

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

**BİREYSEL MEŞRUIYET ALGISININ KARAR ALMA STİLLERİNE
ETKİSİ: KRİPTO VARLIK ALIM SATIM PLATFORMLARI ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA**

Emre AÇAR¹ & Abdullah KIRAY²

Öz

Örgütlerin devamlılıklarını sağlayabilmeleri açısından oldukça önemli olan meşruiyet, bireylerin örgüt hakkındaki algı ve varsayımlarını ifade etmektedir. Meşruiyet algısı ise bireylerin kararlarında ve eylemlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu araştırmanın amacı da bireysel meşruiyet algısının karar alma stillerine etkisini kripto varlık alım satım platformları üzerinden incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, araştırmanın bağımsız değişkeni olan bireysel meşruiyet algısının karar alma stilleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bunun yanı sıra bu iki değişkenin medeni durum, eğitim düzeyi, yaş farkı ve hanede yaşayan toplam kişi sayısı sayısına göre farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. Literatür taranarak oluşturulan ilişki modeli test etmek için Çanakkale ilinde kripto varlık alım satım platformlarını kullanan 387 yatırımcı kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve bu kişilerden anket aracılığı ile veriler toplanarak analiz edilmiştir. Toplanan verilerle faktör, güvenilirlik, ilişki analizleri yapılmış, demografik değişkenler için de T-Testi ve Anova analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre bireysel meşruiyet algısı ile karar alma stilleri arasında anlamlı ilişki etkisi tespit edilmiş, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni etkilediği bulunmuştur. Pragmatik meşruiyet algısının karar alma stillerinden sezgisel karar alma ve doğal karar almayı etkilediği ve bilişsel meşruiyet algısının sezgisel karar alma, bağımlı karar alma ve akılcı karar almayı etkilediği ancak bilişsel meşruiyet algısının karar alma stillerini etkilemediği görülmüştür. Bazı demografik özellikler ile de bireysel meşruiyet algısı ve karar alma stilleri arasında anlamlı fark olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Meşruiyet, Meşruiyet Algısı, Karar Alma Stilleri, Kripto Alım Satım Platformları.

JEL Kodları: G41, L50, M10.

Başvuru: 10.08.2023 **Kabul:**18.09.2023

* Bu çalışma "Bireysel Meşruiyet Algısının Karar Alma Stillere Etkisi: Kripto Varlık Alım Satım Platformları Üzerine Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

¹ Yüksek lisans mezunu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 17emreacar@gmail.com, 0009-0008-6591-1370

² Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, abduallahkiray@gmail.com, 0000-0003-1734-8364

**THE EFFECT OF INDIVIDUAL LEGITIMACY PERCEPTION ON
DECISION-MAKING STYLES: A STUDY ON CRYPTOCURRENCY ASSET
TRADING PLATFORMS³**

Abstract

Legitimacy, which is very important for organizations to ensure their continuity, expresses the perceptions and assumptions of individuals about the organization. The perception of legitimacy plays an important role in the decisions and actions of individuals. The purpose of this research is to examine the effect of individual legitimacy perception on decision-making styles through crypto asset trading platforms. For this purpose, the effects of individual legitimacy perception on decision making styles were investigated. . In addition, it was also examined whether these two variables differ according to marital status, education level, age difference and the total number of people living in the household. In order to test the relational model created by scanning the literature, 387 investors using crypto asset trading platforms in Çanakkale were selected by convenience sampling method and data was collected through a questionnaire. Factor, reliability, correlation and regression analyzes were performed with the collected data, and T-Test and Anova analysis were performed for demographic variables. According to the findings, a significant relationship was found between the perception of individual legitimacy and decision-making styles, and it was found that the independent variable affected the dependent variable. It was found that pragmatic legitimacy perception affects intuitive decision making and natural decision making, and cognitive legitimacy perception affects intuitive decision making, dependent decision making and rational decision making, but cognitive legitimacy perception does not affect decision making styles. It has been determined that there is a significant difference between some demographic characteristics and the perception of individual legitimacy and decision-making styles.

Keywords: *Legitimacy, Perception of Legitimacy, Decision-Making Styles, Crypto Trading Platforms.*

JEL Codes: *G41, L50, M10.*

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŞ

Meşruiyet kavramı, yazında birçok farklı bilim dalı tarafından ilgi gösterilen önemli bir kavramdır. Meşruiyet, siyaset bilimi, sosyoloji, uluslararası ilişkiler gibi birçok farklı disiplinin temel yapı taşı olmakla beraber, örgüt çalışmaları alanında kurumsal kuram başta olmak üzere temel örgüt kuramları içerisinde yer almaktadır. Meşruiyet, kurallar bütününe uyum veya kabul etme şeklinde tanımlansa da belirli seviyeye gelmiş kişi ya da kurumların çevre tarafından kabul görmesi olarak da tanımlanabilir

³ The Extended English Summary is located the end of the Article

(Weber, 1978: 31). Öte yandan meşruiyet kazanımının, sistem içerisinde var olan kültür uyumuyla gerçekleşebileceği de bir başka görüştür (Suchman, 1995: 573).

Karar alma üzerine çok sayıda tanım yapılırsa da bunlardan en yaygın, ‘bize sunulan seçenekler arasında seçim yaparak sonuca ulaşma’ tanımıdır (Tatlılıoğlu, 2010: 34). İnsanlar karar alırken karşılarında hep birden fazla seçenek olmak zorundadır (Çoban ve Hamamcı, 2006: 394). İnsanlar, genellikle bu seçenekler arasından kendilerine en faydalı seçeneği seçerek karar alma eylemini gerçekleştirmektedirler. Bununla birlikte insanlar, elde ettikleri faydanın korunmasını da isteyeceklerdir. Bu nedenle maddi yatırım için karar alma eyleminde bulunacak kişiler, yapacakları yatırımının ve bu yatırımı koruyacakları platformların meşruluğunu göz önünde bulunduracağı ifade edilebilir.

Günümüzde yaygınlaşan teknoloji ile birlikte, hayatımıza birçok yenilik girmektedir. Bu yenilikler, hayatımızın her anında karşımıza çıkmaktadır. Son dönemlerde oldukça yaygınlaşan kripto varlıklar da artık insanlar tarafından yeni bir yatırım aracı olarak görülmektedir. Yapılan araştırmalara göre, kripto varlık yatırımları diğer geleneksel yatırımlara göre çok daha fazladır. Bu durumun en büyük sebebi olarak, kripto varlıkların bir merkez bankası veya devlet tarafından kontrol edilmemesi gösterilmektedir (Alptekin vd., 2018: 60). Kripto varlıkların, yatırım aracı dışında ticarete de kullanılmaya başlanmasının yanı sıra kara para aklama yöntemi olarak kullanılmasından dolayı bu varlıklar kısmi olarak devletler tarafından tanınmaya başlanmıştır (Nebil, 2018: 20).

Kripto varlıklar çoğunlukla çevrimiçi kullanılabilen, blokzincir teknolojisine dayalı bir sistemdir. Kripto varlık yatırımcıları farklı platformlar üzerinden alım satım yaptıklarında her bir veri sisteme kaydedilir. Bu yönüyle kripto varlık alım satım platformlarının bankacılık sistemiyle benzer şekilde çalıştığını söyleyebiliriz. Burada en büyük fark kripto para alımında veya satımında somut olarak bir yerden bir yere giden hiçbir şeyin olmamasıdır, değişen sadece rakamlardır. Bu rakamlar ancak para birimine dönüştürülüp banka hesaplarına gönderildiğinde somut bir varlık elde edilmektedir (Atabaş, 2018: 121-123).

Meşruiyet kazanımının, sosyal yapıların içerisinde bulunan ahlaki ve normatif kurallara uygunluk ile gerçekleşeceği savunulmaktadır (Walker, 2004: 242). Bu nedenle kripto varlık platformları da çeşitli yöntemlerle yatırımcılar tarafından meşruluk kazanma çabasına girmektedir. Örneğin çeşitli platformlar piyasaya girdiği ilk yıllardan itibaren milli takımlar ana sponsorluğunu yapmaktadır. Benzer şekilde bir başka platform da onlarca şehir futbol kulübüne sponsor olarak meşruiyet kazanma yoluna gitmişlerdir. Sponsorlukların yanı sıra halkı etkileyebilecek sanatçı, sporcu, iş adamı gibi birçok kişi, bu platformlar tarafından reklam yüzü olarak kullanılmaktadırlar.

Bu araştırmada kripto varlık alım satım platformlarının meşruiyet kazanımının, yatırımcıların karar alma stillerini etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Meşruiyet

algısı ile karar alma stillerinin kripto varlık alım satım platformları üzerinde hiç incelenmemiş olması yazın açısından bu araştırmayı oldukça önemli kılmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Meşruiyet Kavramı

Meşruiyet, kelime anlamı olarak geçerli olma durumu, meşruluk olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Meşruiyet kelimesi dilimize, Arapça'da açığa çıkarmak, kural koymak, kurala uygun olmak anlamlarını taşıyan 'şerea' fiilinin nesnesi olan 'meşru' kelimesinden geçmiştir (Akyüzoğlu, 2012: 28). Osmanlı Türkçesi'nde oldukça yaygın kullanılan meşruiyet kavramı, şeriata uygun olma, caiz sayılma gibi anlamlara sahiptir (Atay, 1997: 121).

Yazında farklı tartışmalar olsa da modern dönemde meşruiyet kavramını ilk inceleyen Max Weber'dir. Weber meşruiyeti, zorunluluk üzere kurala uyma olarak tanımlamıştır. Diğer yandan Weber meşruiyeti, otorite sahiplerinin toplumsal kabul ile otoriteyi kullanması olarak da tanımlamıştır (Weber, 1978: 31). Suchman (1995) yaptığı çalışmada meşruiyeti, kültürel ve kültürel olmayan örgütsel faaliyetlerin, sistem içerisinde kabul edilebilir normlara uygunluk olarak tanımlamıştır. Bu tanımlamadan yola çıkarak meşruiyetin, kültürel uyum ile var olabileceğini savunmuştur (Suchman, 1995: 573).

