risk 2;834*) ifade eden risk değişkenlerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

Faktör analizine tabi tutulan ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alpha güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Bu bağlamda ölçeğe ait (18 değişken) alfa güvenilirlik katsayısı “,9085” olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Risk boyutları itibarıyla oluşan alt ölçeklerin alfa güvenilirlik katsayıları Tablo 8’de belirtilmiştir. Ölçeği oluşturan alt ölçeklerin de yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 8: Algılanan Risk Ölçeğine Ait Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Madde İptal Edilirse Ölçek Ort.	Madde iptal edilirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyon	Madde İptal Edilirse Alfa Değeri	Risk Boyutlarına Ait Alfa Değeri
SR1	53,9882	398,2484	,4177	,9076	,7303 Sosyal Risk
SR2	53,7941	389,6438	,5171	,9050	
SR3	54,1412	392,0628	,5300	,9046	
FR1	53,7059	383,2621	,5551	,9040	,8036 Finansal Risk(B)
FR2	53,7529	388,1161	,5497	,9041	
FR3	53,1235	382,6770	,6361	,9017	
FR4	52,6882	383,4703	,5744	,9034	,8207 Finansal Risk (A)
FR5	52,7294	393,7133	,4626	,9065	
FR6	52,8059	381,2343	,6201	,9020	
FR7	52,7588	389,5924	,4887	,9059	
FIZ1	53,6647	390,2242	,5389	,9044	,8729 Fiziksel Risk
FIZ2	53,4941	384,4645	,5911	,9029	
PER1	52,3235	389,4391	,5229	,9048	,8262 Performans Riski
PER2	52,9588	381,1995	,6374	,9016	
PER3	52,6941	380,1071	,6337	,9016	
PIS1	53,9765	382,9344	,6687	,9009	,8864 Psikolojik Risk
PIS2	53,9353	382,2384	,6638	,9010	
PIS3	54,0647	383,3863	,6129	,9023	

4.2.5. Demografik Değişkenler - Algılanan Risk Arasındaki İlişkiler

Demografik değişkenler ile algılanan risk düzeyleri arasındaki ilişkiler Spearman rho korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir. Bu bağlamda $p < 0,05$ anlamlı kabul edilmiştir. Bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskler ile ortalama aylık gelir düzeyleri arasındaki ilişki, algılanan risk boyutları itibarıyla incelenmiştir. Analiz sonucuna göre bireylerin ortalama aylık gelirleri ile ürüne yönelik algıladıkları psikolojik risk arasında anlamlı olarak ters yönlü bir korelasyon (*pçift: ,031, rs: -,198*) tespit edilmiştir. Bu anlamda katılımcıların ortalama gelir düzeyi arttıkça ürüne yönelik algıladıkları psikolojik risk azalmaktadır denebilir. Araştırmaya katılan erkek ve bayanların algılanan risk düzeylerinin birbirinden farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi ile test edilmiştir. Bu bağlamda $p < 0,05$ anlamlı kabul edilmiştir. Analiz sonucuna göre erkekler ($n:95$) ve bayanlar ($n:75$) arasında “*finansal risk (A)*” noktasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (*pçift: ,047 < 0,05, Z: -1,983*). Erkekler ve bayanlar arasında diğer risk boyutları itibarıyla herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Sıra ortalaması değerleri incelendiğinde erkeklerin ($92,13$) bayanlara göre ($77,10$) algıladıkları “*finansal risk (A)*” düzeyinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu bağlamda erkeklerin dizüstü bilgisayar satın alırken ürünün kolay hasar görebileceğine ilişkin finansal riskleri, olası kampanyaları kaçırabileceğine ilişkin finansal riskleri ve döviz kurlarından

kaynaklanabilecek olası kayıplara ilişkin riskleri bayanlara göre daha yüksek algıladıkları söylenebilir.

4.2.6. Ürün Kullanımı, Ürün Sahipliği-Algılanan Risk Arasındaki İlişkiler

Araştırmaya katılan bireylerden bir dizüstü bilgisayara sahip olanlar ile olmayanların algılanan risk düzeylerinin birbirinden farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi ile test edilmiştir. Bu bağlamda $p < 0,05$ anlamlı kabul edilmiştir. Analiz sonucuna göre dizüstü bilgisayar sahibi olanlar ile olmayanlar arasında psikolojik risk boyutu itibarıyla anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($pçift: 0,28 < 0,05$, $Z: -2,191$). Sıra ortalaması değerleri incelendiğinde ürüne sahip olmayanların ($n: 83$) sahip olanlara ($n: 66$) göre daha yüksek psikolojik risk algıladıkları söylenebilir. Bu bağlamda, ürüne sahip olmayanların dizüstü bilgisayar satın alırken, satın almadan kaynaklanabilecek psikolojik gerginlik, gereksiz bir şeyi denemiş olmaya ilişkin değişkenlerin ifade ettiği riskleri, ürüne sahip olanlara göre daha yüksek algıladıkları söylenebilir.

