



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Zeynep YALÇIN

BİREYSEL YATIRIMCI DAVRANIŞLARININ KUŞAKLAR AÇISINDAN
İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ UYGULAMASI

İşletme Ana Bilim Dalı Muhasebe Finansman Programı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Zeynep YALÇIN

BİREYSEL YATIRIMCI DAVRANIŞLARININ KUŞAKLAR AÇISINDAN
İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ UYGULAMASI

Danışman

Doç. Dr. Eda ORUÇ ERDOĞAN

İşletme Ana Bilim Dalı Muhasebe Finansman Programı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Zeynep Yalçın'ın bu çalışması, jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı Muhasebe Finansman Programı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Mehmet ŞEN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Eda ORUÇ ERDOĞAN (İmza)

Üye :Hakan KIRBAŞ (İmza)

Tez Başlığı: Bireysel Yatırımcı Davranışlarının Kuşaklar Açısından İncelenmesi:
Antalya İli Uygulaması

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 09/02./2022

Mezuniyet Tarihi : 03/03/2022

(İmza)
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Bireysel Yatırımcı Davranışlarının Kuşaklar Açısından İncelenmesi: Antalya İli Uygulaması ” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

...../ 2022

İmza

Zeynep YALÇIN



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	ZEYNEP YALÇIN
Öğrenci Numarası	201952101004
Anabilim Dalı	İŞLETME
Programı	MUHASEBE FİNANSMAN
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç.Dr.Eda ORUÇ ERDOĞAN
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Bireysel Yatırımcı Davranışlarının Kuşaklar Açısından İncelenmesi: Antalya İli Uygulaması
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	1768264974
Rapor Tarihi	22/02/2022
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %10 Alıntılar dahil: %17
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 137 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (*) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Doç.Dr.Eda Oruç Erdoğan İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLolar LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
SUMMARY	ix
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KUŞAK OLGUSUNA DAİR KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kuşak Olgusu	3
1.2. Kuşak Sınıflandırması	5
1.2.1. Geleneksel Kuşak	7
1.2.2. Bebek Patlaması Kuşağı	8
1.2.3. X Kuşağı	9
1.2.4. Y Kuşağı	10
1.2.5. Z Kuşağı	11
1.3. Dijital Çağda Kuşak Olgusu	12
1.3.1. Dijital Çağ	12
1.3.2. Dijital Göçmenler	14
1.3.3. Dijital Yerliler	15
1.3.4. Dijital Göçebe	17
1.3.5. Dijital Melezler	18
1.4. Kuşak Olgusuna Getirilen Eleştiriler	19
1.4.1. Kuşak Olgusunun Yöntembilimle İlgili Eksikleri Olduğu Görüşü	20
1.4.2. Kuşak Olgusunun Benzer Kavramlarla Ayrışamadığı Görüşü	20
1.4.3. Kuşak Sınıflandırmasının Amerikan Kökenli Olması Görüşü	21
1.5. Kuşak Olgusunun İlgi Görmesinin Nedenleri	21
1.6. Kuşak Olgusu Temelinde Finansal Kararlara İlişkin Literatür Taraması	22
1.7. Türkiye’de Kuşaklar	28

İKİNCİ BÖLÜM

YATIRIM KARARLARI VE DAVRANIŞSAL FİNANS

2.1. Yatırım Kavramı.....	30
2.2. Yatırımcı ve Yatırımcı Türleri.....	30
2.2.1. Bireysel Yatırımcı	30
2.2.2. Kurumsal Yatırımcı	31
2.2.3. Yabancı Yatırımcı.....	31
2.3. Bireysel Yatırımcı Profilleri	32
2.3.1. Riski Seven Yatırımcı (Risk Lover)	32
2.3.2. Riskten Kaçan Yatırımcı (Risk Averse)	33
2.3.3. Riske Karşı Kayıtsız Yatırımcı (Risk Neutral).....	33
2.4. Bireysel Yatırımcının Yatırım Kararını Etkileyen Unsurlar	34
2.4.1. Kişisel Faktörler	34
2.4.2. Finansal Faktörler	36
2.4.3. Çevresel Faktörler.....	36
2.5. Temel Finansal Yatırım Araçları.....	37
2.5.1. Mevduat	37
2.5.2. Döviz	38
2.5.3. Altın.....	38
2.5.4. Repo.....	38
2.5.5. Hisse Senedi (Pay Senedi).....	39
2.5.6. Yatırım Fonları	39
2.5.7. Tahvil ve Bono	40
2.5.8. Sukuk (Kira Sertifikası).....	41
2.6. Davranışsal Finans Yaklaşımı	41
2.6.1. Davranışsal Finansın Ortaya Çıkışı	46
2.6.2. Davranışsal Finansın Diğer Bilimlerle İlişkisi	50
2.6.2.1. Psikoloji.....	50
2.6.2.2. Sosyoloji.....	51
2.6.2.3. Sosyal Psikoloji	52
2.6.2.4. Antropoloji	52
2.7. Bireysel Yatırımcıları Rasyonellikten Uzaklaştıran Eğilimler	53
2.7.1. Bilişsel Eğilimler	55
2.7.1.1. Çerçeveleme	55
2.7.1.2. Zihinsel Muhasebe.....	56
2.7.1.3. Batık Maliyet Etkisi.....	58
2.7.1.4. Belirsizlikten Kaçınma	59
2.7.1.5. Muhafazakârlık.....	60
2.7.1.6. Aşırı Güven ve Aşırı İyimserlik	61
2.7.2. Duygusal Eğilimler.....	62
2.7.2.1. Kayıptan Kaçınma	62
2.7.2.2. Pişmanlıktan Kaçınma.....	64
2.7.2.3. Statüko Eğilimi.....	64

2.7.3. Hevristikler	65
2.7.3.1. Çıpalama.....	65
2.7.3.2. Temsililik.....	66
2.7.3.3. Mevcudiyet	67
2.7.4. Sosyal Eğilimler	68
2.7.4.1. Sürü Davranışı	68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİREYSEL YATIRIMCI AÇISINDAN KUŞAKLAR VE YATIRIM DAVRANIŞLARI: ANTALYA İLİ UYGULAMASI

3.1. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı.....	70
3.2. Araştırmacının Amacı.....	70
3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi.....	70
3.4. Araştırmanın Yöntemi	71
3.5. Araştırma Hipotezleri	71
3.6. Araştırma Bulguları	72
3.6.1. Anket Güvenirlik Testi	72
3.6.2. Kolmogorov –Smirnov Testi	73
3.6.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri	73
3.6.4. Katılımcıların Finansal Özellikleri	79
3.6.5. Faktör Analizi	92
3.6.5.1. KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) ve Barlett Küresellik Testi	92
3.6.5.2. Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısını ve Açıklanan Varyans Yüzdesine İlişkin Tablo.....	93
3.6.5.3. Faktör Analizi Sonuçlarının Raporlanması	93
3.6.5.4. Bireysel Yatırımcıları Rasyonellikten Uzaklaştıran Eğilimlere İlişkin Bulgular	95
KAYNAKÇA.....	101
EK-1 Kuşak Olgusuna Dair Literatür Taraması	111
EK-2 Anket Formu.....	117
EK-3 Etik Kurul Kararı	120
ÖZGEÇMİŞ	121

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Kuşakların Görsel ile Aktarımı	7
Şekil 1.2 Dijital Göçebe, Dijital Göçmen ve Dijital Yerli.....	18
Şekil 1.3 Dijital Göçmen, Melez ve Yerlilerin Görsel ile Aktarımı.....	19
Şekil 2.1 Riski Seven Yatırımcı	32
Şekil 2.2 Riskten Kaçan Yatırımcı	33
Şekil 2.3 Riske Karşı Kayıtsız Yatırımcılar	34
Şekil 2.4 Değer Fonksiyonu	48
Şekil 2.5 Müller-Lyer yanılsaması	51
Şekil 2.6 Algı Yanılsaması	51



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Literatürdeki Kuşak Sınıflandırmaları	6
Tablo 1.2 Dijital Yerli ve Göçmen Genel Özelliklerine İlişkin Tablo	17
Tablo 1.3 Literatür Taramasına İlişkin Tablo.....	23
Tablo 1.4 Yaş Grubuna Göre Türkiye Nüfusu	28
Tablo 2.1 Davranışsal Finans ve Geleneksel Finans Genel Özellikleri	49
Tablo 2.2 Davranışsal Finansın Diğer Bilim Dalları ile İlişkisi	53
Tablo 2.3 Bilişsel, Duygusal ve Sosyal Eğilimler	54
Tablo 3.1 Kolmogorov –Smirnov Test Sonucu.....	73
Tablo 3.2 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımlarına İlişkin Tablo	73
Tablo 3.3 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Cinsiyet Dağılımına İlişkin Tablo.....	74
Tablo 3.4 Katılımcıların Medeni Durumlarına İlişkin Tablo	74
Tablo 3.5 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Medeni Durum Dağılımına İlişkin Tablo	75
Tablo 3.6 Katılımcıların Yaş Dağılımına İlişkin Tablo.....	75
Tablo 3.7 Katılımcıların Eğitim Durumlarına İlişkin Tablo.....	76
Tablo 3.8 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımına İlişkin Tablo.....	76
Tablo 3.9 Katılımcıların Meslek Grubuna İlişkin Tablo	78
Tablo 3.10 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Meslek Grubu Dağılımlarına İlişkin Tablo	78
Tablo 3.11 Katılımcıların Aylık Gelir Dağılımına İlişkin Tablo	80
Tablo 3.12 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Gelir Durumu Dağılımlarına İlişkin Tablo	80
Tablo 3.13 Katılımcıların Finansal Yatırımlar İçin Ayırdıkları Tutarlara İlişkin Tablo	82
Tablo 3.14 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Yatırımlar İçin Ayırdıkları Tutarlara İlişkin Tablo.....	82
Tablo 3.15 Katılımcıların Yatırım Araçları Tercihlerine İlişkin Tablo.....	83
Tablo 3.16 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Yatırım Araçları Tercihlerine İlişkin Tablo	84
Tablo 3.17 Katılımcıların Yatırım Aracı Belirlerken Dikkat Ettikleri Faktörlere İlişkin Tablo.....	85
Tablo 3.18 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Yatırım Aracı Belirlerken Dikkat Ettiği Faktörlere İlişkin Tablo	86
Tablo 3.19 Katılımcıların Portföylerindeki Yatırım Aracı Sayısına İlişkin Tablo.....	86
Tablo 3.20 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Portföylerindeki Yatırım Aracı Sayısına İlişkin Tablo.....	87
Tablo 3.21 Katılımcıların Finansal Yatırım Araçlarına Yatırım Yapma Sürelerine İlişkin Tablo.....	87
Tablo 3.22 Katılımcıların Finans Piyasalarındaki Gelişmeleri İzleme Sıklığına İlişkin Tablo.....	88
Tablo 3.23 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finans Piyasalarındaki Gelişmeleri İzleme Sıklığına İlişkin Tablo	88
Tablo 3.24 Katılımcıların Finansal Performanslarını (kar/zarar) Durumunu Takip Etme Sıklığına İlişkin Tablo	89
Tablo 3.25 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Performanslarını (kar/zarar) Durumunu Takip Etme Sıklığına İlişkin Tablo	89
Tablo 3.26 Katılımcıların Finansal Ürünleri Elde Tutma Süresine İlişkin Tablo	90

Tablo 3.27 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Ürünleri Elde Tutma Süresine İlişkin Tablo.....	90
Tablo 3.28 Katılımcıların Portföylerini Oluştururken Bilgi Kaynakları Seçimlerine İlişkin Tablo.....	91
Tablo 3.29 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Portföylerini Oluştururken Bilgi Kaynakları Seçimlerine İlişkin Tablo.....	91
Tablo 3.30 KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) ve Barlett Küresellik Testine İlişkin Tablo.....	92
Tablo 3.31 Faktörler ve Faktör İtemlerine İlişkin Tablo	93
Tablo3.32 Duygusal, Bilişsel ve Sosyal Eğilimlerinin Kuşak Açısından Farklılaşmasına İlişkin Gerçekleştirilen Kruskal-Wallis Testi Analizi Sonuçları	95



KISALTMALAR LİSTESİ

TDK	Türk Dil Kurumu
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliği
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
BT	Bilişim Teknolojileri



ÖZET

Bu çalışma, kuşakların yatırım tercihlerine ilişkin tutumlarını inceleyerek kuşaklar arası yatırım tercihlerinde görülen farklılıkların değerlendirilmesini amaçlanmaktadır. Çalışmanın temel hipotezi, belirlenen amaç doğrultusunda söz konusu bireylerin yatırım tercihlerini etkileyen duygusal, bilişsel ve sosyal faktörler ile bireylerin kuşak farklılıkları arasında ilişki olup olmadığı üzerine şekillenmektedir.

Çalışmanın sonucunda, bireysel yatırımcıların finansal tercihleri üzerinde kuşak farklılığının etkisi incelenerek, aynı kuşakların davranış biçimleri ile farklı kuşakların davranış biçimlerinin karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi ve elde edilen veriler ışığında finans piyasalarında yer alan kuşakların davranış modellerinin tespitinin yapılması hedeflenmektedir.

Bu hedefe dönük olarak, kuşakların yatırım davranışını tespit etmek adına Antalya ilinde ikametgâh eden bireyler üzerinde anket uygulanmış ve elde edilen veriler ışığında anket çalışması ileri istatistikî uygulamalarla analiz edilmiştir. Yatırımcı davranışları, “aşırı güven eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi, mevcudiyet eğilimi, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, belirsizlikten kaçınma eğilimi, kayıptan kaçınma eğilimi, sosyo-ekonomik eğilimler ve sürüye uyma eğilimi” olmak üzere incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar, Davranışsal Finans, Bireysel Yatırımcı, Bilişsel ve Duygusal Eğilimler

SUMMARY

EXAMINING INDIVIDUAL INVESTOR BEHAVIOR IN TERMS OF GENERATIONS: AN APPLICATION IN ANTALYA

This study aims to evaluate the differences in investment preferences between generations by examining the attitudes of generations towards investment preferences. The main hypothesis of the study is shaped on whether there is a relationship between the emotional, cognitive and social factors affecting the investment preferences of the individuals in question and the generational differences of the individuals in line with the determined purpose.

With this study, it is aimed to evaluate the behavior patterns of the same generations and the behavior patterns of different generations comparatively, and to determine the behavior patterns of the generations in the financial markets in the light of the data obtained, by examining the effect of generational differences on the financial preferences of individual investors.