2.1.1. Meşruiyetin Kaynakları

Meşruiyet kaynakları için farklı görüşler olsa da ortak olan düşünce, meşruiyetin kaynaklarının iç ve dış unsurlardan oluştuğudur. İç unsur olarak yöneticiler, çalışanlar ve örgüt içi politikalar gösterilirken dış kaynaklar için finans destekçileri, devlet, toplum vb. unsurlar sıralanabilir. Nitekim farklı unsurlar ortaya atılsa da devlet ve toplum meşruiyetin en önemli kaynakları olarak gösterilmektedir (Ruef ve Scott, 1998: 880).

Hukuka uygun olmayan kurumların haklarının korunmayacağını ve yasa dışı varlıkların meşruluklarının da aynı doğrultuda olmayacağı görüşüne sahip olan Mazza, meşruiyetin temel kaynağının hukuk ve hukuka uygunluk olacağını belirtmiştir (Mazza, 1999: 24). Yılmaz (2018) yaptığı çalışmada Weber'in de meşruiyetin temel kaynağı olarak hukuku gösterdiğini savunmuştur. Bunun en büyük sebebi hukuk içerisinde örgüt veya yönetimin var olması ve hukukun kabul görmesi için yasal dayanaklara ihtiyacı olmasıdır (Yılmaz, 2018: 21).

Meşruiyetin kaynakları arasında gösterilen bir diğer unsur da medyadır. Medya, kamuoyu ve devlet arasında bir köprü olarak görüldüğünden dolayı sürekli tartışma konusu olmuş ve meşruiyet arabulucusu olarak görülmüştür (Deephhouse ve Suchman, 2008: 69).

2.1.2. Meşruiyetin Boyutları

Meşruiyet kavramını iyi anlamak amacıyla meşruiyet türlerinin incelenmesi zaruri hale gelmiştir. Yazarlar arasındaki tartışmalar sonucunda meşruiyet kavramına uymayan türlerin de ortaya çıktığı görülmektedir (Deephouse ve Schuman, 2008: 19). Buna karşılık temelde; pragmatik meşruiyet, ahlaki meşruiyet ve bilişsel meşruiyet olarak adlandırılan üç geniş meşruiyet türü ayırt edilebilir (Suchman, 1995: 577).

Pragmatik Meşruiyet: Pragmatik meşruiyet, bir örgütün, paydaşlarının kendi çıkarlarına yönelik faaliyetlerde bulunmasına dayanır (Suchman, 1995: 578). Pragmatik meşruiyet yapısı gereği paydaşları tarafından daha fazla değerlendirilmeye ve denetlenmeye açıktır. Bu nedenle diğer meşruiyet türlerine göre daha kırılğan ve hassas yapıya sahiptir. Örneğin aynı sistem içerisinde rakip kurumların daha fazla kâr vaat etmesi ve paydaşların beklentilerini karşılamaması kurumun meşruiyetini zedeleyebilir (Ashforth ve Gibbs, 1990: 179).

Normatif (Ahlaki) Meşruiyet: Pragmatik meşruiyetin aksine, ahlaki meşruiyet, belirli bir faaliyetin paydaşlara fayda sağlayıp sağlamadığına değil, faaliyetin "yapılacak doğru şey" olup olmadığına ilişkin yargılara dayanır. Bu yargılar da genellikle, paydaşların sosyal olarak içerisinde bulunduğu değer sistemi tarafından tanımlandığı şekliyle, faaliyetin toplumsal refahı etkin bir şekilde teşvik edip etmediğine dair inançları yansıtır (Suchman, 1995: 579).

Bilişsel Meşruiyet: Bilişsel meşruiyet, örgütün faaliyetleri ve amaçlarının çevre tarafından doğru ve tutarlı olarak kabul edilmesiyle gerçekleşir (Suchman, 1995: 582). Bilişsel meşruiyet, diğer meşruiyet tiplerinden farklı olarak, çevre tarafından istenildiğinde değil, kurumun yapısı ve faaliyetleri bilindiği takdirde kazanılacaktır (Arslan, 2018: 48). Bilişsel meşruiyette, kurumların ancak içerisinde bulunduğu sistemin kurallarına bilişsel biçimde yaklaşarak uymasıyla çevre tarafından faaliyetleri geçerli sayılacaktır. Bu nedenle bu tip meşruiyet türlerinde rıza ve çevre desteği şarttır. Çünkü bilişsel uyum, bireysel olarak değil toplumsal olarak belirlenen normlara uyumla gerçekleşir (Mazza, 1999: 37).

2.1.3. Meşruiyet Kazanımı

Meşruiyet kazanımı hem sisteme yeni giren örgütler hem de sistemde önceden var olan örgütler için eşit derecede zordur. Bu zorluk; yeni yandaş paydaşlar yaratmak ve önceden var olan meşru kurumları destek vermeye ikna etmek olmak üzere iki yoldan oluşur (Ashforth ve Gibbs, 1990: 182). Örgütlerin hedeflerini gerçekleştirmek ve amaçlarını sürdürmek için sistem içerisindeki bütün normlara uygun faaliyetlerde bulunmasına meşruiyet kazanımı denir. Meşruiyet kazanımı için de stratejilere ihtiyaç vardır (Yılmaz, 2018: 89).

2.1.4. Meşruiyet Kazanma Stratejileri

Örgütlerin hedeflerini gerçekleştirmek ve amaçlarını sürdürmek için sistem içerisindeki bütün normlara uygun faaliyetlerde bulunmasına meşruiyet kazanımı denir. Meşruiyet kazanımı için de stratejilere ihtiyaç vardır (Yılmaz, 2018: 89). Meşruiyet kazanımında sonuçlar genellikle kazanım gerçekleşikten sonra gözlemlenebilir olsa da örgütler bu riski göze alarak harekete geçerler. Çünkü içerisinde buldukları sistemde meşruiyet kazanımı için gerekli bilgiye sahip olmak zorundadırlar. Suchman, yaptığı çalışmayla meşruiyet kazanımını üç başlıkta çeşitlendirmiştir (Suchman, 1995: 587). Bunlar:

Çevreye Uyum Sağlama: Uyum, kabul edilmiş norm ve değerleri benimseyerek faaliyetleri bu norm ve değerlere uygun olarak gerçekleştirmeyi ifade eder (Elsbach ve Sutton, 1992: 700). Meşruiyet kazanmak isteyen yöneticiler genellikle en kolay yolu, örgütlerin önceden var olan bir örgütsel rejim içinde konumlandırmayı seçerler (Suchman, 1995: 587). Örgütlerin sistem içerisinde devamlılığını sürdürebilmesi için, pragmatik, ahlaki ve bilişsel meşruiyet türlerinin üçünü de benimseyerek uyum sağlaması gerekmektedir (Meyer ve Rowan, 1991: 53).

Kuruma Uygun Çevre Seçimi: Yöneticiler, örgütlerin çevreye göre yeniden şekillenmesini önlemek istiyorlarsa, uyumluluğun ötesine geçerek daha proaktif stratejilere yönelmelidirler. Bunlardan en basiti, karşılığında çok fazla değişiklik talep etmeden örgüte "olduğu gibi" meşruiyet sağlayacak bir çevre seçmektir (Suchman, 1995: 588). Bu durum sadece yeni kurulan örgütleri değil sistemin gerekli kıldığı norm ve değerleri karşılayamayan veya karşılaması durumunda örgüt ilkelerinden çok fazla taviz vermesi gereken örgütleri de kapsamaktadır. Böyle bir durumda örgütler buldukları sistemden çıkarak kendilerine daha uygun ve daha kolay uyum sağlayacakları sisteme geçiş yapabilirler (Oliver, 1991: 54).

Yeniden Tanımlama: Örgütler yeni sistem içerisinde yeni bir yapı ve norm algısı oluşturma çabasına girerek uyum sağlama yoluna gidebilir. Bu durumu geçerli kılmak için yeni faaliyetler oluşturma ya da yeni sistem kurma gibi eylemler gereklidir. Bu nedenle yeniden yapılanma kısmi olarak çevre seçimini de kapsamaktadır (Suchman, 1995: 590). Buldukları sistemde yeni norm oluşturma çabasına giren örgütler, reklam yoluyla baskı oluşturma, eğitimsel çalışmalarla algı değişikliği, yasa koyucularla iş birliği yaparak yeni kurallar oluşturma, sistem içerisinde baskısı olan oda, dernek, sendika gibi kurumlara üye olarak ya da yönetim kadrolarında yer alarak sisteme kendi normlarını baskılama yolunu tercih ederek sistemi aslında kendilerine uyum sağlamaya zorlayabilir (Oliver, 1991: 157).

2.2. Karar Alma Kavramı

Hayatı boyunca insanlar, karar alma eylemi ile karşı karşıya kalmaktadır. Kimi zaman bilinçli olarak kimi zaman da rutin haline gelmiş karar alma eylemi istemsiz şekilde gerçekleştirilebilmektedir (Gürçay, 1998: 15). Karar alma eylemi bir olay anında farklı seçeneklerden birini tercih etme yöntemidir (Emhan, 2007: 213). Karar kelime anlamı olarak 'bir iş veya sorun hakkında verilecek kesin yargı' şeklinde

tanımlanmıştır. Karar kelimesi Türkçemize Arapçadan geçmiştir (TDK, 2023). Karar alma incelenirken tek bir açıdan bakmak yanlış olacaktır. Günlük hayattan iş hayatına, devlet yönetiminden idari işlemlere kadar birçok alanda karar almayla karşılaşmaktadır (Koçel, 2003: 42).