4.2.7. Algılanan Risk -Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler

Bu kısımda katılımcıların algıladıkları risk düzeyleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Öncelikle 16 Temel Kişilik Özelliği ile algılanan risk düzeyleri arasındaki ilişkiler, daha sonra algılanan risk düzeyleri ile 5 Genel Kişilik Eğilimi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. İlişkilerin varlığı Spearman rho korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir. Bu bağlamda $p < 0,05$ anlamlı kabul edilmiştir. Analize ilişkin veriler Tablo .9 ve Tablo 10.'da yer almaktadır

Tablo 9: 16 Temel Kişilik Özelliği İle Algılanan Riskler Arasındaki İlişkiler 1

		Finansal Risk (A)	Psikolojik Risk	Finansal Risk (B)	Perfrm Riski	Sosyal Risk	Fiziksel Risk
(A):Sıcakkanlık	<i>rs</i>	,014	,095	-,011	-,013	-,008	-,121
	<i>pçift</i>	,859	,217	,886	,869	,921	,115
(B):Problem Çözme	<i>rs</i>	-,029	,000	-,132	,018	,080	,028
	<i>pçift</i>	,703	,998	,085	,814	,299	,715
(C):Strese Tolerans	<i>rs</i>	-,220(**)	-,147	-,132	-,152(*)	-,025	-,116
	<i>pçift</i>	,004	,056	,087	,048	,748	,131
(E):Baskınlık	<i>rs</i>	-,027	-,008	-,003	-,024	,068	-,022
	<i>pçift</i>	,729	,921	,973	,752	,379	,778
(F):Canlılık	<i>rs</i>	-,023	-,162(*)	-,190(*)	-,053	-,070	-,304(**)
	<i>pçift</i>	,762	,035	,013	,489	,366	,000
(G):Kurallara Bağlılık	<i>rs</i>	-,056	,012	,098	-,089	,056	,141
	<i>pçift</i>	,465	,878	,203	,246	,469	,067
(H):Sosyal Girişkenlik	<i>rs</i>	-,174(*)	-,149	-,141	-,171(*)	-,151(*)	-,240(**)
	<i>pçift</i>	,023	,052	,066	,026	,049	,002

Not. *rs*:Spearman rho korelasyon katsayısı, *pçift*:çift yönlü anlamlılık, *: $pçift < 0,05$, **: $pçift < 0,01$

Analiz sonuçlarına göre bireye ait Ego'nun ne kadar başarılı çalıştığını temsil eden (C) Strese Tolerans temel kişilik özelliği ile bireylerin algıladıkları Finansal Risk (A) ($rs: -,220$, $pçift: ,004$) ve Performans Riski arasında ($rs: -,152$, $pçift: ,048$) anlamlı ve ters yönlü korelasyon tespit edilmiştir. Bu manada katılımcıların (C) faktöründen aldıkları standart puanlar arttıkça algılanan psikolojik risk ve performans risk düzeyleri azalmaktadır.

Bireyin coşku durumunu-canlılığını temsil eden (F) Canlılık temel kişilik özelliği ile katılımcıların algıladıkları Psikolojik Risk ($rs: -,162$, $pçift: ,035$), Finansal Risk (B) ($rs: -$

,190, *pçift*:.013) ve Fiziksel Risk (*rs*: -,304, *pçift*:.000) düzeyleri arasında anlamlı ve ters yönlü korelasyon tespit edilmiştir. Katılımcıların (F) faktörünün temsil ettiği Canlılık temel kişilik özelliğinden aldıkları standart puanlar arttıkça algıladıkları finansal risk (B), psikolojik risk ve fiziksel risklerin azaldığı söylenebilir.