For this purpose, a survey was conducted on individuals residing in Antalya in order to determine the investment behavior of generations, and the survey was analyzed with advanced statistical applications in the light of the data obtained. Investor behaviors were examined as “overconfidence tendency, over-optimistic tendency, presence tendency, regret avoidance tendency, uncertainty avoidance tendency, loss aversion tendency, socio-economic tendencies and herd tendency”.

Keywords: Generations, Behavioral Finance, Individual Investor, Cognitive and Emotional Tendencies

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın tüm aşamalarında zamanını ve sabrını benden esirgemeyen, tüm bilgi birikimi ve tecrübesi ile her konuda yol göstererek beni aydınlatan, her türlü desteği gösteren değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Eda Oruç Erdoğan'a,

Yakınlığını hiç bir zaman esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. Mehmet Şen'e,

Tez aşamasına gelene kadar bana eğitim hayatım boyunca bilgi ve tecrübelerini aktaran tüm hocalarıma,

Tüm hayatım boyunca manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

Dünyamızda yaşanan teknolojik gelişmeler, ekonomik olgular ve sosyal olaylar toplumları derinden etkilemekte; bireylerin yaşam tarzlarını, hayata bakış açılarını, tutumlarını, davranışlarını, taleplerini, tercihlerini ve algılarını değiştirmektedir. Söz konusu değişimler, farklı zamanlarda dünyaya gelen bireylerin sahip olduğu özellikler üzerinde etkili olmakta ve kuşak olgusunun temel dayanağını oluşturmaktadır. Benzer sosyokültürel olayların yaşanması bireylerin benzer şekilde düşünmesine yol açmış hatta benzer kararlar almasında kritik bir rol oynamıştır.

Kuşak olgusu; bireyler, işletmeler ve toplumlar üzerinde etkili olduğu için önemli bir kavramdır. Kuşak olgusuna dair yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak yönetim organizasyon ve pazarlama alanlarında yapılsa da diğer yandan kuşak olgusu finansal piyasalar içinde önemlidir. Bunun temel nedeni, yaşanan olayların ve gelişmelerin bireylerin finansal piyasalardaki tutumlarını ve tercihlerini de etkilemesidir.

Günümüzde finansal piyasalarda çok sayıda finans aktörü yer almaktadır ve finans aktörünün büyük bir kısmını da bireysel yatırımcılar oluşturmaktadır. Bu nedenle bireysel yatırımcıların tercihleri ve bu tercihlerin yansımaları finans piyasaları için önem arz etmektedir. Bireysel yatırımcılar için önemli bir kavram olan davranışsal finans; bireylerin her zaman rasyonel davranmadığını, psikolojik eğilimlerden ve ön yargılardan etkilendiğini savunmakta, bireysel yatırımcıların yatırım kararı alırken kendi duygularından, deneyimlerinden yararlanabildiğini belirtmektedir. Bireylerin yaşamlarındaki küçük ve önemsiz gibi görünen detaylar bireyin davranışlarını ve kararlarını etkileyebilmektedir. Örneğin, kaza yapan bir birey trafikte daha dikkatli araba kullanırken doğal afetlerin çok sık yaşandığı bir bölgede yaşayan bir birey ise doğal afetlerin olumsuz etkilerine daha çok inanmakta ve doğal afet sigortalarına daha fazla önem vermektedir. Bu örnekler çerçevesinde açıkça görülmektedir ki birey çevresiyle etkileşim içinde olan, içsel ve dışsal faktörlerle şekillenen sosyal bir varlıktır. Dolayısıyla sosyal etkiler bireyin kararlarında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma kuşakların yatırım tercihlerine ilişkin tutumlarını inceleyerek kuşaklar arası yatırım tercihlerinde görülen farklılıkların değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Çalışmanın temel hipotezi, belirlenen amaç doğrultusunda bireylerin yatırım tercihlerini

etkileyen faktörler ile bireylerin kuşak farklılıkları arasında ilişki olup olmadığı üzerine şekillenmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde kuşak kavramına yer verilerek genel hatlarıyla bilgi verilmekte, kuşak sınıflandırması ve kuşak olgusuna ilişkin genel özelliklere değinilmektedir. Ardından dijital çağda kuşaklar açıklanmaktadır. Son olarak kuşak olgusuna getirilen eleştirilerin üzerinde durulmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise öncelikle yatırım kavramından ve yatırımcı türlerinden bahsedilmekte aynı zamanda yatırım kararlarını etkileyen unsurlar üzerinde durulmaktadır. Daha sonra yatırım araçları hakkında bilgi verilmektedir. Son olarak da davranışsal finans açıklanmakta ve yatırımcıları rasyonellikten uzaklaştıran eğilimler üzerinde durulmaktadır.

Çalışmanın üçüncü yani son bölümünde ise bireysel yatırımcıların duygusal, bilişsel ve sosyal eğilimlerinin kuşaklar açısından anlamlı bir farklılığı olup olmadığı irdelenmekte olup araştırma; öncelikle demografik özellikler çerçevesinde akabinde kuşaklar özelinde oluşturulan değerlendirmeleri içermektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KUŞAK OLGUSUNA DAİR KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kuşak Olgusu

Günümüzde birden fazla tanımı bulunan kuşak olgusu; nesil, jenerasyon ve batın kelimeleriyle de ifade edilmektedir (Adıgüzel vd., 2014: 167). Kuşak olgusunun Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğündeki tanımı, “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını yaşamış dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu” olarak tanımlanmıştır. <https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi:25.02.2020). Kuşak olgusuna dair ilk çalışma 1830-1840 yıllarını kapsayan zaman diliminde sosyolojinin babası olarak ifade edilen Fransız sosyolog, Auguste Comte tarafından gerçekleştirilmiştir. Comte, sosyal ilerlemenin kuşaklar ile sağlandığını göz önünde bulundurarak zaman içerisinde yaşanan değişikliklerin kuşaklar üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir (Comte’danakt. Latif ve Serbest, 2014: 136).

Kuşak olgusunu 20. yüzyılda sosyal bilimlere uygun bir biçimde araştıran “The Problem of Generations (Kuşakların Problemleri)” adlı eserle Alman sosyolog Karl Mannheim olmuştur. Kuşak olgusuna sosyoloji disiplini açısından bakan Mannheim, bu kavramı “ortak alışkanlıkları ve kültürü olan bireylerin oluşturduğu grup” şeklinde tanımlamıştır (Serbest ve Latif, 2014: 136; Pilcher’danakt. Bayramoğlu, 2018: 15).

Kuran’a göre (2020: 18) kuşak olgusu; sosyoloji, antropoloji, psikoloji ve ekonomi bilimlerini içinde barındıran, ortalama yirmi yıllık yaş gruplarından oluşan, geçmişi daha iyi anlamamız için rehberlik ederken geleceği de öngörmemizi sağlayan bir olgudur.

Kuşak olgusu, bireysel farklılıkları daha anlaşılır kılmak adına desteklenen bir kavramdır. Çünkü kuşak olgusu: “bireylerin hayata bakış açıları, tutumları, davranışları, tercihleri ve karakteristik özellikleri doğum yıllarına göre sistematik bir farklılık gösterir mi” sorusuna yanıt aramaktadır. İnce (2018: 7) kuşak olgusunu anlayabilmek için kişilik kavramının ve kişiliği belirleyen faktörlerin üzerinde durulması gerektiğini ifade etmiştir. Bu doğrultuda sadece genetik faktörlerin kişilik kavramını açıklamada yeterli olmadığı saptanmıştır. Kişilik, genetik faktörlerin yanı sıra içsel ve dışsal faktörlerin etkisiyle bireysel farklılıkları etkilediği düşünülen bir kavramdır.

Cüceloğlu (2011: 430) kişiliği “bireyin iç ve dış çevresi ile kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki” şeklinde ifade etmiştir.

Freud ve Erikson gibi bilim insanları kişilik kavramını beyinsel faktörler ile bağdaştırırken Skinner, Miller gibi davranış temelli çalışmalar yapan bilim insanları ise kişiliğin öğrenme ile olan bağıntısına dikkat çekerek öğrenilmiş davranışların kişiliği tamamladığını savunmuşlardır. İnsan dünyanın en karışık varlığıdır. Bireyin sahip olduğu duygu, düşünce inanç ve tutumları tespit edip anlamak oldukça güçtür. Fizik gibi somut ve evrensel olan bilim dallarında bile birden fazla teorinin ortaya atıldığı görülmektedir. Dolayısıyla kişilik kavramı üzerine yoğunlaşan bilim adamlarının farklı perspektiflerle birbirinden farklı kişilik kuramları ortaya koymaları son derece normaldir. Bu açıklamadan anlaşıldığı üzere, kişilik kavramının tekbiçim bir tanımı yoktur. Bunun temel sebebi ise kişilik kavramını etkileyen faktörlerin çok çeşitli olması ve bu kavramın altında yatan faktörlerin belirlenmesinin zor olmasıdır (Cüceloğlu, 2011: 404-406; İnce, 2020:9-17).

Yukarıda da belirtildiği gibi kişiliği etkileyen faktörler sadece genetik faktörlerle açıklanamaz. Çevresiyle sürekli etkileşim içerisinde olan birey kültürel, sosyal ve ekonomik faktörlerden doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilenmekte böylelikle bireylerin kendilerine ait düşünce ve tutumları oluşmaktadır. Bu çerçevede vurgulanmak istenen düşünce; bireyin sürekli değişen bir yapıda olması ve sahip olduğu özelliklerin dinamikliliğidir.

Zaman kavramı; bireylerin hayata karşı tutumlarını, beklentilerini, davranışlarını, inançlarını hatta tercihlerini etkilemektedir. Aynı zaman diliminde dünyaya gelen bireyler, dönemin getirdiği teknolojik, ekonomik ve sosyal değişimlerden etkilenerek benzer çevresel koşullarla karşı karşıya kalırlar. Dolayısıyla bu bireylerin benzer özelliklerinin olması ve her bir kuşağın başka bir ifadeyle her bir jenerasyonun farklı karakteristik özelliklere sahip olması söz konusudur. Bu söz konusu farklılıklar kuşaklararası karakter ve tercih farklılıklarını beraberinde getirmiştir (Adıgüzel vd., 2014: 165-166).

Ekonomik, teknolojik, çevresel ve kültürel faktörler kuşakların yaşam deneyimlerini, bakış açılarını, sosyal eğilimlerini, talepleri hatta kararlarını doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilemektedir. Örneğin tarım toplumunda dünyaya gelen bir birey ile sanayileşme yıllarında dünyaya gelen bir bireyin aynı tutum, davranış ve tercihlere sahip olması beklenemez (İnce, 2018: 23). Başka bir örnek vermek gerekirse kriz dönemlerinde bilhassa riskten kaçınan yatırımcılar normal şartlarda tercih ettiklerinden daha fazla çeşitlendirmeye gitmektedirler. Bu örneklerden görüldüğü üzere bireylerin kararlarında, içinde bulundukları toplumun ekonomik olguları ve teknolojik ilerlemeler kritik rol oynayan faktörlerdir. Benzer şekilde bireyler yaşadıkları toplumun kültüründen de

etkilenmektedir. Örneğin, Endonezya’da ülke genelinde küçük satıcılar mevcuttur. Dolayısıyla ülkede günlük ürünlere kolay erişim olması bireylerin satın alma kararında ulaşılabilirlik dışındaki diğer faktörlere önem vermesine neden olmaktadır (Bucic vd., 2012: 119).

Daha iyi açıklanması açısından başka bir örnek verilmesi gerekirse, savaş gibi zor dönemlere şahit olan bireyler otoriteye karşı daha saygılı ve daha akılcı tavırlar sergilemekteyken, sosyal ve ekonomik açıdan refahın söz konusu olduğu dönemlere şahit olan bireyler eşitlik, özgürlük gibi kavramlara önem vermektedirler ve farklılıklara karşı daha ılımlı tavırlar sergilemektedirler (Egri and Ralston, 2004: 216-218).

Farklı coğrafyalarda yaşayan aynı kuşak üyeleri arasında da farklılıklar söz konusu olabilmektedir. Bir başka deyişle ekonomik olarak güçlü bir ülkede yaşayan bir kuşak üyesi ile daha az gelişmiş bir ekonomiye sahip olan bir ülkede yaşayan aynı kuşak üyesi farklı coğrafyalarda ve şartlarda yaşamalarıyla bağlantılı olarak bire bir benzer özellikler sergileyebilir. Bu durum temelde kuşak olgusunun evrensel bir olgu olmadığına kanıttır (Bolton vd., 2013: 247). Bu bağlamda kuşak olgusunu açıklarken değineceğimiz önemli olaylar ve gelişmeler, her ülkeyi aynı şekilde etkileyebilir. Bunun en güzel örneği İkinci Dünya Savaşı gibi uluslar arası etki yaratan büyük bir olayın Brezilya’da savaşa giren ülkelere olduğu kadar keskin sonuçlar doğurmazken Rusya’da ise savaşın ardından Soğuk Savaş Dönemi’nin kendini belli etmesiyle beraber bu ülkedeki bireylerde çok daha keskin etkilenmelere yol açmasıdır. Bu örnek bize olayların etkisinin farklı olabileceğinin sinyalini vermektedir (Schewe and Meredith, 2004: 55).

1.2. Kuşak Sınıflandırması

Kuşakların sınıflandırılması, kuşak farklılıklarının doğru tespit edilmesi ve bu farklılıkların bireyler, işletmeler ve toplumlar üzerindeki yansımalarının doğru bir şekilde yönetilebilmesi için önemlidir.

Kuşak sınıflandırılması, sadece yılları temel alan bir zaman sınıflandırması değildir. Bir başka deyişle toplumda iz bırakan ekonomik, tarihi, politik veya teknolojik olgular bu sınıflandırmanın belirlenmesinde etkili olmuştur (Bolton vd., 2013: 247). Toplum üzerinde iz bırakan bu olguların ülkeden ülkeye farklılık göstermesi çok normaldir. Dolayısıyla küresel temelli bir sınıflandırma mevcut değildir. Ancak küresel temelli sınıflandırma mevcut olmasa da ulusların genelini etkileyen kritik olaylar benzer etkiler uyandırdığı için referans olarak alınmaktadır. Küresel etki uyandıran bu olaylar sırasıyla; Birinci Dünya Savaşı (1914-1918), Büyük Buhran (1929-1939), İkinci Dünya

Savaşı (1941-1945), Soğuk Savaş ve Nükleer Tehlike (1946-1953), kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun yaygın hale gelmesi (1950'li yıllar), Petrol Krizi (1970), teknolojik ilerlemeler neticesinde internetin yaygınlaşması (1990) olarak ifade edilebilir. Ayrıca hangi kuşağın net olarak hangi tarihte başladığı ve net olarak hangi tarihte bittiği konusunda bir fikir birliği bulunmamaktadır. Çünkü yaşanan gelişmelerin bireyler ve toplumlar üzerindeki etkilerinin sınırlarını çizmek oldukça zordur. (Costanza vd., 2012: 377; Ordun, 2015: 41; Schewe and Meredith, 2004: 54-55).