Çoban ve Hamamcı (2006)'a göre karar alma eyleminin oluşması ve gerçekleşmesi üç koşula bağlıdır. Bunlar:

- ✓ Karar vermeyi gerektirecek bir sorunun oluşması, oluşan sorunlar arasında seçeneklerin bulunması ve karar alacak bireyin bu durumun farkında olması,
- ✓ Sorunu çözmek için mutlaka birden fazla seçeneğin bulunması,
- ✓ Karar alacak olan bireyin bu eylemi gerçekleştirirken özgür olması gerekmektedir (Çoban ve Hamamcı, 2006: 394).

2.2.1. Karar Alma Süreci

Karar alma bir anlık gelişen bir eylem gibi gözükse de aslında belirli bir süreç dahilinde meydana gelen bir eylemdir. Süreç kısaca, belli başlı eylemler dahilinde, olumlu veya olumsuz bir sonuca ulaşmak için yapılan çalışmadır. Diğer eylemlerde olduğu gibi karar alma eyleminde de belirli bir süreç gerçekleşmektedir (Omarov, 2016: 8).

Develioğlu (2006) ise yaptığı çalışmada karar alma sürecini beş adımlı bir yapı olarak ele almıştır bu adımlar:

Problem Belirlenmesi: Bu süreçte ilk olarak problem ya kendiliğinden ortaya çıkar ya da var olan problem fark edilir. Fark edilen problemle birlikte karar alma süreci başlamış olur.

Problem İçin Gerekli Bilgilerin Toplanması: Ortaya çıkan problemlerde öncesi ve sonrası için bazı bilgiler görünür olsa da görünmeyen bilgiler için birey, araştırma yapmak zorunda kalır.

Problemi Çözmek İçin Seçenekleri Yaratmak: Birey etkili karar alabilmesi için birden fazla seçenek yaratarak hem çözümü kolaylaştırmalı hem de sonuca daha hızlı varmalıdır. Bunun yanında ne kadar çok seçenek yaratılırsa, probleme o kadar çok geniş bir perspektiften bakmış olur.

Karar Almak: Bu aşamada karar almadaki en önemli unsur seçenekleri sıralamak olacaktır. Bu sıralamada olmasa da olur denilen seçenekler elenmelidir. Tam tersine eğer bir seçenek bütün ölçütleri karşılıyor ve diğer seçeneklere ağır basıyorsa birinci sıraya yazılmalıdır. Bu iki seçenek ayırımından sonra önem değerlerine göre seçenekler sıralanarak karar alma aşaması uygulanmış olur.

Alınan Kararı Uygulamak: Tüm aşamalardan sonra alınan karar uygulanır ve sonuçlar gözlemlenir (Develioğlu, 2006: 38).

2.2.2. Karar Alma Sürecini Etkileyen Faktörler

Karar almayı etkileyen faktörler insanların içerisinde bulunduğu sosyo-kültürel yapı, ekonomik yapı, aile baskısı, kişilik özellikleri gibi birçok farklı unsur tarafından etkilenmektedir (Halis, 2002: 61). Karar alma süreci psikolojik açıdan ele alındığında farklı bir bakış açısı yakalamak gerekebilir. Bireyler karar alma sürecinde sadece dış çevre ile bir etkileşime girmekle kalmayıp aynı zamanda kendi içerisinde bir hesaplaşma içerisinde de olabilir. Bu nedenle birey bu süreçte hem kendisi için oluşturduğu psikolojik ihtiyaçlarını gidermek hem de çevresi için kendisinden beklenen hamleleri karşılayarak bir mücadele verebilir (Sardoğan vd., 2006: 79).

Karar alma sürecini etkileyen başlıca unsurlar, doğru karar alma endişesi, çevrenin etkisi, zaman faktörü, psikolojik durum ve kişisel özellikler olarak sıralanabilir (Bakan ve Büyükebeşe, 2008: 32). Karar almayı etkileyen bir diğer önemli unsur da strestir. Sosyal hayatlarında gayet soğukkanlı olan bireyler karar alma eylemiyle karşı karşıya kaldığında stres yaşayabilmektedir. Stresini doğru şekilde yönetemeyen bireyler olumsuz sonuçlara neden olabilecek kararlar almaya meyilli hale gelmektedirler (Omarov, 2016: 6).

Tekin (2009) yaptığı çalışmada karar alma sürecini etkileyen unsurları bireye ait özellikler ve birey dışı özellikler olarak ayırmıştır. Bireye ait özellikleri, kişisel özellikler, stres, doğru karar alma kaygısı, olayları algılama biçimi, önyargı eşiği, kazanmış olduğu beceriler vb. olarak sıralarken; birey dışı özellikleri, çevre baskısı, zaman baskısı, katılım, diğer bireyler ile etkileşim, haberleşme ağı vb. unsurlar sıralanmıştır (Tekin, 2009: 29).

2.2.3. Karar Alma Stilleri

Karar alma stillerinde, bireylerin karar alma stratejilerinin içsel ve dışsal olarak birçok faktör tarafından etkilendiği görülmektedir (Çoban ve Hamamcı, 2006: 395). Bu faktörler arasında yaş gruplarının farklılığı, bireyin içerisinde bulunduğu aile yapısı, akranları tarafından maruz kaldığı baskı, özgüven varlığının seviyesi gibi kişinin karar almasında doğrudan etkili faktörleri sayabiliriz (Mann vd., 1989: 270). Bireyler karar alma stillerini belirlerken farklı yöntemlere başvurmaktadır. Bu yöntemler kişilik özellikleri, çevre şartları gibi değişken özelliklere bağlı olabilir. Bireylerin seçenekler arasından birini seçmek zorunda kaldıklarında sonuçlarını bildikleri seçeneklerden birini seçmeye daha yakın olduklarını savunulmuştur (Gigerenzer, 1996: 662).

2.2.4. Karar Alma Stillерinin Boyutları

Karar alma stillerinde bireylerin karakteristik özellikleri oldukça belirleyici rol üstlenmektedir. Bu özelliklerden yola çıkarak birçok farklı araştırmacı farklı başlıklar altında karar alma stillerini boyutlandırmıştır. Bu sınıflandırma çalışmalarının en

önemlisi Scott ve Bruce (1995)'un yaptığı çalışmalarıdır. Scott ve Bruce (1995) yaptığı ölçek çalışmasında karar alma stillerini beş başlık altında boyutlandırmıştır.

Bağımlı Karar Alma: Genellikle emir altında çalışanlar veya ekonomik ya da manevi olarak bağlı oldukları kişilerce baskı altında olan kişiler, bu kişilerin istekleri ve çıkarları doğrultusunda karar alma eğilimi göstermektedirler (Phillips vd., 1984: 500).

Akılcı Karar Alma: Akılcı karar alma stili kişilerin karar almasında bir amacı olduğu teorisine dayanmaktadır. Kişi amaçları doğrultusunda karar almak için kendisine seçenek oluşturur ve bu seçenekler arasında amacına en uygun seçenikle yola çıkarak karar almayı hedefler. Belirlenen amaç aynı zamanda oluşturulan seçeneklerinde değerini ortaya çıkaracaktır. Amaç karar almadan önce belirleneceği için oluşturulacak seçenekler ve yol bu amaca uygun gerçekleşir (Taş ve Boztoprak, 2012: 295) :

Sezgisel Karar Alma: Sezgisel karar alma, kısaca duygusal karar verme stili olarak açıklanabilir. Akılcı karar verme araştırma ve sonuçları karşılaştırma yoluna giderken sezgisel karar alma daha çok kişinin kendi kendine düşünmesiyle iç sesini dinleyerek ortaya çıkmaktadır (Soyer vd., 2020: 3).

Çekingen Karar Alma: Bireyler karar alma durumunda bir zorlukla karşılaştığında karar almaktan çekinebilir veya karar alma eylemini erteleme yoluna gidebilir (Scott ve Bruce, 1995: 824).

Doğal Karar Alma: Doğal karar alma stili diğer stillerden farklı olarak ani gelişen olaylarda o an neyi gerektiriyorsa spontane bir şekilde karar alınmasıdır. Genellikle günlük hayatta sürekli karşımıza çıkan olaylarda varlık göstermektedir (Tatlıoğlu, 2010: 41)

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın üçüncü bölümünde araştırmanın yöntemi yer almaktadır. İlk olarak araştırmanın; amacı ve önemi ile kapsam ve kısıtlarına yer verilmiştir. Sonrasında, araştırmanın yöntemi başlığı altında, araştırmanın; örnekleme, modeline, hipotezlerine, veri toplama aracına ve değişkenlerine yönelik bilgiler verildikten sonra araştırmada kullanılan istatistiksel yöntemler açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma temel olarak kripto varlık yatırımcılarının bireysel meşruiyet algılarının karar alma stilleri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Diğer yandan araştırmada yer alan bireysel meşruiyet algısı ve karar alma stilleri değişkenlerinin demografik olarak değişiklik gösterip göstermediğini ortaya koymak da ikinci bir amaçtır.

Bu doğrultuda yatırımcıların meşruiyet algısı düzeylerinin, yatırım için karar alma stillerini önemli ölçüde etkilediği düşünülmektedir. Yatırım platformları arasında son

dönemlerde giren ve sayıları gittikçe artan kripto varlık alım satım platformlarının sistem içerisinde sürdürülebilirliği için yatırımcılar açısından meşruiyet algısının karar alma stillerine etkisinin öğrenilmesi önem arz etmektedir.