Bireyin sosyal girişkenliğini temsil eden (H) Sosyal Girişkenlik temel kişilik özelliği ile bireylerin ürüne yönelik algıladıkları Finansal Risk (A)(*rs*: -,174, *pçift*:.023), Performans Riski (*rs*: -,171, *pçift*:.026), Fiziksel Risk(*rs*: -,240, *pçift*:.002), Sosyal Risk (*rs*: -,151, *pçift*:.049), arasında anlamlı ve ters yönlü korelasyon tespit edilmiştir. Katılımcıların (H) faktörünün temsil ettiği Sosyal Girişkenlik temel kişilik özelliğinden aldıkları standart puanlar arttıkça algıladıkları finansal risk (A), performans riski, fiziksel risk ve sosyal risklerin azaldığı söylenebilir.

Tablo 10: 16 Temel Kişilik Özelliği (Sixteen Personality Factor) İle Algılanan Riskler Arasındaki İlişkiler 2

		Finansal Risk (A)	Psikolojik Risk	Finansal Risk (B)	Performans Riski	Sosyal Risk	Fiziksel Risk
(I):Duyarlılık	rs	,080	,059	,037	,033	-,041	,012
	<i>pçift</i>	,300	,444	,635	,670	,592	,881
(L):İhtiyatlılık	rs	,141	,072	,060	,039	,081	,102
	<i>pçift</i>	,067	,349	,440	,615	,293	,185
(M):Soyuta Odaklılık	rs	,238(**)	,096	,181(*)	,154(*)	,141	,176(*)
	<i>pçift</i>	,002	,212	,018	,044	,068	,022
(N):Ketumluk	rs	,111	,032	,110	,061	,013	,126
	<i>pçift</i>	,150	,680	,152	,429	,871	,101
(O):Kendini Sorgulama	rs	,148	,201(**)	,095	,139	,084	,098
	<i>pçift</i>	,054	,008	,218	,071	,273	,205
(Q1):Değişimler e Açıklık	rs	-,099	-,281(**)	-,028	-,070	-,196(*)	-,185(*)
	<i>pçift</i>	,198	,000	,716	,363	,010	,016
(Q2):Kendine Yeterlilik	rs	,126	-,007	,169(*)	,014	,056	,238(**)
	<i>pçift</i>	,101	,927	,027	,852	,472	,002
(Q3):Mükemmel İyetcilik	rs	-,146	-,097	,004	-,105	-,081	,039
	<i>pçift</i>	,058	,209	,957	,171	,294	,614
(Q4):Gerginlik	rs	,109	,110	,039	,104	,035	,046
	<i>pçift</i>	,159	,155	,610	,178	,655	,548

Not. rs:Spearman rho korelasyon katsayısı, *pçift*:çift yönlü anlamlılık, *: *pçift*<,05, **: *pçift*<,01

Bireyin soyuta odaklı mı yoksa pratiğe ve çözüme odaklı mı olduğunu ifade eden (M) Soyuta Odaklılık temel kişilik özelliği ile bireylerin ürüne ilişkin algıladıkları Finansal Risk(A) (*rs*: ,238, *pçift*:.002), Finansal Risk(B) (*rs*: ,181, *pçift*:.018), Performans Riski(*rs*: ,154, *pçift*:.044), Fiziksel Risk(*rs*: ,176, *pçift*:.022) düzeyleri arasında anlamlı ve doğrusal korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

Bireye ait öz saygıyı ifade eden (O) Kendini Sorgulama temel kişilik özelliği ile bireylerin ürüne yönelik algıladıkları psikolojik risk (*rs*: ,201, *pçift*:.008) arasında anlamlı ve doğrusal bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Bireyin değişimle ilgili psikolojik yönelimini temsil eden (Q1) Değişimlere Açıklık temel kişilik özelliği ile bireylerin algıladıkları psikolojik risk (*rs*: -,281, *pçift*:.000), sosyal risk (*rs*: -,196, *pçift*:.010) ve fiziksel riskler(*rs*: -,185, *pçift*:.016) arasında anlamlı ve ters yönlü bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

Bireyin birine ya da bir gruba bağımlılık derecesini ifade eden (Q2) Kendine Yeterlilik temel kişilik özelliği ile bireylerin algıladıkları fiziksel risk (*rs: ,238, pçift:002*), finansal risk(B) (*rs: ,169, pçift:027*) düzeyleri arasında anlamlı ve doğrusal bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamındaki bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskler ile Beş Genel Kişilik Eğilimleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu bağlamda algılanan risk düzeyleri ile Dışa Dönüklük, Endişe Düzeyi ve Bağımsızlık genel kişilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Tablo11: Beş Genel Kişilik Eğilimi İle Algılanan Riskler Arasındaki İlişkiler