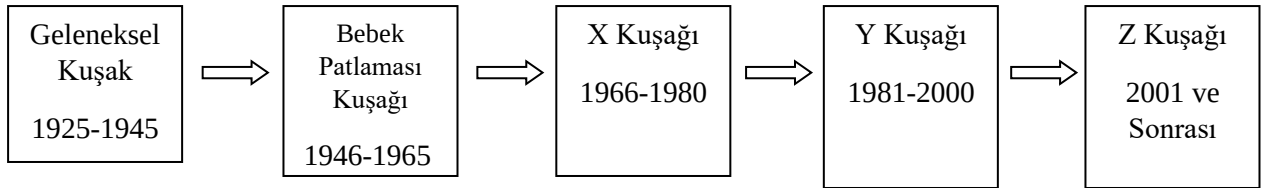
Aşağıda verilen tabloda çeşitli araştırmacıların kuşak olgusuna atfettiği kuşak aralıkları yer almaktadır.

Tablo 1.1 Literatürdeki Kuşak Sınıflandırmaları

	Geleneksel Kuşak	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Crumpacker& Crumpacker,2007	1929-1945	1946-1964	1965-1976	1980-1999	-
Howe& Strauss,2000	1925-1943	1943-1960	1961-1981	1982-2000	
Haeberle vd., 2009	1930-1944	1945-1964	1965-1979	1980-1999	1999-...
Keleş,2011	-	1946-1964	1965-1979	1980-1999	
Kyles, 2005	1900-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999	
Salahuddin, 2010	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-2000	
Yüksekbilgili, 2013	1925-1946	1946-1963	1963-1981	1980-...	
William& Page,2011	1930-1945	1946-1964	1965-1976	1977-1994	1994-...

Kaynakça: Crumpacker and Crumpacker, 2007: 351; Berkup, 2015: 54-58; Keleş, 2011: 131; Yüksekbiğili, 2013:343

Bu çalışmada ülkemize ait bir kuşak kuramı olmadığından dolayı kuşak olgusu şekil 1.1’de görüldüğü üzere; Geleneksel Kuşak (1925- 1945), Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1965), X Kuşağı (1966-1980) Y Kuşağı (1981-2000) ve Z Kuşağı (2001 ve sonrası) olarak ele alınmıştır.



Şekil 1.1 Kuşakların Görsel ile Aktarımı

1.2.1. Geleneksel Kuşak

1925-1945 yılları arasında doğan bu jenerasyon “Sessiz Kuşak ya da Savaş Kuşağı” olarak da bilinmektedir (Gündüz ve Pekçetaş, 2018: 92). Bu kuşak üyeleri tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişi yaşamışlardır. Daha açık bir ifadeyle beden gücünden makine gücüne geçişe şahit olan bu bireylerin toplumsal kimliğinde önemli değişiklikler yaşanmıştır (Kuran, 2020: 42). Teknolojik gelişmelerin sadece sanayi sektöründe kendini belli ettiği bu dönemde İkinci Dünya Savaşı (1941-1945) ve Büyük Buhran (1929-1939) gibi çok güçlü etkileri olan iki önemli olay yaşanmış ve bireylerin duygularını, eğilimlerini hatta davranışlarını bu iki olay önemli ölçüde şekillendirmiştir. Bu kuşak üyeleri bu olayların yansıması olarak küçük yaşlardan itibaren yokluk görmüş ve ekonomik sıkıntılarla mücadele etmişlerdir. Bunun sonucu olarak da diğer kuşaklara nazaran olaylara karşı daha temkinli yaklaşmışlar, daha başarı odaklı olmuşlar ve daha iyi bir gelecek için çalışmanın önemine dikkat çekmişlerdir (Lehto vd., 2006: 238-239). Ekonomik açıdan refahın olmadığı bir dönemde yaşayan bu kuşak üyelerine alternatifleri bulunan bir soru yöneltildiğinde mantık çerçevesine en uygun olan alternatifi onaylama olasılıkları çok yüksektir.

Bu kuşak üyeleri geleneksel ve kalabalık aile yapısı içerisinde büyümüşlerdir ve bu dönemde en önemli iletişim aracı telgraf olmuştur. Geleneksel kuşağı iletişim tarzı açısından ele alırsak, bu kuşak üyelerinin yüz yüze iletişime önem verdiği görülmektedir (İnce, 2018: 58) . Bunlara paralel olarak bu kuşak üyelerinin karakteristik özellikleri; uyumlu, kanaatkâr, israftan mümkün olduğunca kaçınan, otoriteye karşı saygılı, sadık, tutumlu, temkinli ve risk alma konusunda isteksiz olarak tespit edilmiştir. Ülkemizde ise bu kuşak üyeleri cumhuriyet dönemine tanıklık etmiş bireylerdir. Cumhuriyet ile birlikte yeni bir döneme başlayan ülkemizde birçok alanda köklü değişiklikler yapılmıştır.

Özellikle eğitim, hukuk ve sağlık alanlarında toplumsal ve kültürel iyileştirmeler yapılmaya çalışılmış olsa da o dönemin şartlarının ne kadar kısıtlı olduğu gün yüzüne çıkan bir gerçektir (Ayhün, 2013: 98; Anantatmula and Shrivastav, 2012: 11; Kuran, 2020: 36).

1.2.2. Bebek Patlaması Kuşağı

Bebek patlaması kuşağı 1946-1964 yılları arasında dünyaya gelen bireylerin yer aldığı kuşaktır (Adıgüzel vd., 2014:171). İkinci Dünya Savaşı'nın ve Büyük Buhran'ın etkilerinin azaldığı bu dönemde yaşayan bireylerin bu önemli iki olaydan bir önceki kuşağa göre daha az etkilenmesine rağmen dünya genelinde insan hakları ve savaş karşıtı eylemler yankı uyandırmıştır. Savaşın hemen ardından nüfusun göz ardı edilemeyecek bir şekilde artması bu kuşağın isimlendirilmesindeki en önemli etken olmuştur .“Soğuk Savaş Dönemi Çocukları” olarak da ifade edilen bu kuşak döneminde radyo önemli bir iletişim aracı haline gelmiş bu durumun sosyokültürel etkileri bebek patlaması kuşağı üzerinde kendini belli etmiştir (Bucic vd., 2012: 114; Keleş, 2013: 27;Göksel ve Güneş, 2017: 811).

Bebek patlaması kuşağının kalabalık ve iç içe olan aile bireyleriyle bir arada yaşaması ve geleneksel aile yapısı içerisinde büyümesi, konuşma ve iletişim becerilerinin gelişmesine yardımcı olmuş ve bu kuşak üyelerinin diğer kuşak üyeleriyle iyi derecede iletişim kurmasına olanak sağlamıştır. Yani Geleneksel kuşak üyeleri ile X kuşağı üyeleri arasında çatı vazifesi gören bu kuşak üyeleri, kuşaklar arasındaki entegrasyonu sağladığı için “Sandviç Kuşak” olarak da literatürde yer almaktadır (Kuran, 2020: 60) .

Bebek patlaması kuşağı üyeleri, “çalışmak için yaşamak” felsefesini benimsemişlerdir. Bu felsefenin benimsenmesinin altında yatan en önemli neden ise İkinci Dünya Savaşı ve Büyük Buhran sonrasında ülkelerin toparlanmaya çalışması ve buna bağlı olarak bireylerin sahip oldukları işleri kaybetmeyi göze alamamasıdır. (İnce, 2018: 20). Kuran (2020: 69), Bebek patlaması kuşağının diğer kuşaklara nazaran iş hayatında daha farklı bir sadakat duygusu olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca bu kuşak üyelerinin de sosyal medyayı aktif kullanarak teknolojiye ayak uydurmaya çalıştıklarını vurgulamıştır. Ülkemizde bu dönemde çok partili hayata geçiş denemeleri olmuştur. Ayrıca ekonomik olarak bir önceki döneme göre düzelmenin mevcut olduğu ve geleceğe daha iyimser bakıldığı bir gerçek olsa da ülkemizde istatistik olarak bin kişiye dört otomobilin düştüğü ve sadece büyük şehirlerde elektriğin olduğu bir dönemdir (Kuran, 2020: 60).

Tüm bu bilgiler ışığında bu kuşak üyelerinin karakteristik özellikleri; rekabetçi, işkolik, kuralcı, çok çalışkan ve çok çalışmaya inanan, fazla mesaiyi sorun etmeyip uzun

saatler çalışabilen, işine sadık, kanaatkâr, akıldan ziyade duyguyu ön planda tutan, faydacı, çevresel ve toplumsal olaylara karşı daha duyarlı şeklinde tespit edilmiştir. Bebek patlaması kuşağının iletişim tarzı ise, yüz yüze iletişimi tercih etmelerinin yanı sıra telefon aracılığıyla gerçekleşen iletişim tarzını da benimsemeleridir. (Demirkaya vd., 2015:187-192; Twenge, 2010: 203; İnce:2018:58; Göksel ve Güneş, 2017: 811, Kuran, 2020: 60).

1.2.3. X Kuşağı

X kuşağı üyeleri 1965-1979 yılları arasında doğan bireylerdir (Kuran, 2020: 82). Bu dönemde yaşanan Petrol krizi ve diğer çeşitli ekonomik krizler bu kuşağı olumsuz etkilemiştir (Bucic vd., 2012: 114). Teknolojik ilerlemelere bağlı olarak renkli televizyon ile haşır neşir olan, ilk cep telefonu kullanan, iş hayatında ilk kişisel bilgisayar ve e-posta sistemini kullanan dolayısıyla büyük toplumsal değişimlere şahit olan bu kuşak üyeleri kendinden önceki kuşaklara göre teknolojik değişimlere daha fazla adapte olsa da çağın getirdiklerine tam olarak cevap veremediklerini düşünerek kendilerini dışlanmış olarak görmüşlerdir. Bundan dolayı X kuşağı “Kayıp Kuşak ve Geçiş Dönemi Çocukları” olarak da ifade edilir. “Yaşamak için çalışmak” felsefesini edinen X kuşağı üyeleri maddiyete daha fazla önem vermiş bunun içinde çalışma hayatında sorumluluk sahibi olarak hep daha fazlasına odaklanmışlardır (Ayhün, 2013: 100; Kuran, 2020: 83; İnce, 2018: 61).

Aynı zamanda bu kuşak üyeleri işten çıkarmalara ve enflasyona şahit oldukları için işlerine sadık kalmayı tercih etmişlerdir. Dünya genelinde Petrol Krizi ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin (SSCB) yıkılması, ülkemizde ise sağ-sol çatışmalarının yaşanması bu dönemde yaşanan önemli olaylardır. Bu kuşak üyeleri kendilerinden önceki kuşaklara göre daha fazla bireyselliği benimsemişlerdir (Bayramoğlu, 2018: 16). Ayrıca televizyonun tüm evlere girmesiyle toplumun alışkanlıkları değişmiştir. Kadınların bu dönemde iyi eğitim olanaklarına sahip olmaları iş hayatında aktif rol oynamalarını sağlamıştır (Adıgüzel vd., 2014: 172-173). Sorumluluk duygusu ile özdeşleşmiş olan X kuşağı üyeleri mutlu bireyler olabilmek için başarı ve performans gibi kavramları kendilerine referans almışlardır (Kuran, 2020: 98).

X kuşağı üyelerinin karakteristik özellikleri; rekabetçi, şüpheli ve kötümser olmaları, önceki kuşaklara nazaran bağımsızlıklarına önem vermeleri, otoriteye karşı kendinden önceki kuşaklara göre daha az saygılı olmaları, iş ile mutlu olmayı bilen sorumluluk sahibi bir kuşak olmaları, yaşadıkları ekonomik sıkıntılardan dolayı işlerine daha bağlı olmaları olarak belirlenmiştir. X kuşağı üyelerinin iletişim tarzları

incelendiğinde bu kuşak üyelerinin iş hayatında kısa notlar almayı tercih ettiklerinden dolayı kısa mesaj ve e-posta yolu ile iletişim kurmakta zorlanmadıkları görülmektedir (Bayramoğlu, 2018: 17; İnce:2018: 58).

1.2.4. Y Kuşağı

Yaklaşık olarak 1980-1999 yılları arasında doğan Y Kuşağı üyelerini önceki kuşaklardan ayıran en önemli olgu küreselleşmedir. Bu kuşak üyeleri uluslar arası ilişkilerin önemli olduğu bir dönemde dünyaya gelmişlerdir. Bu noktada belirtmekte fayda vardır ki, küreselleşmenin getirisi olarak Y kuşağı dünya üzerinde coğrafi farklılıkların en az düzeyde mevcut olduğu kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. (Bucic vd., 2012: 114). Bu kuşak üyelerinin büyüdüğü zaman diliminde yaşanan olaylar dünya genelinde 11 Eylül Saldırısı, Körfez Savaşıyken ülkemizde refah ve krizin bir arada yaşandığı yıllar eşlik etmektedir (Kuran, 2020: 97).

Literatürde Y kuşağı üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde bu kuşağın yaş aralığının tespitinde farklı görüşler olduğu açıkça görülmektedir (Yüksekbilgili,2015: 261). Bazı araştırmacılar Y kuşağının kendi içerisinde alt sınıflandırmaları olduğunu savunsa da bu çalışmada Y kuşağı tek segment olarak ele alınmıştır.

Teknoloji ile çerçevelenmiş bir dünyada özellikle internet ile büyüyen Y kuşağı üyeleri için sosyal ilişki, bir başka ifadeyle diğer bireylerle etkileşim halinde olmak bir ihtiyaçtır. Bu kuşak üyeleri aileleriyle, sınıf arkadaşlarıyla veya çalışma arkadaşlarıyla sürekli bağlantı içinde olmak istemektedirler ve bu istek doğrultusunda sosyal medya en önemli iletişim araçlarıdır (Bolton vd., 2013: 245; Black, 2010: 92-95). Y kuşağı üyeleri “helikopter ebeveyn” olarak ifade edilen korumacı bireyler tarafından yetiştirilmişlerdir. Bu durum kendilerine güvenen iyimser bir yapıda olmalarında etkili olmakla beraber sürekli geri bildirim talep etmelerine de yol açmıştır (Devine, 2010: 138).