Bu araştırma, kripto varlık yatırımcılarının meşruiyet algısının karar alma stillerine etkisinin tespiti açısından önemli görülmektedir. Öte yandan yazında, meşruiyet algısına ve karar alma stillerine yönelik çalışmalar bulunsa da iki değişkenin bir arada incelendiği çalışma yok denecek azdır. İki değişkenin kripto varlık alım satım platformları üzerinde incelendiği hiçbir çalışmanın olmaması da bu araştırmayı önemli kılmaktadır.

3.2. Araştırmanın Kapsam ve Kısıtları

Bu araştırma maliyet, ulaşılabilirlik, zaman gibi nedenlerden dolayı hem konu bakımından hem uygulama bakımından sınırlandırılmıştır. Araştırmanın konu kapsamı, bireysel meşruiyet algısının karar alma stillerine etkisi, kripto varlık alım satım platformları kapsamında sınırlandırılmıştır. Araştırmanın uygulama kapsamı da kripto varlık alım satım platformlarını kullanan Çanakkale’de yaşayan yatırımcılar ile sınırlandırılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. İhtiyaç duyulan veriler literatürden elde edilen ölçekler yardımıyla anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırmanın; örnekleme, modeli, hipotezleri, veri toplama aracı ve değişkenleri ile araştırmada kullanılan istatistiksel yöntemlere ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

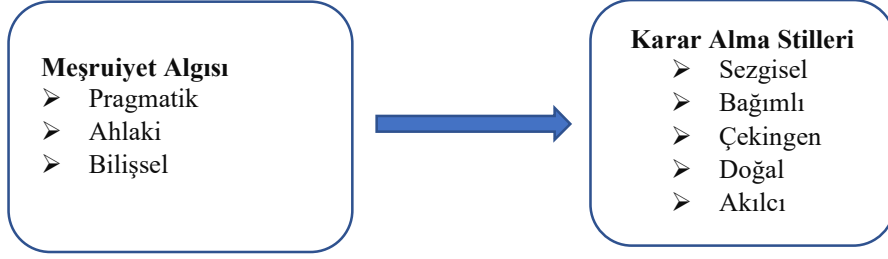
3.3.1. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmada, yaygın olarak kullanılan ve uygulamada da en ideal yöntem olması sebebiyle kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Altunışık vd., 2005: 132). Araştırmanın evrenini Çanakkale ili genelinde kripto varlık alım satım platformlarını kullanan yatırımcılar oluşturmaktadır. Evrenin tamamına zaman ve maddi kısıtlardan dolayı ulaşmak mümkün olmadığı için Çanakkale merkez ilçesinde rastgele seçilmiş kripto varlık alım satım platformlarını kullanan yatırımcılar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Çanakkale merkez ilçe genelinde, çevrimiçi form üzerinden ve elden anket dağıtım yöntemiyle toplam 400 anket toplanmıştır. Bu 400 anketin 13’ünün kullanılamaz olduğu tespit edilmiş ve toplam 387 anket ile araştırma analizleri yapılmıştır.

3.3.2. Karar Alma Sürecini Etkileyen Faktörler

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkiyi ele alan tanımlayıcı model kullanılmıştır. Bu doğrultuda, değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir. Bağımsız değişken olan meşruiyet algısı ile bağımlı değişken olan karar alma stilleri arasında ilişki olduğu varsayılmıştır. Bu varsayımına ilişkin araştırma modeli aşağıda Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



3.3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkilerin test edilmesine yönelik geliştirilen araştırma hipotezleri şu şekildedir:

H₁: Bireysel meşruiyet algısı, karar alma stillerinin sezgisel boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{1a}: Bireysel meşruiyet algısının pragmatik boyutu, karar alma stillerinin sezgisel boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{1b}: Meşruiyet algısının ahlaki boyutu, karar alma stillerinin sezgisel boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{1c}: Meşruiyet algısının bilişsel boyutu, karar alma stillerinin sezgisel boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₂: Bireysel meşruiyet algısı, karar alma stillerinin bağımlı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{2a}: Meşruiyet algısının pragmatik boyutu, karar alma stillerinin bağımlı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{2b}: Meşruiyet algısının ahlaki boyutu, karar alma stillerinin bağımlı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{2c}: Meşruiyet algısının bilişsel boyutu, karar alma stillerinin bağımlı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₃: Bireysel meşruiyet algısı, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{3a}: Meşruiyet algısının pragmatik boyutu, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{3b}: Meşruiyet algısının ahlaki boyutu, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{3c}: Meşruiyet algısının bilişsel boyutu, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₄: Bireysel meşruiyet algısı, karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{4a}: Meşruiyet algısının pragmatik boyutu, karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{4b}: Meşruiyet algısının ahlaki boyutu, karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{4c}: Meşruiyet algısının bilişsel boyutu, karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₅: Bireysel meşruiyet algısı, karar alma stillerinin akılcı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{5a}: Meşruiyet algısının pragmatik boyutu, karar alma stillerinin akılcı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{5b}: Meşruiyet algısının ahlaki boyutu, karar alma stillerinin akılcı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{5c}: Meşruiyet algısının bilişsel boyutu, karar alma stillerinin akılcı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₆: Medeni durum, karar alma stillerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{6a}: Medeni durum, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₇: Eğitim düzeyi, Bireysel meşruiyet algısını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{7a}: Eğitim düzeyi, meşruiyet algısının pragmatik boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{7b}: Eğitim düzeyi, meşruiyet algısının ahlaki boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₈: Eğitim düzeyi, karar alma stillerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{8a}: Eğitim düzeyi, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{8b}: Eğitim düzeyi, karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₉: Yaş farkı, bireysel meşruiyet algısını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{9a}: Yaş farkı, meşruiyet algısının pragmatik boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{9b}: Yaş farkı, meşruiyet algısının ahlaki boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₀: Yaş farkı, karar alma stillerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{10a}: Yaş farkı, karar alma stillerinin sezgisel boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{10b}: Yaş farkı, karar alma stillerinin bağımlı boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{10c}: Yaş farkı, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{11d}: Yaş farkı, karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₁: Hanede yaşayan toplam kişi sayısı, bireysel meşruiyet algısını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{11a}: Hanede yaşayan toplam kişi sayısı, meşruiyet algısının pragmatik boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{11b}: Hanede yaşayan toplam kişi sayısı, meşruiyet algısının ahlaki boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{11c}: Hanede yaşayan toplam kişi sayısı, meşruiyet algısının bilişsel boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₂: Hane toplam geliri, karar alma stillerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

- H_{12a}: Hane toplam geliri, karar alma stillerinin çekingen boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
- H_{12b}: Hane toplam geliri: karar alma stillerinin doğal boyutunu anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

3.3.4. Veri Toplama Aracı ve Değişkenler

Veriler toplanırken anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunda iki farklı ölçek kullanılmıştır. Bunlardan birincisi Kostas Alexiou ve Jennifer Wiggins (2019) tarafından geliştirilen üç boyutlu bireysel meşruiyet algısı ölçeğidir. Ölçek özü korunarak Türkçe'ye çevrilmiş ve kripto alım satım platformlarına uyarlanmıştır. Diğer ölçek ise Scott ve Bruce (1995) tarafından geliştirilen beş boyutlu karar alma stilleri ölçeğidir. Ölçek özü korunarak Türkçe'ye çevrilmiştir. Anket formunda yer alan ölçekleri yanıtlamak için "1= Kesinlikle Katılmıyorum", "2= Katılmıyorum", "3= Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum", "4=Katılıyorum", "5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde beşli likert tipi metrik kullanılmıştır.

3.3.5. Uygulanan İstatistikî Yöntemler

Verilerin analizini yapmak amacıyla kullanılan belirli istatistikî yöntemler kullanılmıştır. Bu analizler, “IBM SPSS Statistics 20” programı ile yapılmıştır. Toplanan anketlerin 13 tanesinde kayıp veri tespit edilmiş ve değerlendirme dışı bırakılmıştır. Her ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır. Aynı zamanda her ölçek ve alt boyutları için Cronbach’s Alpha katsayısı dikkate alınarak, güvenilirlik düzeyleri hesaplanmıştır. Sonrasında araştırma kapsamında ele alınan değişkenler arasındaki ilişkileri ölçmek için Pearson’s Korelasyon analizi yapılmıştır. Hipotezleri test etmek için regresyon analizi yapılmıştır. Son olarak demografik değişkenler ve araştırmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için T- testi ve Anova testi yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde araştırmaya dair demografik bulgular, güvenilirlik ve faktör analizine ilişkin bulgular ve hipotezlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

4.1. Demografik Bulgular

Bu kısımda katılımcıların; cinsiyetlerine, medeni durumlarına, eğitim düzeylerine, yaşlarına, hanelerinde yaşayan toplam kişi sayılarına, hanelerine giren toplam gelirlerine ve kripto varlık dışındaki yatırımlarına ilişkin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Dağılım

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Kadın	149	38,5	Evli	70	18,1
Erkek	238	61,5	Bekar	317	81,9
Toplam	387	100	Toplam	387	100
Yaş	Frekans	Yüzde	Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde
18-25	237	61,2	İlkokul	9	2,3
26-33	86	22,2	Lise	116	30
34-41	41	10,6	Önlisans	9	2,3
42-50	13	3,4	Lisans	199	51,4
51-55	10	2,6	Lisansüstü	54	14
Toplam	387	100	Toplam	387	100
Toplam Hane Geliri (TL)	Frekans	Yüzde	Hanede Yaşayan Sayısı	Frekans	Yüzde
0-4.250	30	7,8	1-2	101	26,1
4.250-6.000	37	9,6	3-4	207	53,5
6.000-8.000	47	12,1	5-6	66	17,1

8.000-10.000	41	10,6	7+	13	3,4
10.000-12.000	126	32,6	Toplam	387	100
12.000+	106	27,4			
Toplam	387	100			

4.2. Güvenirlilik ve Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Bireysel meşruiyet algısı ve karar alma stilleri değişkenlerine ilişkin verilere, ölçeklerin yapı geçerliliklerini sağlamak için, faktör analizi ve varimaks döndürme yöntemi uygulanmıştır. Temel bileşenler analizi üzerinde yapılan Kaiser-Meier-Olkin (KMO) testleri, Bartlett testleri ve genel iç tutarlık (Cronbach's Alpha) değerleri aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ölçeklere ilişkin KMO, Barlett ve Güvenirlilik Testleri

Ölçekler	KMO Değerleri	Barlett Değerleri	Barlett Anlamlılık	Genel İç Tutarlılık (Cronbach's Alfa)
Meşruiyet Algısı	,868	1220,559	,000	,826
Karar Alma Stilleri	,809	3330,904	,000	,791

Meşruiyet algısı ve karar alma stillerine ait ölçeklerin faktör analizleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda faktör yükleri 0,50'nin altında kalan sorular ölçeklerden çıkartılmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilen sonuçların teoriye uygun olduğu ve sosyal bilimler alanındaki güvenilirlik ve geçerlilik düzeylerinin yeterli olduğu görülmüştür. Faktör analizleri sonucunda elde edilen faktör yapıları, faktör yükleri, hesaplanan genel iç tutarlılık katsayısı ve açıklanan varyanslara ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir.