		Finansal Risk (A)	Psikolojik Risk	Finansal Risk (B)	Performans Riski	Sosyal Risk	Fiziksel Risk
Dışa Dönüklük	rs	-,121	-,055	-,167(*)	-,076	-,074	-,299(**)
	pçift	,115	,479	,029	,323	,338	,000
Endişe Düzeyi	rs	,193(*)	,157(*)	,133	,166(*)	,062	,099
	pçift	,012	,041	,083	,030	,420	,197
Gerçekçilik	rs	-,063	-,104	,019	-,011	,039	,080
	pçift	,415	,176	,806	,882	,614	,299
Bağımsızlık	rs	-,121	-,158(*)	-,077	-,098	-,089	-,182(*)
	pçift	,115	,039	,316	,202	,249	,017
Oto Kontrol	rs	-,104	,033	,012	-,100	,022	,129
	pçift	,175	,673	,878	,194	,776	,094

Not. rs:Spearman rho korelasyon katsayısı, pçift:çift yönlü anlamlılık, *: pçift<,05, **:pçift<,01

Bireyin sahip olduğu iç enerjinin iç dünyasına veya dış dünyaya ve insanlara yönelik olup olmadığını temsil eden “Dışa Dönüklük” genel kişilik eğilimi ile bireylerin algıladıkları Finansal Risk (B) (*rs:- ,167, pçift:029*) ve Fiziksel Risk (*rs:- ,299, pçift:000*) düzeyleri arasında anlamlı ve ters yönlü ilişki tespit edilmiştir.

Günlük hayatta stresli (kaygılı) veya rahat (kaygısız) olma durumunu ifade eden “Endişe Düzeyi” genel kişilik eğilimi ile katılımcıların ürüne ilişkin algıladıkları Finansal Risk (A) (*rs: ,193, pçift:012*), Psikolojik Risk (*rs: ,157, pçift:041*), Performans Riski (*rs: ,166, pçift:030*) arasında anlamlı ve doğrusal bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu manada katılımcıların “Endişe Düzeyi” genel kişilik eğiliminden aldıkları standart puanlar arttıkça algılanan finansal risk (A) ve psikolojik risk ve performans riski düzeyleri de artmaktadır denebilir.

Kendi başına harekete geçebilme, davranışta bulunma veya pasif-gruba bağımlı olma eğilimini ifade eden “Bağımsızlık” genel kişilik eğilimi ile katılımcıların ürüne ilişkin algıladıkları Psikolojik Risk (*rs:- ,158, pçift:039*), ve Fiziksel Risk (*rs:- ,182, pçift:017*) arasında anlamlı ve ters yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

4.2.8. On altı Temel Kişilik Özelliği ve Beş Genel Kişilik Eğilimi İtibariyle Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Ürüne İlişkin Algıladıkları Risk Farklılıkları

Bu başlık altında araştırmaya katılan bireylerin, 16 Temel Kişilik Özelliği ve Beş Genel Kişilik Özelliği itibariyle algıladıkları risklerin farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Öncelikle, bireylerin 16 Temel Kişilik Özelliği’ni temsil eden faktörlerden aldıkları puanlar sınıflandırılarak (puanı 1-2-3 ise sol anlam: düşük skor, puanı 8-9-10 ise sağ anlam: yüksek skor) ilgili faktörün temsil ettiği hangi kişilik özelliğine sahip oldukları belirlenmiştir. Daha sonra farklı kişilik özelliği gösteren bireylerin algıladıkları risklerin farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi ile analiz edilmiştir.

Tablo 12: Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Ürüne İlişkin Algıladıkları Risk Farklılıkları (16PF) 1