Y kuşağı üyeleri mutlu olunca başarının daha kolay elde edileceğini düşünen ve her daim özel olduğunu hissetmek isteyen bir yapıdadır. Aynı zamanda bu kuşağın işbirliğine, etik konulara, saygıya ve adalete değer veren bir kuşak olduğu görülmektedir (Kuran, 2020: 98). Deloitte Global tarafından hazırlanan 2020 yılı Y Kuşağı Araştırması Türkiye verilerine göre; iki yıl içinde çalıştığı kurumdan ayrılmayı düşünen genç kuşak üyelerinin oranı %71 olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalıştıkları kurumda kendini son derece güvende hisseden bireylerin oranı %17 iken kendini orta düzeyde güvende hisseden bireylerin oranı

%49 olarak tespit edilmiştir. Bu tespitler Y kuşağı üyelerinin çalıştıkları kurumlara karşı sadakat duygularının az olmasının ve kolay iş değiştirebildiklerinin göstergesidir (Deloitte Y Kuşağı Araştırması, 2020).

Bu bilgiler dâhilinde Y kuşağına dair akla gelen karakteristik özellikler; eğlenceye ve sosyal hayata önem vermeleri, iş- yaşam dengesini istemeleri, otoriteye karşı önyargılı olmaları ve meydan okumaları, sorgulayıcı, iyimser aynı zamanda şüpheli olmaları, takım halinde çalışırken verim alabilmeleri, girişimci ruha sahip olmaları, öğrenmeye istekli olmaları, narsistik eğilimlerinin diğer kuşaklara göre daha fazla olması, karar alırken etik kurallardan ve çevre ile ilgili faktörlerden etkilenmeleri, kendini ifade etmede iyi olmaları, risk almaya eğilimli olmaları şeklinde sıralanabilir (Bucic vd., 2012: 114, Black, 2010: 94; Bolton vd., 2013: 256; Anantatmula ve Shrivastav, 2012: 12; Devine, 2010: 138).

Devine, (2010: 138) teknolojinin sağladığı avantajlardan biri olan hız kavramının bu kuşak için önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu nedenle bu kuşak üyelerinin uzun vadeli durumlarda tedirginlik hissettiğinden bahsetmiştir. Ayrıca Keleş (2011: 137) Y kuşağı üyelerinin esnekliğe önem verdiğini belirtmiş ve denetim faaliyetlerinin aşırıya kaçılması sonucunda bu kuşak üyelerinin kendilerine güvenilmediği algısıyla motivasyonlarının olumsuz etkilendiğine değinmiştir. Bu kuşağın iletişim tarzı ise kendinden önceki tüm kuşaklara göre daha farklıdır. Y kuşağı akıllı telefonların hayatımıza girmesiyle beraber sürekli çevrimiçi olan ve sosyal medya aracılığıyla iletişim kurabilen bir nesildir. (İnce,2018: 58).

1.2.5. Z Kuşağı

2000 yılı ve sonrasında dünyaya gelen bireyleri kapsayan kuşaktır (Kuran, 2020: 18). Teknolojik gelişmelerin çok hızlı yaşandığı dönemde doğan bu kuşak üyeleri “iGen”, “Dijital yerliler” ve “İnternet Kuşağı” olarak da adlandırılmaktadır (Levickaite’danakt. Göksel ve Güneş, 2017:813). Z kuşağı üyelerinin çok odaklı bir yapıya sahip olacağı öngörüler arasında yer almaktadır. Bu sebepten ötürü araştırmacılar, çoklu görev anlamına gelen “multitasking” kelimesinin baş harfinden esinlenerek bu kuşağı “M Kuşağı” olarak da isimlendirmişlerdir (Latif ve Serbest, 2014: 151).

Dünya genelinde küresel boyutlu terör olayları ve bulut teknolojileri gibi gelişmeler yaşanırken ülkemizde ise yetenek kıtlığı ve Suriye sorunu bu döneme damga vuran önemli olaylar olmuştur (Kuran, 2020: 37) . Teknolojinin içinde doğmuş bir jenerasyon olan Z kuşağının teknoloji odaklı bir hayat sürmesi çok odaklı bir yapıya sahip olmasını sağlarken

aynı zamanda aşırı dikkat dağınıklığı ve üst düzey bireyselliğe önem verme gibi olumsuz özellikleri de beraberinde getirmektedir. İşlerini çevrimiçi halletmeye odaklı olan bu kuşağın üşengeç bireyler olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda yapay zekâya ilişkin gelişmeler sonucunda çalışma hayatında yeni sektörlerin ve çalışma tarzlarının oluşacağı düşünülmektedir (İnce, 2018: 22). Yapay zekânın çalışma hayatında daha aktif rol oynayacağı düşüncesine bağlı olarak bu kuşak üyelerinin çalışma hayatında daha az sorunla karşı karşıya kalacağı ve daha az sıkıntı çekeceği düşünülmektedir (Latif ve Serbest, 2014: 151).

Teknolojik gelişmeler neticesinde hızlı yaşam tarzının benimsenmesinin Z Kuşağı üyeleri üzerindeki etkileri netlik kazanmamakla birlikte bu bireylerin hem içedönük hem de dışadönük bir yapıya sahip olmalarını sağlayacağı kanısına varılmıştır. Böylece bu kuşak üyeleri toplum içindeyken bile başka insanlarla iletişim halinde olabilmek amacıyla cep telefonlarını yanından ayırmayacaklardır ve bundan ötürü ise eski kuşak üyeleri tarafından saygısız olarak nitelendirileceklerdir (İnce, 2018: 61).

Kuran (2020:132) Z kuşağı üyelerinin kalıplaşmış özelliklerinin belirlenebilmesi için zamana ihtiyaç olduğunu vurgulamıştır. Bu sebepten dolayı literatürde Z kuşağına ilişkin fazla bilgi bulunmamaktadır.

1.3. Dijital Çağda Kuşak Olgusu

Bu başlık altında öncelikle dijital çağ kavramı üzerinde durulmuş, ardından kuşaklar arasındaki teknoloji kullanımından kaynaklanan dijital yerliler ve dijital göçmenler sınıflandırmasında yer alan genel özellikler yansıtılmaya çalışılmıştır. Son olarak da bu konuyla ilgili yapılan farklı sınıflandırma önerilerinden bahsedilmiştir.

1.3.1. Dijital Çağ

İnsanlık tarihi göz önünde bulundurulduğunda farklı dönemler yaşandığı görülmektedir. Tarih öncesi çağlar olarak adlandırdığımız dönem kendi içinde karanlık çağ, taş çağı ve maden çağı olmak üzere üç ayrı zaman dilimi olarak kategori edilmektedir. Karanlık çağ olarak bildiğimiz dönemin isimlendirmesinde etkili olan faktör, karanlık çağ ile ilgili en ufak bilginin olmamasıdır. Taş çağında; aletlerin icat edildiği, yerleşik yaşama geçilmeye başlandığı, tarımın ve hayvancılığın yapıldığı bilinmektedir. Taş çağının ardından madenlerin para olarak kullanılmaya başlandığı ve toplumlar arası ticaretlerin oluşmaya başladığı maden çağına gelinmiştir (Eğilmez, 2018: 21). Son zamanlarda sanayi 1.0 olarak isimlendirilen sanayi devrimi, 18. yüzyılda buhar gücüyle işlev gören

makinelerin icat edilmesiyle birlikte insan ve hayvan gücünden makine gücüne geçişi sağlamıştır. Bu devrimin ana temasını fabrikaların kurulmaya başlamasının ardından seri üretime geçilmesi oluşturmaktadır (Eğilmez, 2018: 97-100). Buhar gücü ile çalışan makineler ile başlayan sanayi devrimi, elektrik enerjisinin daha aktif rol oynamasıyla yeni bir döneme geçmiştir. Sanayi devrimin ikinci aşaması olarak değerlendirdiğimiz bu dönem Sanayi 2.0 olarak bilinmektedir. Sanayi devriminin bir diğer aşaması ise, Sanayi 3.0'dır. Bu dönemde bilgiyi veri haline dönüştüren programlar geliştirilmiştir (Eğilmez, 2018:132-142).

Son yıllarda sıkça duyduğumuz 4. Sanayi devrimi olarak bilinen endüstri 4.0, nesnelerin interneti, yapay zeka, öğrenen örgüt, bulut teknolojileri ve büyük veri gibi kavramlar sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin sinyallerini vermiştir (Parlak, 2017: 1744). Bilgi toplumu günümüzde, “internet topluluğu (internet society), bilişim çağı (computing age), dijital çağ (digital age), sanayi ötesi çağ (post-industrial age), post-modern çağ (post-modern age) ve yeniçağ (new age)” gibi değişik başlıklarla ifade edilmektedir (Çetin ve Özgiden, 2013:173).

Yukarıdaki ifadeden anlaşılacağı üzere, teknolojik gelişmelerin hızla yaşandığı 21. yüzyıl “dijital çağ” olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem, teknolojik gelişmeleri ve bilgiyi merkez almıştır. 1990'lı yıllarda hayatımıza girerek büyük değişimlere kapı aralayan internet bilgiye ulaşımımızı kolaylaştırmıştır. İnternet ve akabinde yaşanan bilgisayar ağlarının oluşması, ağların birbirine bağlanması ve tek merkezden yönetilebilmesi gibi gelişmeler toplumlarda kendine özgü yeni bir dünya anlayışı olan “dijital dünya” kavramına yer açmıştır. Bilişim ve iletişim teknolojisinde yaşanan değişimlerin sonucu olarak ortaya çıkan dijitalleşme olgusu, hayatın birçok alanında dijital dönüşümü zorunlu kılmıştır. Bu küresel dönüşüm; bireyleri, toplumları hatta devletleri etkileyen bir teknoloji dönüşümü olarak ifade edilmektedir. Başka bir ifadeyle tüm paydaşlar dijital çağın getirdiği yeniliklere karşı kendilerini adapte etmek zorunda kalmıştır. Burada kabaca göze çarpan, dijitalleşme kavramının e-devlet, e-okul, e-ticaret gibi uygulamalara kapı araladığıdır (Parlak, 2017: 1743; Karabulut, 2015: 12; Vural ve Bakır, 2007:5 Eğilmez, 2018: 143-144).

Türkiye İstatistik Kurumu (Tüik) tarafından gerçekleştirilen hanehalkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırmasına göre, 2021 yılı itibariyle internete erişim imkânına sahip olan hanelerin oranı %92'dir. İnternet kullanım oranına bakıldığında 2020 yılında

%79 olan oranın 2021 yılında %82,6' ya yükseldiği görülmektedir. Burada altı çizilerek vurgulanmak istenen, günümüzde dijitalleşme olgusunun çok yüksek oranlara sahip olduğunu bir kez daha göstermektir (TÜİK, 2021).

Dijital çağın yansımaları düşünüldüğünde başta sosyo-ekonomik olmak üzere birçok alanda önemli değişimler yaşanmıştır. Aynı perspektiften hareketle, yaşanan gelişmelerin kültür üzerinde de etkili olduğu açıkça görülmektedir. Buna bağlı olarak toplumun değer yargılarını, bireylerin yaşam biçimlerini etkilediği söylenebilir. Bu fikre eşlik edecek farklı bir bakış açısı da dijital çağın kuşaklar arası teknoloji kullanım düzeyinde meydana getirdiği farklılıktır.

Marc Prensky, 2001 yılında gerçekleştirdiği çalışmada teknolojik ilerlemelerin bireyler üzerinde farklı yansımaları olduğu düşüncesinden yola çıkmıştır. Bireylerin yaş değişkeninden kaynaklı olarak teknolojiyi farklı amaçlarla ve farklı yetkinlik düzeyinde kullandıklarını göz önünde tutarak bir sınıflandırma yapmıştır. Birbirine zıt olarak değerlendirilen bu sınıflamadan biri “dijital yerliler” diğeri ise “dijital göçmenlerdir”. Bu sınıflandırmaya göre, 1980 sonrasında dünyaya gelen ve teknolojik aletlerle içli dışlı olarak büyüyen bireyler “dijital yerliler (digital natives) olarak nitelendirilirken, 1980 öncesinde dünyaya gelen ve dijital yerlilere nazaran teknolojiye daha uzak olan bireyler “dijital göçmenler (dijital immigrants)” olarak adlandırılmaktadır (Yıldız, 2012: 820; Bilgiç vd., 2011: 257).

Özetle, dijital çağ görüşüne göre kuşak olgusu; “dijital yerliler”, “dijital göçmenler” olarak sınıflandırılmaktadır.

1.3.2. Dijital Göçmenler

Prensky, 1980 öncesi doğan ve dijital çağda dünyaya gelmemiş bireyleri “dijital göçmen” olarak nitelendirmiştir (Prensky, 2001a:1). Teknoloji ile belli bir dönemden sonra tanışan dijital göçmenler, dijital çağa ayak uydurmaya çalışan bireylerden oluşmaktadır. Buna sebep olarak ise, teknolojinin günümüzde vazgeçilmez bir konumda olması gösterilmektedir (Bilgiç vd., 2011: 257). Teknolojide yaşanan hızlı ilerlemeler dünyayı değiştirmekle birlikte insanları da değiştirmektedir. Dolayısıyla dijital göçmenler olarak karşımıza çıkan bireyler her ne kadar teknolojik gelişmelerin bizzat içinde doğmamış olsalar bile teknoloji bir şekilde hayatlarına dokunmuştur.

Karabulut (2015: 19) tipik bir dijital göçmen üyesinin teknoloji kullanımındaki en temel amacının bilgi edinmek olduğunu ancak zaman içerisinde bu amacın dışına çıkılarak bu bireylerin eğlence ve sohbet etme gibi farklı sebeplerle de teknolojiyi kullandıklarını ifade etmiştir. Genel olarak yazılı kaynakları kullanmayı tercih eden bu bireylerin zaman içerisinde bilgiye daha hızlı ulaşmak için interneti daha aktif kullanacakları düşünülmektedir. Dijital göçmenlerin teknolojik gelişmelere adapte olmaya çalışırken aynı zamanda alışkanlıklarından kopmakta zorlandıkları görülmektedir. Örneğin bu bireyler bir belgeyi düzeltmek istediklerinde dijital ekrandan düzenlemek yerine çıktısını alarak düzenlemeye meyillidir. Benzer şekilde çalışma arkadaşlarına e-posta ile iletebilecekleri bir gönderiyi yüz yüze iletmeyi tercih edebilmektedir. Bu bilgilerden hareketle teknolojiye tam anlamıyla uyum sağlayamadıkları ve teknolojiyi kullanmakta dijital yerlilere nazaran hantal kaldıkları söylenebilir. (Prensky, 2001a:2).