4.2.1. Bireysel Meşruiyet Algısı Ölçeği

Bireysel meşruiyet algısı ölçeğinin maddelerine faktör analizi ve varimaks döndürmesi yapılarak 3 faktör çözümü elde edilmiştir. Oluşan faktörler, toplam varyansın %53,015'ini açıklamaktadır. Pragmatik boyutunun açıklandığı varyans oranı %8,434; ahlaki boyutunun açıklandığı varyans oranı %32,965; bilişsel boyutunun açıklandığı varyans oranı %11,618 tür. Elde edilen faktörlerin dönüştürülmüş faktör yükleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Bireysel Meşruiyet Algısı Ölçeğinin Dönüştürülmüş Faktör Yükleri

Değişken Kodu	Pragmatik	Ahlaki	Bilişsel
MA_P2	,801		
MA_P1	,606		
MA_P5	,587		
MA_P4	,532		
MA_A12		,794	
MA_A10		,743	
MA_A7		,686	
MA_A11		,542	
MA_A9		,518	
MA_B16			,738
MA_B17			,703
MA_B18			,672
MA_B15			,662
İç Tutarlılık Katsayıları (Cronbach's Alpha)	,648	,765	,694
Hesaplanan Genel İç Tutarlılık Katsayısı (Cronbach's Alpha)	,826		
Açıklanan Varyanslar	8,434	32,965	11,618
Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi – Döndürme Yöntemi: Varimaks Döndürme			

Yapılan faktör analizi sonucunda, faktör yükü %0,50 altında kalan toplam 6 madde ölçek kapsamından çıkartılmıştır. Çıkarılan maddelerin kodları şu şekildedir: MA_P2, MA_P6, MA_A8, MA_A13, MA_A14 ve MA_B19. Yapılan faktör analizi sonucunda, meşruiyet algısı ölçeğinin teoriye uygun bir yapıyı ölçtüğü ve yapı geçerliliğine sahip olduğu görülmektedir. Meşruiyet algısı ölçeğindeki değişkenlere ait ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo4. Bireysel Meşruiyet Algısı Ölçeğinin Değişken Ortalamaları

Faktörler	Ölçek Maddeleri	Değişken Ortalamaları	Standart Sapma	Faktör Ortalamaları
Pragmatik	MA_P1	3,3566	1,06376	3,06305
	MA_P2	2,8915	1,12144	
	MA_P4	3,0568	1,02653	
	MA_P5	2,9483	1,04679	
Ahlaki	MA_A7	3,1499	1,09083	2,9979
	MA_A9	2,6873	1,06665	
	MA_A10	3,0879	1,03440	
	MA_A11	3,1680	,98707	
	MA_A12	2,8966	1,09150	
Bilişsel	MA_B15	3,4160	1,18717	3,531
	MA_B16	3,6899	,97745	
	MA_B17	3,5349	,99256	
	MA_B18	3,4832	1,04639	

4.2.2. Karar Alma Stilleri Ölçeği

Karar alma stilleri ölçek maddelerine ait veriler faktör analizi ve varimaks döndürülmesi yapılarak 5 faktör çözümü elde edilmiştir. Oluşan faktörler toplam varyansın %61,585'ini açıklamaktadır. Sezgisel boyutun açıklandığı varyans oranı %19,801; çekingen boyutun açıklandığı varyans oranı %17,974, akılcı boyutun açıklandığı varyans oranı 10,524, bağımlı boyutun açıklandığı varyans oranı %6,965, doğal boyutun açıklandığı varyans oranı %6,221'dir. Elde edilen faktörlerin döndürülmüş faktör yükleri Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Karar Alma Stilleri Ölçeğinin Döndürülmüş Faktör Yükleri

Değişken Kodu	Sezgisel	Çekingen	Akılcı	Bağımlı	Doğal
KA S21	,849				
KA S20	,816				
KA S24	,750				
KA S23	,667				
KA S22	,635				
KA Ç32		,849			
KA Ç33		,830			
KA Ç31		,705			
KA Ç34		,699			
KA A43			,797		
KA A41			,789		
KA A42			,786		

KA_A40			,769		
KA_B27				,780	
KA_B28				,765	
KA_B30				,661	
KA_B26				,652	
KA_B29				,554	
KA_D36					,821
KA_D37					,786
KA_D39					,697
İç Tutarlılık Katsayıları (Cronbach's Alpha)	,823	,823	,822	,740	,727
Hesaplanan Genel İç Tutarlılık (Cronbach's Alpha)	,791				
Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi – Döndürme Yöntemi: Varimaks Döndürme					

Yapılan faktör analizi sonucunda, faktör yükü %0,50 altında kalan toplam 2 madde ölçek kapsamından çıkartılmıştır. Çıkartılan maddelerin kodları şu şekildedir: MA_S25, MA_D35. Yapılan faktör analizi sonucunda, karar alma stilleri ölçeğinin teoriye uygun bir yapıyı ölçtüğü ve yapı geçerliliğine sahip olduğu görülmektedir. Karar alma stilleri ölçeğindeki değişkenlere ait ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Karar Alma Stilleri Ölçeği Değişken Ortalamaları

Faktörler	Ölçek Maddeleri	Değişken Ortalamaları	Standart Sapma	Faktör Ortalamaları
Sezgisel	MA_S20	3,6227	1,15723	3,6482
	MA_S21	3,6822	1,13346	
	MA_S22	3,8191	1,05955	
	MA_S23	3,4522	1,18482	
	MA_S24	3,6667	1,05791	
Çekingen	MA_Ç31	2,7545	1,24850	2,6253
	MA_Ç32	2,5917	1,22315	
	MA_Ç33	2,5168	1,21374	
	MA_Ç34	2,6382	1,20594	
Akılcı	MA_A40	3,7261	1,06397	3,8611
	MA_A41	3,7726	1,04310	
	MA_A42	3,9328	1,02337	
	MA_A43	4,0129	,98029	

Bağımlı	MA B26	3,4186	1,17639	3,19072
	MA B27	3,2946	1,06331	
	MA B28	3,4212	1,07533	
	MA B29	3,0052	1,15618	
	MA B30	2,8140	1,16134	
Doğal	MA D36	2,9251	1,17490	2,9464
	MA D37	2,9638	1,14888	
	MA D38	2,7623	1,24064	
	MA D39	3,1344	1,17289	

4.3. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkilerin test edilmesi için pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda belirlenen ilişkiler dahilinde; bağımsız değişken olan meşruiyet algısının bağımlı değişken olan karar alma stillerini etkileme düzeylerini açıklamak için regresyon analizi yapılmıştır. Daha sonra da demografik değişkenler ile meşruiyet algısı ve karar alma stilleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek için t testi ve anova testi yapılmıştır. Korelasyon analizine, regresyon analizine, t testi ve anova testine ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir.

4.3.1. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Tablo 7. Araştırmada Kullanılan Değişkenlerin Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi

		Prag.	Ahla ki	Bilişs el	Sezg i.	Bağı m.	Çeki n.	Doğ al	Akıl cı
Pragmatik	Pearson cor.	1							
	Sig (2-tailed)								
Ahlaki	Pearson cor.	,552**	1						
	Sig (2-tailed)	,000							
Bilişsel	Pearson Cor.	,385**	,406**	1					

	Sig (2- tailed)	,000	,000						
Sezgise l	Pears on Cor.	,218 **	,152 **	,226* *	1				
	Sig (2- tailed)	,000	,003	,000					
Bağımlı	Pears on Cor.	,126 *	,082	,170* *	,147 **	1			
	Sig (2- tailed)	,013	,108	,001	,004				
Çeking en	Pears on Cor.	,107 *	,134 **	,109* *	,042	,364* *	1		
	Sig (2- tailed)	,035	,008	,032	,406	,000			
Doğal	Pears on Cor.	,223 **	,186 **	,062	,160 **	,141* *	,382 **	1	
	Sig (2- tailed)	,000	,000	,226	,002	,005	,000		
Akılcı	Pears on Cor.	,106 *	,130 *	,258* *	,353 **	0,78	- 0,13 0*	- 177 **	1
	Sig (2- tailed)	,037	,011	,000	,000	,126	,011	,000	

Araştırma kapsamında Tablo 7’de meşruiyet algısı (Pragmatik, Ahlaki, Çekingen) ile karar alma stilleri (Sezgisel, Çekingen, Akılcı, Bağımlı, Doğal) arasındaki korelasyon analizi sonuçları gösterilmiştir.