16 Kişilik Özelliği	Algılanan Risk	Sağ Anlam -Sol Anlam	n	Sır. Ort	Sır. Top.	U	W	Z	Sig.
Strese Tolerans (C)	Finansal Risk (A)	Çabuk Etkilenen	77	48,64	3745,50	335,5	440,5	-2,247	0,025
		Duyguca Dengeli	14	31,46	440,50				
		Toplam	91						
Canlılık (F)	Finansal Risk(B)	Ciddi, Tedbirli	24	20,69	496,50	67,5	133,5	-2,298	0,022
		Coşkulu, Spontan	11	12,14	133,50				
		Toplam	35						
Canlılık (F)	Fiziksel Risk	Ciddi, Tedbirli	24	21,38	513,00	51	117	-2,922	0,003
		Coşkulu, Spontan	11	10,64	117,00				
		Toplam	35						
(H): Sosyal Girişkenlik	Finansal Risk(A)	Tehlikelere Duyarlı	49	45,83	2245,50	547,5	1075,5	-2,294	0,022
		Girişken Gözü pek	32	33,61	1075,50				
		Toplam	81						
(H): Sosyal Girişkenlik	Psikolojik Risk	Tehlikelere Duyarlı	49	45,51	2230,00	563	1091	-2,159	0,031
		Girişken Gözü pek	32	34,09	1091,00				
		Toplam	81						
(H): Sosyal Girişkenlik	Finansal Risk (B)	Tehlikelere Duyarlı	49	45,17	2213,50	579,5	1107,5	-1,98	0,048
		Girişken Gözü pek	32	34,61	1107,50				
		Toplam	81						
(H): Sosyal Girişkenlik	Performans Riski	Tehlikelere Duyarlı	49	46,05	2256,50	536,5	1064,5	-2,396	0,017
		Girişken Gözü pek	32	33,27	1064,50				
		Toplam	81						
(H): Sosyal Girişkenlik	Fiziksel Risk	Tehlikelere Duyarlı	49	47,26	2315,50	477,5	1005,5	-2,998	0,003
		Girişken Gözü pek	32	31,42	1005,50				
		Toplam	81						

Analiz sonuçları, farklı kişilik özelliğine sahip bireyler arasında algılanan risk boyutları ve düzeyi açısından anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir. Farklılıkların yorumlanması grupların sıra ortalamaları dikkate alınarak yapılmıştır. Analize ilişkin istatistikler **Tablo 12.** ve **Tablo 13'**te verilmiştir. “Çabuk Etkilenen” bireyler ile “Duyguca Dengeli” bireyler arasında algılanan “Finansal Risk (A)” açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede “çabuk etkilenen, zayıf ego kontrolüne sahip, ihtiyaçlarının farkına varamayan” bireylerin “duyguca dengeli, güçlü egoya sahip, soğukkanlı” bireylere göre daha yüksek finansal risk (A) algıladıkları söylenebilir. “Ciddi, Tedbirli” bireyler ile “Coşkulu, Spontan” bireyler arasında algılanan “Finansal Risk (B)” ve Fiziksel Risk açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede “temkinli, ciddi, sessiz, tutuk” bireylerin “coşkulu, spontan, iyimser, neşeli, rahat davranan” bireylere göre, ürüne ilişkin daha yüksek finansal risk (B) ve fiziksel risk algıladıkları söylenebilir. “Tehlikelere Duyarlı” bireyler ile “Girişken Gözü pek” bireyler arasında algılanan “Finansal Risk (A),

“Psikolojik Risk, “Finansal Risk (B), “Performans Riski, Fiziksel Risk açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede “tehlikelere duyarlı, risk almak istemeyen, rekabetten hoşlanmayan, utangaç” bireylerin “girişken, gözü pek, risk alabilen, cesur, maceracı, kendine güvenen” bireylere göre daha yüksek finansal risk (A), Psikolojik Risk, Finansal Risk (B), Performans Riski, Fiziksel Risk algıladıkları söylenebilir.

Tablo 13: Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Ürüne İlişkin Algıladıkları Risk Farklılıkları (16PF) 2

16 Kişilik Özelliği	Algılanan Risk	Sağ Anlam -Sol Anlam	n	Sır. Ort	Sır. Top.	U	W	Z	Sig.
(M): Soyuta Odaklılık	Finansal Risk (A)	Çözüm Yönelimli	12	30,50	366,00	288	366	-2,14	0,032
		Düşünce Yönelimli	78	47,81	3729,0				
		Toplam	90						
(M): Soyuta Odaklılık	Performans Riski	Çözüm Yönelimli	12	29,42	353,0	275	353	-2,29	0,022
		Düşünce Yönelimli	78	47,97	3742,0				
		Toplam	90						
(Q1): Değişimlere Açıklık	Psikolojik Risk	Muhafazakâr	15	27,37	410,5	129,5	535,5	-2,09	0,036
		Değişimlere Açık	28	19,13	535,5				
		Toplam	43						
(Q1): Değişimlere Açıklık	Sosyal Risk	Muhafazakâr	15	27,17	407,5	132,5	538,5	-1,98	0,047
		Değişimlere Açık	28	19,23	538,5				
		Toplam	43						
(Q2):Kendine Yeterlilik	Finansal Risk (A)	Katılımcı -Grup Yönlendirir	11	25,59	281,50	215,5	281,5	-2,25	0,024
		Bireysel -Kendine Yeten	68	42,33	2878,5				
		Toplam	79						
(Q2):Kendine Yeterlilik	Fiziksel Risk	Katılımcı Grup Yönelimli	11	25,05	275,50	209,5	275,5	-2,34	0,019
		Bireysel Kendine Yeten	68	42,42	2884,5				
		Toplam	79						