Dijital göçmen üyeleri aynı anda birden fazla göreve odaklanmanın verimli olmadığı kanaatindedir. Örneğin bireyin televizyon izlerken aynı zamanda başarılı bir öğrenme süreci gerçekleştireceğine inanmazlar (Prensky, 2001a:3). Dijital göçmenleri dijital yerlilerden ayıran en önemli unsurlardan biri iletişim tarzı farklılıklarıdır. Dijital göçmenler yaşadıkları dönem itibarıyla yüz yüze iletişim ya da sabit hatlı telefonlar ile iletişim kurmuşlardır. Diğer yandan teknolojik faktörler göz önünde tutulursa iletişim tarzlarının ve araçlarının geri dönülmez bir şekilde değiştiği görülmektedir. O halde dijital yerlilerin anlık mesaj, e-posta, görüntülü sohbetler ile iletişim kurduklarını söylemek yanlış olmayacaktır (Tuğran, 2016: 10)

1.3.3. Dijital Yerliler

Teknoloji ile doğar doğmaz tanışan ve dijital yerliler olarak ifade edilen genç kuşak üyelerine yazın kaynaklarında “bin yılın öğrencileri (millennials), internet nesli (net generation), oyun nesli (the gamer generation), siber çocukları (cyber kids) gibi farklı isimlendirmeler yapıldığı görülmektedir (Pento’danakt. Şahin, 2009: 156). Bazı araştırmacılar bu kuşak üyeleri için farklı isimler kullanmayı tercih etse de Prensky, “dijital yerli (dijital native)” kavramını kullanmıştır. Bunun temel sebebi ise, bu kuşak üyelerinin bilgisayar, internet, video oyunları ve cep telefonu gibi icatların yardımıyla dijital dili ana dilleri (native speaker) gibi kullanmaları gösterilebilmektedir (Prensky, 2001a:1).

1980 ve sonrasında dünyaya gelen bireylerin daha önce dünyaya gelen bireylere göre daha teknolojik bir dünyada çocukluk ve gençlik dönemi yaşadıkları kabul

edilmektedir. Teknoloji ile çok erken tanışan bu bireyler, günlerinin büyük bir kısmını ağıba bağlı geçirmekte, teknolojik cihazları daha doğru ve etkin şekilde kullanmaktadır. Örneğin, bu bireylerin kitapları dizüstü bilgisayarlarında saklıdır. Dolayısıyla dijital yerliler için bu cihazlar hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Başka bir ifadeyle teknoloji hayatlarının merkezindedir. Bu durum birden fazla göreve odaklanabilmelerine yardımcı olurken aynı zamanda bu bireylerin yeniliklere açık, değişime kolay uyum sağlayan bir yapıda olmalarına olanak vermiştir (Prensky, 2001a:1-3, Tuğran,2016: 10).

Dijital yerli üyelerini dikkat süreleri açısından değerlendiren Prensky, bu bireylerin özellikle eski öğrenme metotları karşısında odaklanma sürelerinin kısa olduğunu belirtirken ilgi alanları söz konusu olduğunda odaklanma sürelerinde sorun olmadığı ifade etmiştir (Prensky, 2001b: 4).

Dijital yerlilerin sahip olduğu özellikler aşağıda açıklanmıştır:

- İnternet ve bilgisayar aracılığıyla bilgiye kolay ulaşılabilen bir bağlamda büyümeleriyle bağlantılı olarak bilgiye hızlı bir şekilde erişmek istemektedirler.
- Küçük yaşlardan itibaren televizyon ve video oyunları ile haşır neşir olan bu bireylerin hayatlarında görsellik çok önemlidir. Dolayısıyla bu bireyler metin yerine görsellik içeren grafikleri tercih etmektedir.
- Bu bireylerin bilişsel yapıları paraleldir.
- Eğlenmeyi yaşam felsefesi haline getiren dijital yerli üyeleri keşfederek, deneyimleyerek ve oyun oynayarak öğrenmeyi yeğlemektedir.
- Aynı anda birden fazla görevi yerine getirebilirler. Başka bir ifadeyle, çoklu görevlere odaklanmakta sorun yaşamazlar (Prensky, 2001a: 2; Bilgiç vd., 2011: 260).

Prensky (2001a:1) dijital yerliler ve dijital göçmenlerin bilgiyi düşünme, kullanma ve işleme boyutları açısından birbirlerinden farklı olduklarına değinmiş, bireylerin yaşadıkları dönemin kültürel, sosyo-ekonomik şartlarının ve hayat tecrübelerinin farklı beyinsel yapıya sebep olduğunu ifade etmiştir. Başka bir deyişle, bireyin düşüncelerinin ardında bireyin yetiştiği çevrenin rol oynadığı bilinmektedir. İnsan beyninin çevreden farklı uyarılar (girdiler) alması sonucunda fiziksel olarak değişmesi muhtemeldir. Buradan yola çıkarak, dijital çağda teknolojik imkânlarla büyüyen çocukların önceki kuşaklara göre zihinsel yapılarının ve düşünce kalıplarının farklılaşabileceği görüşü ortaya çıkmaktadır

(Prensky,2001b) . Bu düşüncenin deneylerle kanıtlanmamış bir düşünce olduğunu belirtmek faydalı olacaktır.

Tablo1.2 Dijital Yerli ve Göçmen Genel Özelliklerine İlişkin Tablo

DİJİTAL YERLİLER	DİJİTAL GÖÇMENLER
1980 sonrasında dünyaya gelen ve doğar doğmaz teknoloji ile karşılaşan bireylerdir.	1980 öncesinde dünyaya gelen ve teknoloji ile yetişkinlik döneminde karşılaşan bireylerdir.
Teknoloji içinde büyümeleriyle ilintili olarak yeni teknolojik gelişmelere adapte olmakta zorlanmazlar.	Yeni teknolojik gelişmelere dijital yerlilere nazaran adapte olmakta güçlük çekerler.
Teknoloji okuryazarlık eğilimleri yüksektir.	Teknoloji okuryazarlık eğilimi düşüktür.
Bu bireyler günün büyük bir kısmını internet ortamında geçirmektedir.	Bu bireyler günün büyük bir kısmını televizyon karşısında geçirmektedir.
Dijital yerli üyelerinin eş zamanlı görev yürütebilme becerileri yüksektir.	Dijital göçmen üyeleri aynı anda birden fazla göreve odaklanmanın verimli olduğuna inanmamaktadır.
Bu bireyler teknolojik ürünlere zarar vermekten çekinmeyerek deneme yanılma yöntemini kullanmaktadır.	Bu bireyler teknolojik ürünlerden faydalanmadan önce sonuçlarını detaylı düşünerek deneme yöntemini kullanmaktadır.
Dijital yerli üyelerinin teknolojik gelişmeler sonucunda e posta, anlık mesaj ve görüntülü sohbet şeklinde iletişim kurdukları görülmektedir.	Dijital göçmenler ise yüz yüze iletişim kurmayı tercih eden, mektup ve sabit telefonları kullanan bireylerdir.
Anlık iletişime alışkın olan bu bireyler hızlı iletişim kurmayı talep etmektedir. Bu doğrultuda sanal ortamlarda semboller, kısaltmalar ve kodlar kullanmışlardır.	Bu bireyler iletişim sırasında daha sabırlıdır. Dijital yerlilerin sanal ortamlarda kullandıkları sembollere, kısaltmalara ve kodlara başka bir deyişle dijital dile uyum sağlamaya çalışmışlardır.
Bu bireyler internet üzerinden rahat bir şekilde alışveriş yapmaktadır.	Bu bireyler, internet üzerinden alışveriş yapmaktan ziyade karşılaştırma yapmaktadır.

Kaynakça: Prensky,2001a:2-6; Kurt, Günüş, Ersoy, 2013: 14-15; Prensky,2004:2-5

Prensky, ilerleyen zamanlarda dijital yerliler ve dijital göçmenlerin teknolojiye yaklaşımları arasındaki farkların daha az olacağını vurgulamış ve “dijital insan (homo sapiens digital)” kavramını ortaya atarak “dijital bilgelik” olgusuna dikkat çekmiştir. Prensky’e göre, dijital insan öncelikle dijital çağın getirdiği değişimin hayatın bir gerçeği olduğunu kabul etmelidir. Birey, dijital çağın sunmuş olduğu teknolojik gelişmelerin kullanılmasıyla doğuştan gelen bilişsel yeteneklerini geliştirme fırsatı bulmaktadır ve gerek problem çözme kabiliyetinde gerekse zaman tasarrufu noktasında dijital boyutta kendini geliştirmezse sorun yaşayacağının farkında olmalıdır (Prensky,2009).

1.3.4. Dijital Göçebe

Palfrey ve Gasser (2008) , Prensky tarafından alan yazınına sunulan dijital yerli ve dijital göçmen sınıflandırmasından yola çıkarak, dijital çağ görüşüne göre kuşak olgusuna üçüncü bir kategoriye ihtiyaç duyduğunu ifade etmişlerdir. Bu bağlamda “ dijital göçebe (digital settlers)” kavramını ele almıştır. Dijital göçebe olarak nitelendirilen bireyler dijital göçmenlerden yaşça daha büyük olan grubu ifade etmek için kullanılmıştır. Dijital göçebelerde tıpkı dijital göçmenler gibi teknoloji ile sonradan tanışan bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak dijital göçebeler, dijital göçmenlere göre teknolojiye ve dijital çağa daha uzaktır (Kurt vd., 2013:7-8).

Dijital yerli, dijital göçmen ve dijital göçebe kavramları basit bir döngü ile şematize edilebilir.



Şekil 1.2 Dijital Göçebe, Dijital Göçmen ve Dijital Yerli

Kaynakça:(Kurt vd., 2013:8).

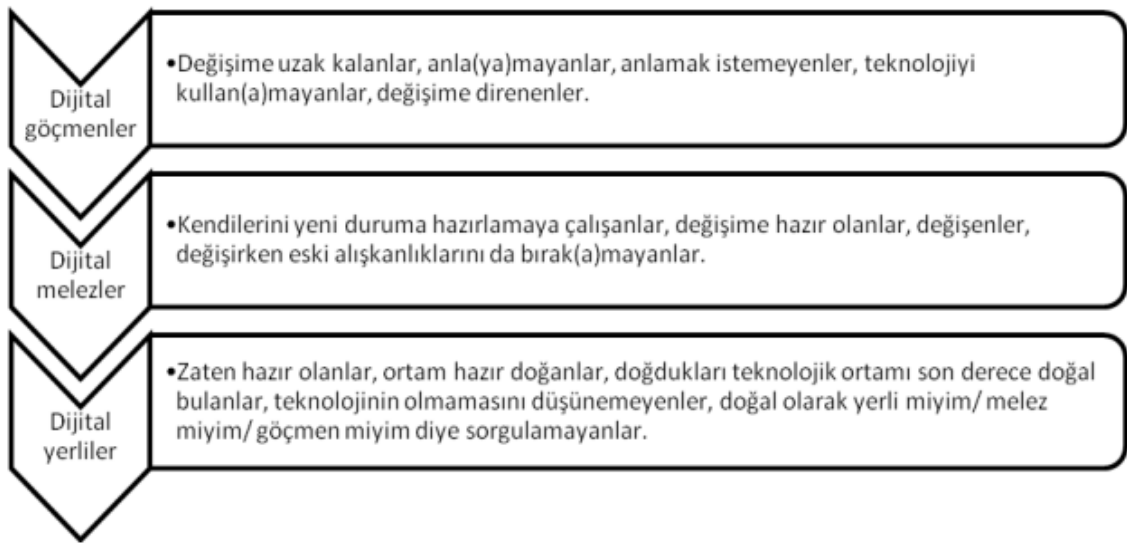
Şekil 1.2 ‘de gösterildiği gibi dijital göçmenler, dijital yerliler ve dijital göçebeler arasında köprü vazifesi görmektedir. Burada anlatılmak istenen, dijital göçmenlerin dijital yerli ve dijital göçebelerin özelliklerini barındırdığı düşüncesidir (Kurt vd., 2013:8).

1.3.5. Dijital Melezler

Marc Prensky’nin yapmış olduğu çalışmalar incelendiğinde dijital yerli ve dijital göçmen sınıflandırmasını çok keskin çizgilerle ifade ettiği görülmektedir. Yıldız (2012:821) ise “Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez Mi?” adlı çalışmasında dijital çağda kuşak sınıflandırmasına farklı bir bakış açısı sunmuştur. Marmara Üniversitesi’nde öğrenim gören öğrencilerin dijital yerli mi, yoksa dijital göçmen özelliği mi taşıdığını tespit etmek amacıyla yapılan çalışma sonucunda bu iki sınıflandırma arasında bir geçiş dönemine ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkmıştır. Yazın kaynakları göz önünde bulundurulduğunda dijital melezler hakkında yeterli bilgi olmadığı görülmektedir. Ancak bu konu üzerinde yapılan farklı bir kategori görüşü olduğundan bahsedilmesinin faydalı olduğu düşünülmüştür. Dijital melezlerin dâhil olduğu sınıflandırma ilgili özet bilgiler şu şekildedir:

- Dijital Göçmenler (1970 ve öncesi)
- Dijital Melezler (1970-1999)
- Dijital Yerliler (2000 ve sonrası)

Dijital melez üyelerinin dijital göçmen ve dijital yerlilerin karması olduğu düşünülmektedir. Her iki grupla da ortak ve farklı özellikleri bulunmaktadır (Yıldız, 2012: 822). Geçiş dönemi olarak nitelendirilen dijital melezler, dijital göçmenler kadar tutucu olmamakla birlikte dijital melezler kadar teknolojiyi etkin kullanamamaktadır. Dijital melezler doğdukları tarih bakımından değerlendirildiğinde dijital yerliler kadar teknolojinin içinde doğmadıkları görülmektedir (Karabulut,2015: 20).



Şekil 1.3 Dijital Göçmen, Melez ve Yerlilerin Görsel ile Aktarımı

Kaynakça: (Yıldız,2012:823).

1.4. Kuşak Olgusuna Getirilen Eleştiriler

Bireylerin yaşam tarzlarının, tercihlerinin ve davranışlarının ortak olayları yaşamaları sonucunda benzerlik göstermesi kuşak olgusuna olan ilginin artmasını sağlamış özellikle farklı kuşak üyelerinin farklı beklentilere sahip olması ve iletişim tarzlarının değişik olmasının farklılıklara hitap edilebilmesi adına yönetilmesi gereken bir konu olduğu birçok çalışmada vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra kuşak olgusunun bazı yönleri sorgulanarak eleştiriye kapı aralamaktadır.