Araştırmada, meşruiyet algısı ölçeğinin pragmatik boyutu ile, karar alma stilleri ölçeğinin sezgisel, bağımlı, çekingen, doğal ve akılcı boyutları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırmada meşruiyet algısı ölçeğinin ahlaki boyutu ile, karar alma stilleri ölçeğinin, sezgisel, çekingen, doğal ve akılcı boyutu ile arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki edilmiştir. Meşruiyet algısı ölçeğinin ahlaki boyutu ile karar alma stilleri ölçeğinin bağımlı boyutu arasında ilişki tespit edilememiştir.

Araştırmada meşruiyet algısı ölçeğinin bilişsel boyutu ile, karar alma stilleri ölçeğinin, sezgisel, bağımlı, çekingen ve akılcı boyutları ile arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Meşruiyet algısı ölçeğinin bilişsel boyutu ile karar alma stilleri ölçeğinin doğal boyutu arasında ilişki tespit edilememiştir.

4.3.2. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Yapılan regresyon analizinde, elde edilen düzeltilmiş R² değeri sonucuna göre yatırımcıların sezgisel karar alma stilinde meydana gelen değişikliğin %6,3'ü meşruiyet algısı ölçeğinin 3 boyutu tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 8. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Anlamlılık
Pragmatik Meşruiyet	Sezgisel Karar Alma	0.11*
	Bağımlı Karar Alma	,184
	Çekingen Karar Alma	,586
	Doğal Karar Alma	,002*
	Akılcı Karar Alma	,896
Ahlaki Meşruiyet	Sezgisel Karar Alma	,998
	Bağımlı Karar Alma	,707
	Çekingen Karar Alma	,143
	Doğal Karar Alma	,089
	Akılcı Karar Alma	,580
Bilişsel Meşruiyet	Sezgisel Karar Alma	,003*
	Bağımlı Karar Alma	,009*
	Çekingen Karar Alma	,300
	Doğal Karar Alma	,347
	Akılcı Karar Alma	,000*

Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan regresyon modeli (F=9,830 P<0,01) anlamlıdır. Meşruiyet algısının pragmatik boyutu ($\beta=,155$; P<0,05) yatırımcıların sezgisel karar alma stilini pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Meşruiyet algısının ahlaki boyutu ($\beta=,001$; P>0,05) sezgisel karar alma stilini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Meşruiyet algısının bilişsel boyutu ($\beta=,167$; P<0,05) sezgisel karar alma stilinin pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Sonuç olarak H1 hipotezi kısmi olarak (H1a ve H1b) kabul edilmiştir.

Yapılan regresyon analizinde, elde edilen düzeltilmiş R² değeri sonucuna göre yatırımcıların bağımlı karar alma stilinde meydana gelen değişikliğin %2,6'sı meşruiyet algısı ölçeğinin 3 boyutu tarafından açıklanmaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan regresyon modeli (F=4,421 P<0,01) anlamlıdır. Meşruiyet algısının pragmatik boyutu ($\beta=,105$; P>0,05) bağımlı karar alma stilini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Meşruiyet algısının ahlaki boyutu ($\beta=,105$; P>0,05) bağımlı karar alma stilini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Meşruiyet algısının bilişsel boyutu ($\beta=,185$; P<0,05) yatırımcıların bağımlı karar alma stilini pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Sonuç olarak H2 hipotezi kısmi olarak (H2c) kabul edilmiştir.

Yapılan regresyon analizinde, elde edilen düzeltilmiş R² değeri sonucuna göre yatırımcıların çekingen karar alma stilinde meydana gelen değişikliğin %1,5'i meşruiyet algısı ölçeğinin 3 boyutu tarafından açıklanmaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan regresyon modelinin (F=2,922 P>0,05) anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak H3 hipotezi reddedilmiştir.

Yapılan regresyon analizinde, elde edilen düzeltilmiş R² değeri sonucuna göre yatırımcıların doğal karar alma stilinde meydana gelen değişikliğin %5'i meşruiyet algısı ölçeğinin 3 boyutu tarafından açıklanmaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan regresyon modelinin (F=7,805 P<0,01) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meşruiyet algısının pragmatik boyutu ($\beta=,185$; P<0,05) yatırımcıların sezgisel karar alma stilini pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Meşruiyet algısının ahlaki boyutu ($\beta=,105$; P>0,05) doğal karar alma stilini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Meşruiyet algısının bilişsel boyutu ($\beta=,167$; P<0,05) bağımlı karar alma stilinin anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Sonuç olarak H4 hipotezi kısmen (H4a) kabul edilmiştir.

Yapılan regresyon analizinde, elde edilen düzeltilmiş R² değeri sonucuna göre yatırımcıların akılcı karar alma stilinde meydana gelen değişikliğin %6'sı meşruiyet algısı ölçeğinin 3 boyutu tarafından açıklanmaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan regresyon modelinin (F=9,196 P<0,01) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meşruiyet algısının pragmatik boyutu ($\beta=,008$; P>0,05) yatırımcıların akılcı karar alma anlamlı bir şekilde etkilemediği etkilememektedir. Meşruiyet algısının ahlaki boyutu ($\beta=,034$; P>0,05) akılcı karar alma stilini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Meşruiyet algısının bilişsel boyutu ($\beta=,247$; P<0,01) akılcı karar alma stilini pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Sonuç olarak H5 hipotezi kısmen (H5c) kabul edilmiştir.

4.3.3. T-Testi ve Anova Analizine İlişkin Bulgular

Elde edilen T-Testi bulgulara göre, medeni durum ve çekingen karar alma stili arasında anlamlı farklılık vardır. Bu farklılığa göre bekar yatırımcılar evli yatırımcılara göre daha fazla çekingen karar alma eğilimindedirler. Sonuç olarak H6 hipotezi kısmi (H6a) olarak kabul edilmiştir.

Eğitim düzeyine göre meşruiyet algısında farklılık olup olmadığını görmek için anova analizi yapılmıştır. Yapılan anova analizine göre, eğitim düzeyi ile pragmatik meşruiyet ve ahlaki meşruiyet arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Farklılığın kaynağını bulmak için yapılan LSD testi sonuçlarına göre: lise mezunu yatırımcıların, lisans mezunu yatırımcılarına göre pragmatik meşruiyet algısının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ahlaki meşruiyet algısına bakıldığında ise; lise mezunlarının lisans mezunlarına göre, lisans mezunlarının lisansüstü mezunlarına göre, lisansüstü mezunlarının da önlisans mezunlarına göre ahlaki meşruiyet algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonuç olarak H7 hipotezi kısmi olarak (H7a ve H7b) kabul edilmiştir.

Eğitim düzeyine göre karar alma stillerine ilişkin anova analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre; eğitim düzeyi ve çekingen karar alma stili ve doğal karar alma stil arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Farklılığın kaynağını bulmak için yapılan LSD testi sonuçlarına göre; yatırımcıların eğitim düzeyi arttıkça daha çekingen karar alma eğiliminde oldukları saptanmıştır. Doğal karar alma stiline bakıldığında ise; yatırımcıların eğitim düzeyi arttıkça doğal karar alma eğilimleri de artmaktadır. Sonuç olarak H8 hipotezi kısmi olarak (H8a ve H8b) kabul edilmiştir.

Yaş gruplarına göre meşruiyet algısına ilişkin anova analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, yaş grupları ile pragmatik ve ahlaki meşruiyet algısı arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Farklılıkların kaynağını bulmak için yapılan LSD testi sonuçlarına göre; yatırımcıların yaş ortalaması arttıkça pragmatik meşruiyet algıları azalmaktadır, Ahlaki meşruiyet algısında da katılımcıların yaş ortalaması arttıkça ahlaki meşruiyet algısı azalmaktadır. Sonuç olarak H9 hipotezi kısmi olarak (H9a ve H9b) kabul edilmiştir.

Yaş gruplarına göre karar alma stillerine ilişkin anova analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre, yaş grupları ile; sezgisel, bağımlı, çekingen ve doğal karar alma stilleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Farklılıkların kaynağını bulmak için yapılan LSD testi sonuçlarına göre, yatırımcıların yaş ortalaması arttıkça bağımlı, sezgisel ve doğal karar alma eğiliminin arttığı çekingen karar alma eğiliminin ise azaldığı görülmektedir. Sonuç olarak H10 hipotezi kısmi olarak (H10a, H10b, H10c ve H10d) kabul edilmiştir.

Hanede yaşayan toplam sayısına göre meşruiyet algısına ilişkin anova analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre hanede yaşayan kişi sayısı ile; pragmatik, ahlaki ve bilişsel meşruiyet algısı arasında anlamlı farklılıklar vardır. Farklılıkların kaynağını bulmak için yapılan LSD testine göre, çekirdek aile yapısında yaşayan yatırımcıların geniş aile yapısında yaşayan yatırımcılara göre daha fazla pragmatik, ahlaki ve bilişsel meşruiyet algısına sahip olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak H11 hipotezi kısmi olarak (H11a, H11b ve H11c) kabul edilmiştir.

Haneye giren toplam gelire göre karar alma stillerine yönelik anova analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre; haneye giren toplam gelir ile, çekingen ve doğal karar alma stilleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır. farklılığın kaynağını

bulmak için yapılan LSD testinin sonuçlarına göre, haneye giren toplam geliri düşen yatırımcıların çekingen ve doğal karar alma eğiliminin arttığı saptanmıştır. Sonuç olarak H12 hipotezi kısmi olarak (H12a ve H12b) kabul edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmanın temel araştırma sorusu olan “kripto varlık alım satım yapan bireylerin kripto varlık platformlarına dair bireysel meşruiyet algıları karar alma stillerini nasıl etkilemektedir?” sorusu geliştirilmiş ve buna yanıt aranmıştır.