“Çözüm yönelimli” bireyler ile “düşünce yönelimli” bireyler arasında algılanan “Finansal Risk (A), “Performans Riski açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda “düşünce yönelimli” bireylerin “çözüm odaklı” bireylere göre daha yüksek Finansal Risk (A) ve Performans Riski algıladıkları söylenebilir. “Muhafazakâr, Geleneksel” bireyler ile “Yeniliklere Açık” bireyler arasında algılanan “Psikolojik Risk ve “Sosyal Risk açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. “Muhafazakâr, Geleneksel” bireylerin “Yeniliklere Açık” bireylere göre daha yüksek “psikolojik risk” ve “sosyal risk” algıladıkları söylenebilir. “Bireysel Kendine Yeten ” bireyler ile “Katılımcı-Grup Tarafından Yönlendirilen” bireyler arasında algılanan “Finansal Risk (A) ve “Fiziksel Risk açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. “Bireysel Kendine Yeten” bireylerin “Katılımcı Grup Tarafından Yönlendirilen” bireylere göre daha yüksek “finansal risk(A)” ve “fiziksel risk” algıladıkları söylenebilir.

Beş Genel Kişilik Eğilimi itibariyle; İçe Dönük” bireyler ile “Dışa Dönük” bireyler arasında algılanan “Finansal Risk (A) ve “Finansal Risk (B), “Fiziksel Risk açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. “İçe Dönük” bireylerin “Dışa Dönük” bireylere

göre daha yüksek “finansal risk(A)” ve “finansal risk (B)” ve “fiziksel risk” algıladıkları söylenebilir.

Tablo 14: Beş Genel Kişilik Eğilimi İtibariyle Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Ürüne İlişkin Algıladıkları Risk Farklılıkları

5 Temel Kişilik Eğilimi	Algılanan Risk	Sağ Anlam - Sol Anlam	n	Sır. Ort	Sır. Top.	U	W	Z	Sig.
Dışa Dönüklük	Finansal Risk (A)	İçe Dönük	63	38,37	2417,50	165,5	210,5	-2,02	0,043
		Dışadönük	9	23,39	210,50				
		Toplam	72						
Dışa Dönüklük	Finansal Risk (B)	İçe Dönük	63	38,41	2420,00	163	208	-2,055	0,04
		Dışadönük	9	23,11	208,00				
		Toplam	72						
Dışa Dönüklük	Fiziksel Risk	İçe Dönük	63	39,15	2466,50	116,5	161,5	-2,873	0,004
		Dışadönük	9	17,94	161,50				
		Toplam	72						
Endişe Düzeyi	Performans Riski	Rahat Sabırlı	7	32,57	228,00	200	228	-2,214	0,027
		Gergin Sabırsız	11	62,75	7153,00				
		Toplam	12						
Bağımsızlık	Fiziksel Risk	Bağımlı Pasif	45	33,38	1502,00	208	328	-2,229	0,026
		Bağımsız Saldırgan	15	21,87	328,00				
		Toplam	60						

“Gergin Sabırsız” bireyler ile “Rahat Sakin” bireyler arasında algılanan Performans Riski açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla “Gergin Sabırsız” bireylerin “Rahat Sabırlı” bireylere göre daha yüksek performans riski algıladıkları söylenebilir.

“Bağımlı Pasif” bireyler ile “Bağımsız Saldırgan” bireyler arasında algılanan “Fiziksel Risk” açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda “Bağımlı Pasif” bireylerin “Bağımsız Saldırgan” bireylere göre daha yüksek fiziksel risk algıladıkları söylenebilir.

5. SONUÇ

Araştırma sonuçları bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya yönelik algıladıkları risklerin farklı boyutlar itibariyle incelenebileceğini göstermiştir. Bu bağlamda bireylerin ürüne yönelik risk algılarını ifade eden altı risk boyutu ortaya konmuştur. Katılımcıların risk boyutları açısından genel itibariyle yüksek derecede risk algılamadıkları tespit edilmiştir. Bireylerin ürüne yönelik algıladıkları risklerden finansal risk (B) ve performans riski boyutlarında diğer risk boyutlarına göre daha yüksek risk algıladıkları tespit edilmiştir.

Bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskler ile ortalama aylık gelir düzeyleri arasındaki ilişki algılanan risk boyutları itibariyle incelenmiş ve araştırma sonuçları, bireylerin ortalama aylık gelirleri ile ürüne yönelik algıladıkları psikolojik risk arasında anlamlı olarak ters yönlü bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur.

Araştırmanın bulgularına göre erkekler ve bayanlar arasında finansal risk (A) noktasında anlamlı farklılık tespit edilmiş fakat erkekler ve bayanlar arasında diğer risk boyutları

itibariyle herhangi bir anlamı farklılık tespit edilmemiştir. Yine araştırma sonuçlarına göre ürüne sahip olmayanların sahip olanlara göre daha yüksek psikolojik risk algıladıkları tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde bireylerin dizüstü bilgisayar satın almaya ilişkin algıladıkları riskler ile sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri arasında ve Temel Kişilik Özellikleri arasında anlamlı ilişkilerin varlığı saptanmıştır. Katılımcıların ürüne ilişkin algıladıkları riskler ile Beş Genel Kişilik Eğilimi'nden aldıkları standart puanlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Öte yandan 16 Temel Kişilik Özelliği esas alınarak gerçekleştirilen kişilik tasnifinde araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğunun ortalama puan aralığında yer aldığı anlaşılmıştır. Düşük ve yüksek skorlar dikkate alınarak yapılan testlerde ise farklı kişilik özelliğine sahip bireylerin farklı risk çeşitlerini farklı düzeylerde algıladıkları ortaya konmuştur. 16 Temel Kişilik Özellikleri Envanteri aracılığıyla elde edilen Beş Genel Kişilik Eğilimine ilişkin skorlar dikkate alınarak yapılan farklılık testleri ile bireylerin risk algılarının kişilik özellikleri bağlamında düzey ve çeşit olarak farklı olduğu anlaşılmıştır. Araştırmaya konu ürün ve örneklem önemli bir kısıt olarak değerlendirilerek sonuçların tüm ürün grupları ve tüketiciler açısından genellenmesi söz konusu değildir. Ancak çalışma farklı ürün grupları ve örneklem ile gerçekleştirildiği takdirde daha genellenebilir sonuçlara ulaşılması mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- ATKINSON, R.L. ve diğerleri, Psikolojiye Giriş, Arkadaş Yayınevi, 2.Baskı, Çeviren: Yavuz Alagon, Ankara, 2002
- BURGER, J.M., Kişilik, Kaknüs Yayınları, 1.Basım, Türkçesi: İnan Deniz Erguvan Sarioğlu, İstanbul, 2006
- CATTELL, H., & MEAD, A. (2008). The sixteen personality factor questionnaire (16PF). In G. Boyle, G. Matthews, & D. Saklofske (Eds.), The SAGE handbook of personality theory and assessment: Volume 2- Personality measurement and testing. (pp.135-160). London: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781849200479.n7>
- CONCHAR, M.P. ve G.M. ZINKHAN, C. PETERS, S. OLAVARRETA, "An Integrated Framework for the Conceptualization of Consumers' Perceived-Risk Processing", Journal of the Academy of Marketing Science, Volume 32, No. 4, 2004
- CÜCELOĞLU, D., İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları, Remzi Kitapevi, 16.Basım, İstanbul, Ağustos 2007
- DAVRANIŞ BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ (2008). 16PF Kişilik Envanteri (Beşinci Versiyon), <<http://www.dbe.com.tr/Default.aspx?SectionID=338>>, (8.11.2008)
- DAVRANIŞ BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ (2008). 16PF Kişilik Envanteri Test Künyesi, <<http://www.dbe.com.tr/Default.aspx?SectionID=339>>, (8.11.2008)
- DOOLIN, B., S. DILLON, F. THOMPSON, J. L. CORNER, "Perceived Risk, The Internet Shopping Experience and Online Purchasing Behavior: A New Zealand Perspective" Journal Of Global Information Management, Apr-Jun, 2005
- DOWLING, G.R., "Perceived Risk: The Concept and Its Measurement", Psychology & Marketing, Volume 3, Issue3, 1986