Bu eleştiriler üç başlık altında toplanabilir. Bunlar sırasıyla; kuşak olgusuna dair yapılan bilimsel çalışmaların yetersiz görülmesi ve yöntembilimle ilgili eksik olduğu görüşü, kuşak olgusunun benzer kavramlardan ayrışmasının zor olduğu görüşü, kuşak

olgusuna dair yapılan kuşak sınıflandırmasının Amerikan kökenli olduğu görüşü şeklinde ifade edilebilir.

1.4.1. Kuşak Olgusunun Yöntembilimle İlgili Eksikleri Olduğu Görüşü

Kuşak olgusuna dair yapılan eleştirilerden ilki, bu kavrama yönelik yapılan yayınlar göz önünde bulundurulduğunda kuşak olgusunun popüler basında çok sık ele alınmasının yanı sıra akademik veya bilimsel dergilerde çok fazla yer bulmamasıdır (Costanza vd., 2012: 376). Ayrıca Giancola, kuşak olgusunun yöntembilimle ilgili eksikleri olduğuna dikkat çekerek kuşak farklılıklarını ortaya koyan yöntemlerin nesnel kanıtlar yerine gözlem ve deneye dayandığını belirtir. Bu görüşe ek olarak deney yoluyla edinilen bilgiler neticesinde kuşak farklılıklarını destekleyen az sayıda çalışma olduğunu ifade etmektedir. (Giancola'danakt. Macky vd., 2008: 859).

1.4.2. Kuşak Olgusunun Benzer Kavramlarla Ayrışamadığı Görüşü

Eleştiri çerçevesi içerisinde ele alınan bir başka konu, kuşak kelimesinin daha çok soy bağıını içermesi ve aynı aileden olan bireyleri ifade etmesi nedeniyle kuşak olgusu yerine bireylerin yaşadıkları olay yönünden bir bütünü oluşturan “topluluk (cohort)” kelimesinin kullanılmasının daha uygun olduğu görüşüdür. Kuşak olgusuna dair yaş ile kohort kavramlarının net bir şekilde birbirinden ayrılmadığını belirtmek yerinde olacaktır (Bayramoğlu, 2018: 19; Bolton vd., 2013: 245). Farklı yaşlardaki bireyler arasında belirgin bir şekilde tutum, inanç veya tercih farklılıklarının söz konusu olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu söz konusu farklılıklar yaş ve kişilik özelliklerinden mi kaynaklanıyor yoksa teknolojik gelişmelerin getirdiği imkânlardan mı kaynaklanıyor ya da farklılığın sebebi gerçekten kuşak olgusu mu sorusuna keskin bir sınır çizilememektedir. Böyle bir durumda örneğin yaş faktörü ele alınırsa, farklı kuşak üyeleri olan bireylerin ortak bir yaştaki tercihleri, inançları, karakteristik özellikleri karşılaştırılabilir. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse, otuz yaşındaki bir X kuşağı üyesinin tutum, inanç ve tercihleri ile otuz yaşındaki bir Y kuşağı üyesinin tutum, inanç ve tercihlerinin karşılaştırılması bu soruya ışık tutabilir (Bolton vd., 2013: 245; Costanza and Finkelstein, 2015: 309-310; Twenge, 2010: 202; Pitt-catsoupes vd., 2009: 4).

Kuşak olgusuna dair bir diğer eleştiri ise, aynı sosyoekonomik ve sosyokültürel olayları yaşayan kuşak üyelerinin benzer özellikler göstermesiyle beraber bu kalıplaşan özelliklerin o ülkenin ya da toplumun aynı dönemlerinde doğan tüm bireylerine atfedilmesinin mantıklı bir yaklaşım olmamasıdır. Örneğin; Y kuşağına lanse edilen takım

odaklılık özelliği tüm Y kuşağı üyelerinde belirgin bir şekilde gözlemlenemeyebilir (Ron, Raines ve Filipczak'danakt. Bayramoğlu,2018: 16).

1.4.3. Kuşak Sınıflandırmasının Amerikan Kökenli Olması Görüşü

Diğer yandan literatür incelendiğinde kuşak olgusu ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak Amerikan kökenli kuşak sınıflandırmasını referans alarak yapıldığı açık bir şekilde görülmektedir. Ulusal ve kültürel göreceliklere odaklanıldığında Amerikan kökenli bu sınıflandırmanın diğer kültürler için uygun olup olmadığı sorusu akla gelmektedir (Costanza and Finkelstein, 2015: 320).

Bir başka eleştiri ise, kuşakları sınıflandıran zaman dilimlerinin belirlenmesinin çok güç olması ve bunun tahmin üzerine yapılmasıdır. Ayrıca kuşak olgusu üzerinde etkili olan olayların tespiti de zordur. Başka bir deyişle hangi olayın nasıl etkiler yarattığı konusunda kesinlik söz konusu değildir (Macky vd., 2008: 859; Costanza vd., 2012: 379). Tüm bu eleştirilere ek olarak kuşaklar arasındaki farklılıkların temeldeki nedeninin teknolojik gelişmeler sonucunda oluştuğu görüşü gündemdeki yerini korumaktadır (Bayramoğlu, 2018: 27).

1.5. Kuşak Olgusunun İlgi Görmesinin Nedenleri

Günümüzde ağırlıklı olarak yönetim organizasyon ve pazarlama alanlarında can simidi olarak görülen kuşak olgusu son yıllarda ulusal ve uluslar arası literatürde sıkça yer alan bir konu olmuştur. Kültürel, sosyal, ekonomik faktörlerden ve çevresindeki diğer kişilerden kolayca etkilenen bireyin kesinlik doğuran sonuçları söz konusu olması mümkün değildir. Dolayısıyla kuşak olgusunun bireylere atfettiği her özellik doğrudur ve bu özellikler statiktir diyemeyiz. Öte yandan büyük bir hızla değişen dünyamızda bilgi, hızlı karar alabilmek adına bir ihtiyaçtır. Kuşak üyelerine atfedilen karakteristik özelliklerin ve kalıpların genel bir haritasının çıkarılarak farkında olunması hem sosyal hayatta hem de çalışma hayatında kuşaklar arası çatışma ve iletişim problemlerini engellemeye yardımcı olan alternatif bir yol olarak değerlendirilebilir. Daha açık bir ifadeyle kuşak üyeleri arasında yanlış anlaşılma ve iletişim problemlerinin olması, çalışma tarzlarının farklılaşması, teknoloji kullanımının değişmesi, güdülenme ve motivasyon kaynaklarının farklı olması son derece olağan bir durumdur.

Örneğin kuralların hâkim olduğu bir dönemde yaşayan eski kuşak üyeleri için yüz yüze iletişim etkin iletişim modeli iken yeni kuşak üyeleri teknolojik ilerlemeler neticesinde kısa mesaj ve e posta yoluyla iletişim kurmaktan yanadır. Bu noktada iletişim

biçimlerinin farklılığı doğru bir şekilde yönetilebilmelidir (İnce, 2018: 58). Söz gelimi yeni kuşak üyelerinin eski kuşak üyelerine nazaran sabırsız olmaları, eski kuşak üyelerinin teknolojiye daha uzak olmaları da farklı çatışma alanları yaratabilmektedir (Taylor and Keeter'danakt. İnce, 2018: 39) .

Çalışma hayatı göz önünde bulundurulduğunda, bireylerin kişisel performanslarının ve başarılarının işletmenin başarısıyla doğrudan ilintili olduğu görülmektedir (Göksel ve Güneş,2017:807). Örgüt içerisinde farklı kuşak üyelerinin bir arada çalışmak zorunda olduğu çalışma hayatında kuşaklara atfedilen pratik bilgilerden ve kalıp yargılardan yararlanılarak kolay, tekdüze çözümler sağlanabilir. Ayrıca kuşak üyelerinin özelliklerinin ve farklılıkların doğru tespit edilmesi bazı avantajlara olanak sağlamaktadır. Çalışma hayatında farklı kuşak üyelerinin farklı tecrübe ve yeteneklere sahip olması, birbirlerine öğretici konumunda olabilmeleri ve sinerji yaratabilmeleri çalışma hayatında verimliliği artırması muhtemeldir. Örneğin; bir iş yerinde disiplin sahibi olan eski kuşak üyelerinin bilgi birikimi ile teknoloji etkin kullanan yeni kuşak üyelerinin bir arada uyum ve koordinasyon içerisinde çalışması başarı getirebilmektedir (İnce, 2018: 117; Gürbüz, 2015: 43).

Pazarlama alanının penceresinden bakıldığında da kuşak olgusu önemlidir. Çünkü hedef müşteri kitlesinin istek ve ihtiyaçları doğru belirlenmeli bunun içinde hedef kitle iyi tanınmalıdır. Bu bağlamda kuşak üyelerinin tüketim alışkanlıkları da birbirinden farklı olabileceği göz ardı edilmeyerek her kuşağa farklı pazarlama stratejileri uygulanmalıdır. (İnce, 2018: 27). Örneğin Bebek patlaması kuşağı üyeleri kabaca bakıldığında uzun vadeli ihtiyaçları göz önünde bulundururken X kuşağı üyeleri içinde bulundukları sosyoekonomik şartlar neticesinde orta vadeli ihtiyaçları referans almaktadır. Y kuşağı üyeleri değerlendirildiğinde ise bu bireylerin kısa vadeli ihtiyaçlara ağırlık verdikleri görülmektedir (İnce, 2018: 32). Başka bir örnek vermek gerekirse, toplumsal refahın düşük olduğu ve baskının daha hâkim olduğu dönemde yetişen X kuşağı üyeleri ile özgürlüğe önem verilen bir dönemde yetişen, istediğine kolayca ulaşabilen ve kişisel ürünleri tercih eden Z kuşağı üyeleri arasında tüketim alışkanlığı farkı mutlak suretle vardır (İnce, 2018: 34).

1.6. Kuşak Olgusu Temelinde Finansal Kararlara İlişkin Literatür Taraması

Kuşak olgusuna yönelik Türk literatüründe finansal kararlara ilişkin son yıllarda yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda ifade edilmektedir.

Tablo 1.3 Literatür Taramasına İlişkin Tablo

Yazar	Yıl	Konu	Yöntem	Sonuç
Ahmet Oğuz Akgüneş	2021	Beş Kişilik Özelliğinin Finansal Risk Alma ve Riskten Kaçınma Davranışları Üzerine Etkisi: Z Kuşağı Örneği	Araştırmada 110 Z kuşağı üyesi öğrenciye anket uygulanmıştır.	Yapılan çalışma, Z kuşağı öğrencileri çerçevesinde beş temel kişilik özelliğinin finansal risk alma ve riskten kaçınma eğilimleri ile ilişkisini değerlendirmeyi amaçlamıştır.
Meltem Özbay Eda Yaşa Özeltürkay	2021	Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Ölçülmesi: Adana İli Örneği	Çalışmada 200 katılımcıdan anket yoluyla veri toplanmıştır.	Elde edilen bulgular neticesinde Z kuşağı üyelerinin finansal okuryazarlık bağlamında yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Bu sonuç bu alanda yapılan diğer çalışmaların sonuçlarıyla uyumaktadır.
Nevra Yıldırım Sevgi Bal Fadime Alp Kamola Bayram	2021	Davranışsal Finansa Bilişsel Yansıma ve Karar Vermede Z Kuşağı Eğilimleri	Araştırmada 300 Z kuşağı üyesi öğrenciden anket yoluyla veri sağlanmıştır.	Çalışmanın ana amacı, Z kuşağı öğrencilerin kararlarını davranışsal finans kapsamında incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çerçeveleme etkisinden yararlanılmıştır.
Onur Sarıkaya Nuray Atsan	2021	Karar Verme Stili ve Risk Alma Eğilimi: X ve Y Kuşakları Açısından Bir Değerlendirme	Çalışmada 167 X kuşağı üyesi ve 204 Y kuşağı üyesi bireylere anket yapılmıştır.	Yapılan araştırma da bireylerin karar verme tarzlarının ve risk alma eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediği irdelenmiştir.
Benan Gök Ali Çoşkun	2020	Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma	Çalışmada nicel araştırma yöntemi olan anket tekniği kullanılmıştır ve 400 katılımcıdan veri toplanmıştır.	Gerçekleştirilen çalışmada Z kuşağı üyelerinin sahip oldukları finansal algı ve tutumlarının harcama noktasındaki yansımaları incelenmiştir. Bulgular neticesinde Z kuşağı üyelerinin sahip oldukları algı ve tutumların harcama üzerinde negatif etkisi olduğu tespit edilmiştir.
Nilüfer Yücedağ	2020	Kuşak Farklılıklarına	Araştırma yöntemi olarak	Araştırma sonuçları özetlenecek olursa, sağlık

Erdoğan Diler Yaman Kayhaoğlu		Göre Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Belirlenmesi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma	eczacılık mesleğini yapan 200 kişiye anket uygulanmıştır.	sektörüne mensup kuşak üyelerinin finansal okuryazarlık eğilimine karşı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.
Yusuf Aker Alper Karavardar	2020	X ve Y Kuşaklarının Kredi ve Borç Eğilimleri Analizi: Ordu İli Örneği	Çalışmada kredi başvurusu yapan 125 X kuşağı üyesi ile 125 Y kuşağı üyesinin kredi kayıt bürosu verileri incelenmiştir.	Çalışmanın temel amacı, X kuşağı üyeleri ile Y kuşağı üyelerinin kredi ve borç eğilimlerini incelemektir. Sonuç olarak, bu iki kuşak üyelerinin kredi ve borç eğilimlerinin farklılaşmadığı görülmüştür.
Rukiye Ünal	2019	Davranışsal İktisat Bağlamında Z Kuşağı Tüketici Davranışlarının Cinsiyet Farkına Göre İncelenmesi	Çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır.	Gerçekleştirilen çalışma sonucunda, kadınların ihtiyaç duymadıkları ürünleri erkeklere göre daha fazla satın aldıkları tespit edilmiştir. Madalyonun öteki yüzü incelendiğinde ise teknolojik ürünlerde erkeklerin ihtiyaç duymadıkları ürünleri almaya meyilli oldukları görülmüştür.
Ali Bayraktaroğlu Yusuf Tepeli Çağatay Mirgen	2018	Yatırım Araçları Üzerindeki Kuşaklar Arası Farklılığın Ampirik Analizi	Araştırma yöntemi olarak 129 katılımcıya anket uygulanmıştır.	Yapılan çalışmada kuşak olgusu çerçevesinde bireylerin yatırım tercihleri incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre X ve Y kuşağı üyelerinin hazine bonosu, repo, kira sertifikası ve gayrimenkul yatırım araçlarını tercih etme düzeylerinin farklı olduğu tespit edilmiştir.
Aysel Gündoğdu Şaban Çelik	2018	Türk Sermaye Piyasasında Kuşaklar Arasında Yatırımcı ve Portföy Farklılıkları	Çalışmada kullanılan veri seti Merkezi Kayıt Kuruluşu'ndan temin edilmiştir.	Gerçekleştirilen çalışmanın temel amacı yatırım kararlarının kuşak olgusundan etkilenip etkilenmediğini tespit etmektir. Çalışma neticesinde kuşaklar

				arasında yatırımcı sayılarının ve portföy değerlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir.
Cihan Çiftçi	2017	Jenerasyon Y'nin Yatırım Aracı Tercihleri: Oyun Teorisi Yaklaşımı	Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır.	Bu çalışma, Y kuşağı üyelerinin yatırım tercihlerini oyun teorisi aracılığıyla açıklamayı amaçlamıştır. Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, Y Kuşağının yatırım araçlarından en fazla altını tercih ettiği belirlenmiştir.