Elde edilen bulgulara göre Pragmatik meşruiyet algısına sahip yatırımcılar kazanç sağlamak amacıyla kripto varlık platformlarına sezgisel ve doğal karar alma yoluyla yatırım yapmayı tercih etmektedir. Sezgisel ve doğal karar alma farklı boyutlar olarak ele alınsa da temelde içlerinden ne geliyorsa o şekilde karar almayı barındıran karar alma stilleridir (Soyer vd., 2020: 3). Bu nedenle yatırım yaparken sadece kazanç sağlamayı düşünen yatırımcıların sezgisel ve doğal karar alma eğiliminde olması öngörülebilir. Mosmer ve Başarır (2023) yaptıkları çalışmada kripto varlık yatırımcılarının, kripto varlık alım satım platformlarının güvenilir olmamasına rağmen, bu platformların kullanıldığı sonucuna varmışlardır. Bu durumun en büyük sebebi, ülkedeki ekonomik güvensizlik ile birlikte kripto varlık yatırımının kazanç sağlayacağına dair inançtır (Mosmer ve Başarır, 2023: 54). Mosmer ve Başarır'ın yaptığı araştırma bu çalışma da çıkan sonuçları destekler niteliktedir.

Yapılan bir diğer analize göre, bilişsel meşruiyet algısı sezgisel, bağımlı ve akılcı karar almayı anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Akılcı karar alma stilinde, bireylerin karar almada belirli bir amacının olduğu ve bu amaç doğrultusunda bilinçli bir karar alma süreci gerçekleştirdikleri bilinmektedir (Taş ve Boztoprak, 2012: 295). Bu nedenle bilişsel meşruiyetin akılcı karar almayı etkilemesi öngörülebilir. Çünkü yatırım için karar almak isteyen bireyler, kripto varlık platformlarının faaliyetlerini ve politikalarını bilmek isteyeceklerdir. Aynı şekilde bu platformların faaliyetlerinin ve politikalarının bilinmesi insanların güvenini kazanacağı için sezgisel olarak karar almalarına da neden olacaktır. Phillips vd. (1984) yaptığı çalışmada bağımlı karar alma eğilimine sahip kişilerin sorumluluğu altında olan unsurların çıkarlarına göre hareket edeceklerini savunmuştur (Phillips, 1984: 7). Platformların faaliyetleri ve politikaları bilindiği takdirde yatırımcıların da daha az risk ve daha çok güven duygusuyla yatırım yapacaklarından dolayı çıkan sonuçlar birbirini destekler niteliktedir. Shepherd ve Zacharakis (2003) yeni kurulmuş ticari örgütler hakkındaki araştırmalarında benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Örgüt paydaşlarının politika, faaliyet ve örgüt ve yönetim hakkındaki bilgi düzeyleri arttıkça örgüte ilişkin meşruluk algılarının da artarak tercih edilme oranlarının da arttığını vurgulamışlardır (Shepherd ve Zacharakis, 2003). İncelenen araştırmalarda ve yapılan bu çalışmadaki sonuçlar birbirlerini destekler niteliktedir. Öte yandan ahlaki meşruiyetin karar alma stillerinin hiçbir alt boyutunu etkilememesi de ilginç bir sonuçtur. Bireylerin yatırım yaparken amaçları kazanç sağlamaktır. Bu kazanç hem kâr elde etmek hem de elde edilen kârın korunması şeklinde iki temelden oluşmaktadır. Çıkan sonuçlar incelendiğinde bireyler kâr elde etmek için pragmatik; kârlarının korunması için bilişsel meşruiyet algısına

odaklandığı görülmektedir. Bu nedenle bireylerin, kripto varlık platformlarının ahlaki çıktıkları ile ilgilenmemeleri öngörülebilir. Farklı bir görüş olarak Bitektine (2008)'nin ahlaki meşruiyetin aynı zamanda bilişsel ve pragmatik meşruiyeti içerisinde barındırdığını savunması ahlaki meşruiyetin karar alma stilleri boyutlarını etkilememesini açıklar niteliktedir. (Bitektine, 2008: 22). Bitektine'nin varsayımı ahlaki meşruiyetin karar alma stillerini etkilememesini destekler niteliktedir.

Yatırımcıların demografik özellikleri incelendiğinde bekar katılımcılar örneklemin büyük çoğunluğunu oluşturması ve yine bekar katılımcılarının büyük çoğunluğunun 18-25 yaş aralığında olması, ekonomik ve manevi anlamda bağımlı oldukları varsayımından yola çıkarak daha fazla çekingen karar alma eğiliminde oldukları söylenebilir. Temur (2012) yaptığı çalışmada bu sonuca benzer olarak bekar katılımcıların evli katılımcılara göre daha fazla çekingen karar alma stiline sahip olduklarını saptamıştır (Temur 2012: 70-71). Ölçüm (2015) ise yaptığı çalışmada, medeni durum ile çekingen karar alma stili hariç diğer karar alma stili boyutları arasında anlamlı fark bulması bu çalışmayla farklılaşmaktadır. (Ölçüm, 2015: 121).

Eğitim düzeyi yükseldikçe pragmatik meşruiyetin düşmesi, kişisel gelişimin artmasıyla, bireyin kendi çıkarı dışındaki unsurları da önemsemesinden kaynaklanabilir. Eğitim düzeyi ile bilişsel meşruiyet arasında anlamlı fark olmaması, bilişsel meşruiyetin eğitim düzeyine hassas olmadığını göstermektedir. İncelenen araştırmalarda eğitim düzeyi ile meşruiyet algısı arasında yapılan bir çalışma bulunamaması, bu sonuçları önemli kılan bir diğer unsurdur.

Yaş ortalamasının artmasıyla çekingen karar almanın azalması, eğitim düzeyinin artmasındaki aynı etkiyi göstermesiyle öngörülebilir. Yaş ortalamasının artmasıyla bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısının da artması, bireylerin daha temkinli davranmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bağımlı karar almanın artmasını doğru orantıda etkilemiştir. Bu sonuçlara benzer olarak, Tatlılıoğlu (2014) yaptığı çalışmanın sonucunda, üniversite birinci sınıf öğrencilerinin dördüncü sınıf öğrencilerine göre daha fazla çekingen karar alma eğiliminde olduklarını saptamıştır (Tatlılıoğlu, 2014: 160).

Ekonomik güç yatırım için önemli bir etkidir. Yatırımcıların geçinimini sağlayacakları paradan fazlasını yatırım olarak kullanmak isterler. Bu nedenle ekonomik güç azaldıkça bireyler çekingen karar alma eğilimi göstermektedir. Aynı zamanda ekonomik gücün artmasıyla yatırım miktarının artması da doğaldır. Bu nedenle yatırımcıların doğal karar alma eğiliminin azalması da beklenen bir durumdur. Bu sonuçlara benzer olarak Tatlılıoğlu (2014) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada, geliri daha fazla olan öğrencilerin karar almada öz saygının daha yüksek olduğu sonucunu saptamıştır. (Tatlılıoğlu, 2014: 162).

Sonuç olarak, öne sürülen alt hipotezler birlikte toplam 32 hipotezden 22 tanesi kabul edilmiştir. Dolayısıyla yapılan analizler ve elde edilen bulgular, kurulan araştırma modelindeki ilişkileri istatistiksel olarak açıklamaktadır. Bu doğrultuda bundan sonraki çalışmalara yönelik araştırmacılara aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Örneklem dağılımı farklılaştırılarak farklı sonuçlar elde edilebilir
- Çalışmada aracı ve düzenleyici güçlü başka değişkenler de kullanılabilir.
- Analiz sonuçlarına göre bireysel meşruiyet algısının karar alma stillerini etkilediği görülmektedir. Kripto alım satım platformları da bu sonuçlara göre faaliyet ve politikalarına yön verebilir.

THE EFFECT OF INDIVIDUAL LEGITIMACY PERCEPTION ON DECISION-MAKING STYLES: A STUDY ON CRYPTOCURRENCY ASSET TRADING PLATFORMS

1. INTRODUCTION

Although legitimacy is defined as compliance or acceptance of the whole set of rules, it can also be defined as the acceptance of people or institutions that have reached a certain level by the environment (Weber, 1978: 31). On the other hand, it is another view that legitimacy can be achieved through the harmony of culture existing in the system (Suchman, 1995: 573). It is argued that the acquisition of legitimacy will occur with compliance with the moral and normative rules in social structures (Walker, 2004: 242). For this reason, crypto asset platforms are also trying to gain legitimacy by investors through various methods. For example, various platforms have been the main sponsor of national teams since the first years they entered the market. Similarly, another platform has sought to gain legitimacy by sponsoring dozens of city football clubs. In addition to sponsorships, many people such as artists, athletes and businessmen who can influence the public are used by these platforms as advertisement faces. In this research, it is examined whether the legitimacy of crypto asset trading platforms affects the decision-making styles of investors. The fact that the perception of legitimacy and decision-making styles have never been examined on crypto asset trading platforms makes this research important.

2. METHODS

This research basically aims to determine the effect of individual legitimacy perceptions of crypto-asset investors on their decision-making styles. Quantitative research method was used in the research. The required data were collected by questionnaire method with the help of the scales obtained from the literature. Two different scales were used in the questionnaire. The first of these is the three-dimensional scale of individual legitimacy perception developed by Kostas Alexiou and Jennifer Wiggins (2019). The other scale is the five-dimensional decision-making styles scale developed by Scott and Bruce (1995). The universe of the research consists of investors using crypto asset trading platforms throughout Çanakkale. 387 people from the universe were selected by convenience sampling method.

3. RESULTS

When the research findings are examined, it is seen that pragmatic legitimacy affects intuitive decision making and natural decision making, and cognitive legitimacy affects intuitive decision making, dependent decision making and rational decision making. However, moral legitimacy does not seem to affect decision-making styles.