- DPSİKİYATRİ, Psikiyatride Önemli Kişiler: Henry Murray, <<http://www.dpsikiyatri.com/HenryMurray.asp>>, (17.07.2008)
- ERDEM, F., “Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım”, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (2), 2001
- FEIST, J., Theoris of Personality, Holt Rinehart, and Winston, Inc. Saunders Collage Puplishing, Second Edition, United State of America, 1990
- FUREDI, F., Korku Kültürü: Risk Almamanın Riskleri, Çeviren: BARIŞ Yıldırım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2001
- HALL, C.S., G. LİNDZEY, J.B. CAMPBELL, Theories of Personality, John Wiley & Sons, Inc., Fourth Edition, United State of America, 1998
- HEWSTONE, M., F. FINCHAM, J. FOSTER, Psychology, Blackwell Puplishing, United States of America, 2005
- HOYER, W.D., D.J. MACLNNIS, Consumer Behaviour, Houghton Mifflin Company, Third Edition, Boston-New York, 2004
- ISIR, T., “Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek Personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana, 2006
- İNANÇ, B.Y., E.E. YERLİKAYA, Kişilik Kuramları, Pegem Akademi Yayınevi, 1.Baskı, Ankara, Temmuz 2008
- KAVAS, A.C., A. KATRİNLİ, Ö.T. ÖZMEN, Tüketici Davranışları, Anadolu Üniversitesi Yayın No:880, AÖF Yayın No:468, Eskişehir, 1997
- KAVAS, A.C., Tüketici Davranışları, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:880, Eskişehir, 1997
- KOÇ, E., Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, 1.Basım, Ankara, 2007
- KURTULUŞ, K., Pazarlama Araştırmaları, Literatür Yayıncılık, Genişletilmiş 7.Basım, İstanbul, 2004
- MOWEN, J.C., Consumer Behavior, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Fourth Edition New Jersey, 1994
- MOWEN, J.C., M.S. MINOR, Consumer Behaviour: A Framework, Prentice-Hall, 1st Ed., United States of America, 2001
- ODABAŞI, Y., Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:908, Eskişehir, 1998
- ORDUN, G. “Beş Temel Kişilik Özelliği ve Alt Faktörlerin Analizine İlişkin Bir Çalışma”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Dergisi, Cilt:33, Sayı:2, Kasım 2004
- ÖNER, N., Türkiye’de Kullanılan Psikolojik Testler: Bir Başvuru Kaynağı, 3.Basım, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, Yayın No:584, İstanbul, 1997

- ÖZER, L. ve S. GÜLPINAR, “Hizmet Sektöründe Algıladıkları Riskler: Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 1, 2005
- ÖZER, P.S., Ö.N.T.ÖZMEN ve E.D.ERİŞ, “Öğrenilmiş Gereksinimlere Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”, Ege Akademik Bakış Dergisi, 7(2), 2007
- ÖZGÜVEN, İ.E., Psikolojik Testler, PDRM Yayınları, 3.Baskı, Ankara, 1999
- ÖZKALP, E., Psikolojiye Giriş Dersleri, Anadolu Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, Eskişehir, 2003
- ÖZTÜRK, A., Yöneylem Araştırması, Ekin Kitapevi Yayınları, Genişletilmiş 7.Basım, Bursa, 2001
- PETER, J.P. ve M.J. RYAN, “An Investigation Of Perceived Risk At the Brand Level”, Journal of Marketing Research, Vol:13, May, 1976.
- SCHIFFMAN, L.G., L.L. KANUK, Consumer Behaviour, Pearson Prentice Hall, International Edition (Eighth Edition), USA, 2004
- SENNETT, R., Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri, Çeviren: BARIŞ Yıldırım, Ayrıntı Yayınları, İkinci Basım, İstanbul, 2005
- STONE, R.N., K. GRONHAUG, “Perceived Risk: Further Considerations For The Marketing Discipline”, European Journal of Marketing. Bradford:, Vol.27, Iss. 3, 1993
- TUNCER, Y., “Yeni Ürün Geliştirmede Tüketici Açısından Algılanabilir Riskin Rolü ve Bir Uygulama”, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2000
- TÜRK DİL KURUMU (2008). <<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=veritbn&kelimesec=267075>>, (07.11.2008)
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Bülteni, Sayı:10, s.2, Haziran 2008, <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/Bulten_Turkce10.pdf>, (03.07.2008)
- WOODSIDE, A.G., “Informal Group Influence on Risk Taking”, Journal of Marketing Research, Vol. IX, May 1972
- YALÇINKAYA, T., Risk ve Belirsizlik Algılamasının İktisadi Davranışlara Yansımaları, Muğla Üniversitesi İİBF Tartışma Tebliği, No:2004/05, Muğla, 2004
- YANBASTI, G., Kişilik Kuramları, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 53, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 1996
- YARAMAN, A., Toplumsal Değişme ve Kişilik Özellikleri; Prometheus’tan Narkissos’a, Bağlam Yayınları, 1.Basım, İstanbul, 2003