Akgüneş (2021), yapmış olduğu çalışmasında farklı kişilik tiplerine sahip olan bireylerin riske karşı tutumlarını irdelemiş, beş temel kişilik özelliğinin finansal risk alma ve riskten kaçınma davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bu kapsamda Z kuşağı üyelerinin finansal risk alma ve riskten kaçınma eğilimlerini incelemek için “dışa dönüklük”, “uyumculuk”, “sorumluluk”, “duygusal dengelilik” ve “açıklık” değişkenlerinden yararlanılmıştır. Çalışma sonuçları incelendiğinde dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin sorumluluk duygusu yüksek kabul edebileceğimiz bireylere göre finansal risk almaya eğilimli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu bu alanda yapılan benzer çalışmalar ile paralellik göstermektedir. Benzer şekilde açıklık ve duygusal dengelilik özelliklerine sahip olan bireylerinde daha fazla risk alabildikleri ifade edilmiştir (Akgüneş, 2021: 84-89).

Kuşakların finansal okuryazarlık eğilimleriyle ilgili yapılan çalışma Özbay ve Özeltürkay (2021) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında Z kuşağı üyelerinin finansal okuryazarlık düzeyi araştırılmıştır. Araştırma bulgularına göre, Z kuşağı üyelerinin finansal okuryazarlık boyutu açısından yeterli bilgi düzeyine sahip olmadığı görülmüştür. Çalışmanın bulguları bu alandaki çalışmalarla paralellik göstermektedir (Özbay ve Özeltürkay, 2021: 2-10).

Yıldırımer, Bal, Alp ve Bayram (2021), bireylerin belirsizlik altında karar alırken psikolojik, bilişsel ve duygusal faktörlerden etkilenebildikleri görüşünden yola çıkarak Z kuşağı öğrencilerin, bilişsel eğilimler kategorisinde yer alan çerçeveleme etkisine karşı tutumlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda Z kuşağı öğrencilerin olumlu çerçeveleme durumunda önceki çalışmalarla paralel yanıtlar verdiği görülmüş, olumsuz

çerçeveleme durumunda ise önceki çalışmalardan farklı yanıtlar verdikleri tespit edilmiştir (Yıldırım vd., 2021: 108-120).

Kuşaklarla ilgili yapılan bir başka çalışma Sarıkaya ve Atsan (2021) tarafından yapılmıştır. Çalışmanın ana amacı, kuşaklar arasında karar alma davranışlarının ve risk alma eğilimlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemektir. Çalışmada karar alma tarzları beş değişkenle ifade edilmiştir. Bu değişkenler, “rasyonel”, “anlık”, “sezgisel”, “bağımlı” ve “kaçınan” olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırma sonucunda bu değişkenlerden sezgisel, bağımlı ve kaçınan karar verme tarzları açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememişken rasyonel ve anlık değişkenlerinin ise istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu bilgilerden hareketle, X kuşağı üyelerinin Y kuşağı üyelerine göre daha rasyonel karar aldıkları söylenebilmektedir. Aynı doğrultuda Y kuşağı üyelerinin X kuşağı üyelerine nazaran anlık karar almaya meyilli olduğu iddia edilmiştir. Ek olarak Y kuşağı üyelerinin risk almaya daha yatkın oldukları da görülmüştür (Sarıkaya ve Atsan, 2021:604-607).

Gök ve Çoşkun (2020) tarafından gerçekleştirilen araştırma Z kuşağı üyelerinin finansal okuryazarlık eğilimi ile ilgilidir. Çalışmada günümüzde çok sayıda finansal ürün olduğuna değinilmiş ve finansal ürünler arasında doğru karar alabilmek için finansal okuryazarlığın önemli olduğu vurgulanmıştır. Finansal algı ve tutumların etkisi araştırılan bu çalışmanın sonucunda Z kuşağı üyelerinin finans okuryazarlık eğiliminin düşük olduğu ve harcama yapma eğilimlerinin yüksek olacağı öngörülmüştür.

Erdoğan ve Kayhaoğlu (2020), sağlık sektöründe çalışan bireylerin kuşak farklılığından kaynaklı finansal okuryazarlık eğilimlerinin değişiklik gösterip göstermediğini analiz edebilmek adına eczacılık mesleğini icra eden 200 katılımcıya anket uygulamışlardır. Çalışma kapsamında finansal okuryazarlık eğilimini ölçmek için “finansal bilgi”, “tutum” ve “davranış” değişkenleri kullanılmıştır. Araştırma neticesinde belirlenen hedef kitlenin finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, bu hedef kitleye mensup kuşak üyeleri arasında bilgi, tutum ve davranış değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (Erdoğan ve Kayhaoğlu, 2020: 2488-2497).

X ve Y kuşaklarının kredi ve borç eğilimleri ile ilgili yapılan çalışma Aker ve Karavardar (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada bankaların kredi tahsis politikalarında kuşaklara özgü politikaların belirlenmesinin gerekli olup olmadığı tespit edilmek istenmiş ve bu amaç doğrultusunda X kuşağı üyeleri ile Y kuşağı üyelerinin kredi

ve borç eğilimlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı sorgulanmıştır. Çalışma kapsamında Ordu ilinde faaliyet gösteren özel bir bankaya bireysel kredi başvurusunda bulunan 125 X kuşağı üyesi ile 125 Y kuşağı üyesinin kredi kayıt bürosu (kkb) verileri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, kredi kayıt bürosu raporunda yer alan kredi kayıt bürosu notu, borçluluk endeksi, güncel gecikmeli ödeme yapan kişi sayısı, toplam anapara borçları gibi faktörlerin X ve Y kuşağı üyeleri arasında hemen hemen aynı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiden hareketle, X ve Y kuşak üyelerinin kredi ve borç eğilimlerinde farklılık olmadığı ifade edilmiştir (Aker ve Karavardar, 2020: 2481-2485).

Ünal (2020), geleneksel finans teorileri ışığında bireylerin satın alma davranışı sırasında rasyonel davrandıkları varsayımına dikkat çekmiş ve gerçek hayatta bireylerin satın alma davranışlarında başta kişisel ve psikolojik olmak üzere çeşitli faktörlerin etkisinin mevcut olduğunu vurgulamıştır. Dolayısıyla bireylerin her zaman rasyonel satın alma davranışı gerçekleştiremediğini ifade etmiştir. Çalışmada cinsiyet değişkeni ile tüketim kararları arasındaki bağıntı incelenmiştir. Hedef kitle olarak Z kuşağı üyeleri dikkate alınmıştır. Araştırma sonucunda Z kuşağı bireylerin tüketim davranışları incelendiğinde kadınların erkeklere göre ihtiyaç duymadıkları ürünleri daha fazla satın aldıkları, erkeklerin ise kadınlara nazaran teknolojik ürünleri ihtiyaç duymadan alma eylemi gerçekleştirdikleri görülmüştür (Ünal, 2020: 524-529).

Bayraktaroğlu, Tepeli ve Mirgen (2018) yapmış oldukları çalışmada, kuşak olgusunu göz önünde bulundurarak kuşakların yatırım tercihlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını irdelemişlerdir. Çalışmada yatırım aracı olarak “sanal yatırım araçları”, “gayrimenkul yatırım araçları”, “faiz geliri sağlayan borçlanmaya dayalı araçlar”, “menkul kıymet yatırım araçları” ve “kıymetli madenler” değişkenleri kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Bebek patlaması, X ve Y kuşağı üyeleri değerlendirmeye alınmıştır. Yapılan çalışmanın sonuçları incelendiğinde bireysel yatırımcıların en fazla kıymetli maden kategorisindeki altını tercih ettikleri görülmüştür. Buna ek olarak X kuşağı üyelerinin repo, hazine bonusu, kira sertifikası, arsa-arazi ve ev- konut yatırım araçlarını Y kuşağı üyelerine göre daha çok tercih ettikleri ortaya sunulmuştur (Bayraktaroğlu vd., 2018: 681- 687).

Gündoğdu ve Çelik (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışma, kuşak olgusu ve yatırım farklılıkları ile ilgilidir. Çalışmada yatırımcı sayısının ve portföy farklılıklarının kuşak olgusundan kaynaklı farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Araştırma neticesinde, yatırımcı sayısı ve portföy değeri açısından en düşük değere sahip olan kuşak

grubunun Z kuşağı olduğu ifade edilmiştir. Bu durum Z kuşağı üyelerinin genç olmalarından kaynaklı tasarruf miktarlarının az olduğu gerçeği ile uyusmaktadır. Tam tersi olarak ise, yatırımcı sayısının en fazla olduğu kuşak grubu X kuşağı, portföy değeri açısından en yüksek kuşak grubunun Bebek patlaması kuşağı olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, kuşaklar arasında yatırımcı sayılarının ve portföy değerlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir (Gündoğdu ve Çelik, 2018:51-62) .

Çiftçi (2017) yapmış olduğu çalışmada, bireylerin yatırım kararı alırken çok sayıda faktörden etkilendiğini vurgulamış ve ülkemizde nüfusun büyük bir çoğunluğunu oluşturan Y kuşağı üyelerinin yatırım tercihlerinin incelenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu kapsamda günümüzde Y kuşağı üyelerinin hangi faktörlere göre yatırım araçlarını tercih ettiklerini ve gelecekte hangi yatırım araçlarını tercih edeceklerini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda ilk önce üniversite öğrencilerinin yatırım tercihlerini karşılaştırmış, ikinci olarak da bu yatırım araçlarının öğrencilerin beklentileri ile ne derecede uyumluğunu irdelemiştir. Elde edilen bulgular neticesinde Y kuşağı üyelerinin altını gayrimenkul yatırım araçlarına kıyasla daha güvenilir buldukları görülmüştür (Çiftçi, 2017: 702-710).

1.7. Türkiye’de Kuşaklar

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla ülkemizin toplam nüfusu 83 milyon 614 bin 362 kişiye ulaşmıştır. Bu kişilerin %49,7'sini erkekler, %50,3'ünü kadınlar oluşturmaktadır.

Çalışmada kuşak aralıkları aşağıdaki gibi ele alınmaktadır.

- Geleneksel Kuşak (1925- 1945)
- Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1965)
- X Kuşağı (1966-1980)
- Y Kuşağı (1981-2000)
- Z Kuşağı (2001 ve sonrası)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2020) verilerine göre, Türkiye nüfusunun yukarıda verilen kuşak sınıflandırmasına göre dağılımı tablo 1.3’te gösterilmiştir.

Tablo 1.4 Yaş Grubuna Göre Türkiye Nüfusu

Yaş grubu	Nüfus	Nüfus Yüzdesi	Kuşak	Kuşak Yüzdesi
0-4	6 121 707	%7,32		
5-9	6 526 593	%7,80		

10-14	6 419 937	%7,67	Z KUŞAĞI	%30,26
15-19	6 230 114	%7,45		
20-24	6 663 636	%7,96		
25-29	6 370 954	%7,61	Y KUŞAĞI	%30.88
30-34	6 318 894	%7,55		
35-39	6 473 583	%7,74		
40-44	6 235 110	%7,45		
45-49	5 563 666	%6,65	X KUŞAĞI	%19.60
50-54	4 584 632	%5,48		
55-59	4 577 587	%5,47		
60-64	3 574 394	%4,27	BEBEK PATLAMASI KUŞAĞI	%15.81
65-69	2 938 715	%3,51		
70-74	2 131 705	%2,54		
75-79	1 355 346	%1,62		
80-84	861 199	%1,02	GELENEKSEL KUŞAK	%3.45
85-89	466 748	%0,55		
90+	199 842	%0,23		
TOPLAM NÜFUS:	83 614 362			

Kaynak: TÜİK, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2020

Tablo 1.3 incelendiğinde Türkiye nüfusunun kuşaklara göre dağılımı görülmektedir. Z kuşağı üyeleri 25 298 351, Y kuşağı üyeleri 25 827 067, X kuşağı üyeleri 16 383 408, Bebek patlaması kuşağı, 13 222 401 ve Geleneksel kuşak üyeleri 2 883 135 kişiden oluşmaktadır.

Tabloda görüleceği gibi nüfusun büyük bir çoğunluğunu Y ve Z kuşağı oluşturmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

YATIRIM KARARLARI VE DAVRANIŞSAL FİNANS

2.1. Yatırım Kavramı

Genel olarak bakıldığında ekonomi biliminde yatırım kavramı, gelecek dönemlerde değerini arttırarak kar elde etmek amacıyla yapılan harcamalar bütünüdür. İşletme perspektifinde yatırım ise, işletmenin ana faaliyetini devamlı kılmak ve rekabet avantajı yaratmak adına kaynakların ilerleyen dönemlerde para girişi sağlayacak şekilde kullanılması şeklinde ifade edilmektedir (Eğilmez, 2015; Usta, 2014: 29-30).

2.2. Yatırımcı ve Yatırımcı Türleri

Finansal piyasaların ana unsuru olarak kabul edilen yatırımcı, yatırım yapan kişi olarak ifade edilmektedir (Küden, 2014: 29). Yatırımcı, alıcı veya satıcı konumunda olabilmektedir. Yatırımcının temel amacı ise elindeki fazla fonu sermaye piyasası araçları kullanarak değerlendirmektir. Yatırımcılar; bireysel, kurumsal ve yabancı yatırımcılar olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır.

2.2.1. Bireysel Yatırımcı

Davranışsal finansın temel yapıtaşını oluşturan bireysel yatırımcılar, işlem hacmi göreceli olarak düşük olan ve kendi adlarına işlem yapan yatırımcı türüdür. Kabaca bakıldığında kurumsal yatırımcılara göre amatör oldukları ve yatırım araçlarını kendi imkânları doğrultusunda seçtikleri dikkat çekmektedir. Bireysel yatırımcıların riske karşı tutumları ve yatırım kararları incelendiğinde kişisel, çevresel ve demografik özellikler ışığında karar aldıkları görülmektedir. (Cihangir vd., 2016:130).