4. DISCUSSION

The research findings are in line with some studies obtained from the literature. For example, according to the findings, investors with a pragmatic sense of legitimacy prefer to invest in crypto asset platforms through intuitive and natural decision-making in order to gain profits. Mosmer and Basarir (2023), on the other hand, concluded in their study that although crypto asset trading platforms are not reliable, these platforms are used by crypto-asset investors. The biggest reason for this situation is the belief that crypto-asset investment will make a profit together with the economic insecurity in the country (Mosmer and Çağırır, 2023: 54). The research carried out by Mosmer and Basarir supports the results of this study. According to another analysis, the perception of cognitive legitimacy significantly affects intuitive, dependent and rational decision making. Phillips et al. (1984), on the other hand, argued that people with a tendency to make dependent decisions will act according to the interests of the elements under their responsibility (Phillips, 1984: 7). In addition to these researchers, Shepherd and Zacharakis (2003) also reached similar conclusions in their research on newly established commercial organizations. On the other hand, it is an interesting result that moral legitimacy does not affect any sub-dimensions of decision-making styles. This is because individuals are pragmatic to make a profit; It is thought to focus on the perception of cognitive legitimacy in order to protect their profits. From another point of view, Bitektine's (2008) assertion that moral legitimacy also includes cognitive and pragmatic legitimacy explains the fact that moral legitimacy does not affect the dimensions of decision-making styles (Bitektine, 2008: 22).

CONCLUSION

As a result, 22 hypotheses out of a total 32 hypotheses were accepted, together with the proposed sub-hypotheses. Therefore, the analyzes and the findings obtained statistically explain the relationships in the established research model. In this direction, the following suggestions are offered to researchers for future studies:

- Different results can be obtained by differentiating the sample distribution
- Other variables with strong mediators and moderators can also be used in the study.
- According to the results of the analysis, it is seen that the perception of individual legitimacy affects the decision-making styles. Crypto trading platforms can also guide their activities and policies according to these results.

KAYNAKÇA

- Akyüzoğlu, İ. (2012). *Hız Muhammed ve dört halife döneminde iktidarın meşruiyet kaynakları* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Alexiou K. ve Viggings J. (2019). Measuring Individual Legitimacy Perceptions: Scale Development and Validation. *Strategic Organization*, 17(4), 470–496.
- Alptekin, V., Metin, İ. ve Akcan, A. T. (2018). *Kripto Para Ekonomisi*, Konya: Eğitim.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Arslan S. (2018). *Örgütsel meşruiyet ile örgütsel dil arasındaki ilişkinin kurumsal kuram açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Ashforth, B. E. ve Gibbs, B. W. (1990). The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177-194.
- Atabaş, H. (2018). *Blokzincir Teknolojisi ve Kripto Paraların Hayatımızdaki Yeri*, İstanbul: Ceres Yayınları.
- Atay, E. E. (1997). Hukukta Meşruiyet Kavramı. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 121-166.
- Bakan, B. ve Büyükbeşe, T. (2008). Katılımcı Karar Verme: Kararlara Katılım Konusunda Çalışanların Düşüncelerine Yönelik Bir Alan Çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 32-36.
- Bitektine, A. (2008). Prospective Case Study Design: Qualitative Method for Deductive Theory Testing. *Organizational Research Methods*, 11(1), 160–180.
- Çoban, A. E. ve Hamamcı, Z. (2006). Kontrol Odakları Farklı Ergenlerin Karar Stratejileri Açısından İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(2), 394-400.
- Deephouse, D. L. ve Suchman, M. (2008). Legitimacy. R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin, K. ve R. Suddaby (Ed.), *Organizational Institutionalism* içinde, (49-77). The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism. Thousand Oaks CA: Sage.
- Develioğlu, M. (2006). *Problem çözme becerileri yüksek ve düşük olan üniversite öğrencilerinin karar verme stratejilerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Elsbach, K. D. ve R. I. Sutton. (1992). Acquiring Organizational Legitimacy Through Illegitimate Actions: A Marriage of Institutional and Impression Management Theories. *Academy of Management Journal*, 35(4), 699-738.
- Emhan, A. (2007). Karar Verme Süreci ve Bu Süreçte Bilişim Sistemlerinin Kullanılması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(21), 213-220.
- Gigerenzer, G. (1996). Reasoning The Fast and Frugal Way: Models of Bounded Rationality. *Psychological Review*, 103(4), 660-665.
- Gürçay, S. (1998). Bazı Kişisel Değişkenler: Algılanan Sosyal Destek ve Atılganlığın Karar Verme Stilleri ile İlişkisi. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(9), 12-16.

- Halis, M. (2002). Karar Verme Eyleminin Davranışsal Temelleri- Görgül Bir Uygulama. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 14, 49 – 64.
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği, Yönetim ve Organizasyon-Organizasyonlarda Davranış Klasik-Modern-Çağdaş Yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Mann, L., Hormoni, R. ve Rove, C. (1989). Adolescent Decision Making: The Development of Competence. *Journal of Adolescence*, 12, 265-278.
- Mazza, C. (1999). *Organizational Legitimacy and The Rhetoric Of Corporate Mission Statements*. University Of Navarra: Italy.
- Meyer, J. W ve Rowan, B. (1991). Institutionalized Organizations: Formal Structure As Myth and Ceremony. W. W. Powell and P. J. Dimaggio (Ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis* içinde, (41-62). Chicago: University Of Chicago Press.
- Mosmer S. ve Başarır Ç. (2023). Türkiye'deki Bireysel Kripto Para Yatırımcılarının Kripto Paralara Yaklaşımları. *The Journal of International Scientific Researches*, 8(1), 47-67.
- Nebil, F. S. (2018). *Bitcoin ve Kripto Paralar*. İstanbul: Pusula Yayınlar.
- Oliver, C. (1991). Strategic Responses to Institutional Processes. *Academy Of Management Review*, 16(1), 145-179.
- Omarov Z. (2016). *Tüketici karar alma stilleri: Türkiye ve Azerbaycan arasında bir karşılaştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Ölçüm D. (2015). *Okul yöneticilerinin karar verme stillerinin öğretmenlerin iş doyumuna etkisi* (Sakarya ili örneği) (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya
- Phillips, S. D, Paziienza, N. J. C. ve Ferrin, H. H. (1984). Decision-Making Styles and Problem- Solving Appraisal. *Journal of Counseling Psychology*, 497-502.
- Ruef, M. ve Scott, W. R. (1998). A Multidimensional Model of Organizational Legitimacy: Hospital Survival in Changing Institutional Environments. *Administrative Science Quarterly*, 43, 877-904.
- Sardoğan, E. M., Karahan, F., T. ve Kaygusuz, C. (2006). Üniversite Öğrencilerinin Kullandıkları Kararsızlık Stratejilerinin Problem Çözme Becerisi, Cinsiyet, Sınıf Düzeyi Ve Fakülte Türüne Göre İncelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 78 – 97.
- Scott, S. G., ve Bruce, R. A. (1995). Decision-making Style: The Development and Assessment of a New Measure. *Educational and Psychological Measurement*, 55(5), 818–831
- Shepherd, D. A. ve Zacharakis, A. (2003). A New Venture's Cognitive Legitimacy: An Assessment by Customers. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 148- 167.
- Soyer M., Keskinoglu, M. Ş., Kalı ve İme, Y. (2020). Akılcı ve Sezgisel Karar Verme Stilleri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(16), 2-5.

- Suchman, M. C. (1995), Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review University Of Wisconsin-Madison*, 20(3), 571-610.
- Taş, A. ve Boztoprak, H. (2012). Karar Modelleri Çerçevesinde Türk Firmalarının Stratejik Araç Tercihlerinin İncelenmesi: Dilovası ve Sakarya I Nolu Organize Sanayii Bölgelerindeki İşletmeler Üzerine Bir Araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 291-318
- Tatlıhoğlu, K. (2010). *Farklı öz-anlayış düzeylerine sahip üniversite öğrencilerinin karar vermede özsaygı, karar verme stilleri ve kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Tatlıhoğlu, K. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Karar Vermede Öz-Saygı Düzeyleri ile Karar Verme Stilleri Arasındaki İlişkinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Asos Journal-The Journal of Academic Social Sciences*, 2(1), 150-170.
- TDK (2023). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 03.03.2023.
- Tekin, Ö. (2009). *Yönetimde karar verme: Batı Antalya bölgesinde bulunan beş yıldızlı otel işletmelerindeki çeşitli departman yöneticilerinin karar verme stillerini tespit etmeye yönelik uygulamalı bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Temur, Ö. F. (2012). *Öğretmen algularına göre yöneticilerin karar verme stillerinin öğretmenlerin örgütsel bağlılığına etkisi (Rize ili örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Walker, H. A. (2004). Beyond Power and Domination: Legitimacy and Formal Organizations. C. Johnson (Ed.), *Legitimacy Processes in Organizations* içinde (s. 239-271). Oxford: JAI.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An interpretive sociology*. Guenther Roth ve Claus Wittich (ed.). New York: Bedminster Press.
- Yılmaz, A. (2018). *Örgütsel meşruiyet krizi ve meşruiyetin yeniden yapılandırılması: Çoklu vaka incelemesine dayalı bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS
Fikir veya Kavram / <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikirini oluşturmak / <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Abdullah KIRAY Emre AÇAR
Tasarım / <i>Design</i>	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / <i>Designing method, scale and pattern</i>	Abdullah KIRAY Emre AÇAR
Veri Toplama ve İşleme / <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlamak / <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Emre AÇAR Abdullah KIRAY
Tartışma ve Yorum / <i>Discussion and Interpretation</i>	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / <i>Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings</i>	Emre AÇAR Abdullah KIRAY
Literatür Taraması / <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak / <i>Review the literature required for the study</i>	Emre AÇAR