Alper ve Ertan (2008) yapmış oldukları çalışma da, tasarruflarının bir kısmını getiri elde etme amacıyla finansal piyasa araçlarına yönlendiren bu bireylerin yatırım konusunda profesyonel anlamda bilgi sahibi olmadıklarını dolayısıyla uzun vadeli yatırım kararı almakta güçlük çektiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca finansal ürün çeşitliliğinin fazla olmasının da bireysel yatırımcının karar almasını güçleştiren unsurlardandır biri olduğunu vurgulamışlardır (Alper ve Ertan, 2008: 174).

Bireysel yatırımcının risk algısı ile ilgili olarak aşağıdakiler söylenebilir (Karan'danakt. Saraç ve Kahyaoğlu, 2011:139):

- Bireysel yatırımcılar için risk kavramı çoğunlukla olumsuz yönüyle algılanmaktadır. Daha basit bir ifadeyle, bireysel yatırımcı için risk para kaybetmek ile özdeşleşmektedir.
- Bireysel yatırımcılar olumsuz haberleri abartma eğilimi içerisindedirler.
- Geçmişte değer kaybederek zarar ettiren yatırım araçlarının yine zarar ettirebileceği düşüncesi ile o yatırım aracına yatırım yapmaktan kaçınırlar.
- Geçmişte yaşanan olumsuz bir durumun etkileri ile gelecekte oluşabilecek riskleri ayırt etmekte güçlük çekebilirler.

2.2.2. Kurumsal Yatırımcı

Kurumsal yatırımcılar, üçüncü kişiler adına yatırım yapan tüzel kişiler olarak tanımlanmaktadır (Elmas, 2010: 7). Bu yatırımcılara örnek olarak; sigorta şirketleri, menkul kıymet ortaklıkları, gayrimenkul yatırım ortaklıkları, özel emeklilik fonları ve yatırım fonları gösterilebilmektedir (Kuzey, 2019: 18).

Profesyonelce yatırım yapan kurumsal yatırımcılar, küçük çaplı tasarruflarını birleştirerek, risk ve getiri dengesi kurmakta ve vade uyumu hedefine yönelik hareket etmektedir (Doğanay, 2010: 21).

Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ile kurumsal yatırım arasında güçlü bir etki olduğu açıkça görülmektedir. Birbiriyle ilişkili olarak değerlendirilen bu durum, gelişmiş sermaye piyasaları olan ülkelerde işletmelerin ihtiyaç duydukları finansmana, toplamış oldukları fonlarla yardımcı olurlarken, gelişmekte olan piyasalarda bu durum tam anlamıyla mümkün olamamaktadır. Çünkü gelişmekte olan ülkelerde bireyler, gelir seviyesiyle alakalı olarak yeterli olarak tasarruf sergileyememektedirler (Zor ve Aslanoğlu, 2005:184-185)

2.2.3. Yabancı Yatırımcı

Yatırımcılar, yaşadıkları ülkeye göre yerli yatırımcı ve yabancı yatırımcı olmak üzere sınıflandırılmaktadır (Elmas, 2010: 8). Yabancı yatırımcılar, yerel yatırımcılara göre ileri analitik becerilere ve yüksek sermaye olanaklarına sahiptirler (Döm, 2003: 164).

Yabancı yatırımcılar, özellikle gelişmekte olan ülkelerin finansal piyasalarına dışarıdan kaynak sağladığı için önemlidir (Küden, 2014: 33).

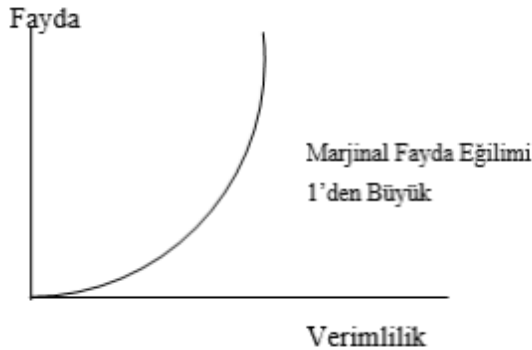
2.3. Bireysel Yatırımcı Profilleri

Genel olarak bakıldığında bireysel yatırımcıların rasyonel olarak, aynı beklenen getiri düzeyinde riski az olan finansal yatırım araçlarını tercih ettikleri ve aynı risk düzeyinde getirisi fazla olan finansal yatırım araçlarını tercih ettikleri bilinmektedir (Özan, 2010: 77). Bu duruma ek olarak, bazı bireylerin riski sevdiği bazılarının ise riskten hoşlanmadığı bilinen bir gerçektir. Buna paralel olarak; riski seven yatırımcılar, riskten kaçan yatırımcılar ve riske karşı kayıtsız yatırımcılar olmak üzere üç bireysel yatırımcı tipi karşımıza çıkmaktadır.

2.3.1. Riski Seven Yatırımcı (Risk Lover)

Risk almaktan korkmayan ve riski seven bu bireyler, yatırımlarından yüksek getiri elde etmek amacıyla riskli finansal yatırım araçlarını tercih ederek riske katlanmayı göze alabilen bireylerdir. Diğer bir ifadeyle, getirisi ve riski düşük olan finansal yatırım araçları yerine getirisi ve riski yüksek olan finansal yatırım araçlarını tercih etmektedirler (Küden, 2014:9)

Bu yatırımcı tipi için marjinal fayda şekil 2.1’de gösterildiği gibidir.



Şekil 2.1 Riski Seven Yatırımcı

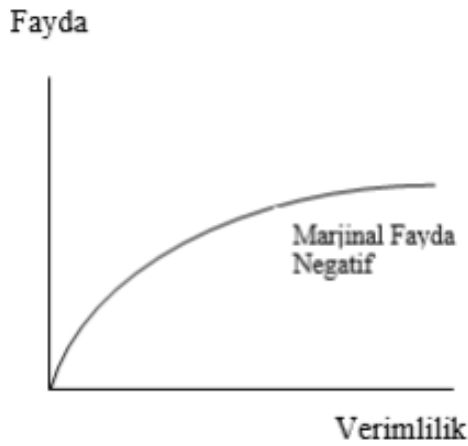
Kaynakça: Küden,2014:9

Şekil 2.1’de görüldüğü üzere riski seven yatırımcının marjinal faydası pozitif yönlü ve 1’den büyüktür.

2.3.2. Riskten Kaçan Yatırımcı (Risk Averse)

Riski sevmeyen yatırımcılar, kayıp odaklı olduklarından dolayı risk almaktan korkmaktadırlar. Bu tip yatırımcılar getirisi ve riski düşük olan finansal yatırım araçlarını getirisi ve riski yüksek olan finansal yatırım araçlarına tercih etmektedir. Başka bir ifadeyle, bu yatırımcılar borsada yatırım yapmak yerine devlet tahviline yatırım yapmayı ideal olarak değerlendirmektedir (Özan, 2010: 78-79).

Bu yatırımcı tipi için marjinal fayda şekil 2.2’de gösterildiği gibidir.



Şekil 2.2 Riskten Kaçan Yatırımcı

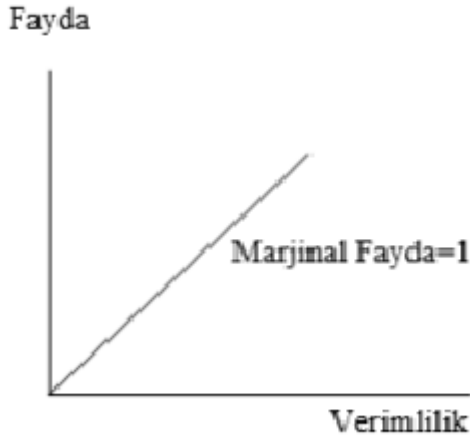
Kaynakça: Küden,2014: 10

Şekil 2.2’de görüldüğü üzere riski sevmeyen yatırımcının marjinal faydası negatif yönlü ve 1’den küçüktür.

2.3.3. Riske Karşı Kayıtsız Yatırımcı (Risk Neutral)

Riske karşı kayıtsız olan yatırımcılar risk değerlendirmesi yapmamaktadırlar ve getiri odaklı finansal yatırım kararı almaktadırlar. Yani bu tip yatırımcılar için finansal yatırım aracının risk düzeyi önemli olmamaktadır (Özan, 2010: 78-79).

Bu yatırımcı tipi için marjinal fayda şekil 2.3’de gösterildiği gibidir.



Şekil2.3 Riske Karşı Kayıtsız Yatırımcılar

Kaynakça: Küden,2014: 11

Şekil 2.3’de görüldüğü üzere riske karşı kayıtsız yatırımcının marjinal faydası 1’e eşittir.

2.4. Bireysel Yatırımcının Yatırım Kararını Etkileyen Unsurlar

Temel kararlardan biri olan finansal yatırım kararları üzerinde bireysel yatırımcıları etkileyen unsurlar; kişisel, çevresel ve finansal olmak üzere üç temel bölümden oluşmaktadır.

2.4.1. Kişisel Faktörler

Tasarruf sahibi olan bireysel yatırımcıların finansal yatırım kararları üzerinde etkili olan kişisel faktörler; yatırımcıların yeterli bilgi ve zamana sahip olmaları, beklentileri, gelir düzeyleri ve yatırıma ayıracakları tutar, yaşları ve sağlık durumları, riske karşı tutumları, yaşam tarzları ve psikolojik durumlarıdır (Özaltın vd., 2015: 402).

Yukarıda bahsedilen tüm faktörlerin kişiden kişiye farklılık gösterdiği unutulmamalıdır.

Bireysel Yatırımcıların Bilgi Düzeyi ve Zamanı: Finansal yatırım kararı almak zor bir süreçtir. Bireysel yatırımcının bilgi düzeyi, aldığı yatırım kararlarından bağımsız değildir. Örneğin yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan birey, yatırım tercihi yaparken zorlanacaktır hatta belki yatırım yapmaktan vazgeçecektir. Bu konuya ilişkin bir diğer problem ise, bireyin yeterli bilgi düzeyine sahip olması durumunda finansal piyasaları ve yatırım

araçlarını takip edebilecek ve değerlendirebilecek zamanı olmamasıdır (Mishkin'denakt. Usul vd., 2002: 136).

Bireysel Yatırımcıların Yaşları ve Sağlık Durumları: Sağlık problemleri yaşayan yatırımcıların likiditeye önem vererek nakit veya nakde kolay dönüşüm sağlayan araçları tercih ettikleri yadsınamaz bir gerçektir (Elmas, 2010: 10).

Bireysel yatırımcıların finansal yatırım kararlarında etkili olan bir diğer faktör bireylerin yaşıdır. Bu noktada genç yatırımcıların, yaşlı yatırımcılara nispeten daha fazla risk alabildikleri düşünülmektedir. Yaşlı yatırımcılar ile genç yatırımcılar arasındaki ayrım noktalarından birisi de yaşlı bireylerin genç bireylere nispeten borsaya karşı ilgisiz olmalarıdır (Saraç ve Kahyaoğlu, 2011:141, Korkululaş, 2018: 73).

Yaşlı yatırımcı ile genç yatırımcı arasındaki bir diğer fark, planlanan yatırım süresidir. Yaşlı yatırımcı kalan ömrünün kısa olduğu düşüncesi ile hareket etmeye meyillidir. Dolayısıyla kısa vadeli yatırımlara odaklanmaktadır (Özan, 2010: 72).

Bireysel Yatırımcıların Beklentileri: Her bireyin yatırım yapmasının ardında temel bir beklenti söz konusudur. Başka bir ifadeyle birey, sahip olduğu beklenti doğrultusunda finansal yatırım kararı almaktadır. Bireysel yatırımcı, finansal yatırım aracı belirlerken beklentilerine paralel olmak kaydıyla kazanç oranı, yatırımın likiditesi ve risk derecesi gibi faktörlere de ağırlık vermektedir.

Bireysel Yatırımcıların Gelir Düzeyleri: Yatırımcıların gelir düzeyleri, finansal yatırım kararları üzerinde doğrudan etkili olan faktörlerden bir diğeridir. Çünkü bireyin tasarruf ve yatırıma ayıracağı fon miktarı gelir düzeyi ile yakından ilişkilidir. Gelir seviyesi yüksek olan birey, gelir seviyesi daha düşük olan bir bireye göre finansal yatırım için daha fazla fon ayırabilecektir (Öztopçu, 2016: 19).

Bireysel Yatırımcının Psikolojik Yapısı: Tasarruf sahiplerinin finansal yatırım kararlarının belirlenmesinde yatırımcıların psikolojik yapılarının etkisi büyüktür. Psikolojik yapı kavramının altında yatan faktörler ise; gereksinme ve güdü, kişilik yapısı, algılama biçimi, öğrenme yeteneği ve tutum olarak ifade edilmektedir (Usul vd., 2002: 138).

2.4.2. Finansal Faktörler

Tasarruf sahibi olan bireysel yatırımcıların finansal yatırım kararları üzerinde etkili olan finansal faktörler; sermayeyi koruma isteği, değer artışı sağlama isteği ve devamlı gelir elde etme isteğidir.

Sermayeyi Koruma İsteği: Bireysel yatırımcının finansal hedeflerinden ilki sahip oldukları ana sermayeyi kaybetmemektir. Yatırımcıları olumsuz etkileyen faktörlerden biri olan enflasyon, paranın satın alma gücünde yarattığı düşüş ile yatırımcıların sermayelerinin değer kaybetmesine neden olmaktadır (Özaltın vd., 2015: 403).

Sermayenin değer kaybına uğraması noktasında etkili olan bir diğer faktör ise faiz oranıdır (Usul vd., 2002: 139). Dolayısıyla, yatırım kararlarında enflasyonun ve faiz oranının belirleyici etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir.

Değer Artışı Sağlama İsteği: Bireysel yatırımcıların finansal hedeflerinden bir değeri, sermayeyi arttırma arzusudur. Bu hedef doğrultusunda enflasyon oranının üzerinde değer artışı sağlayacak yatırım araçlarını tercih etme gayreti gösterilmektedir (Özan, 2010: 75).

Devamlı Gelir Elde Etme İsteği: Yatırım kararlarını etkileyen başka bir finansal faktör devamlı gelir elde etme isteğidir. Bütün yatırımcılar, yapmış oldukları yatırımlardan devamlı şekilde getiri elde etmek isterler. Örneğin kar payı (temettü), hisse senetlerine yatırım yapan bireysel yatırımcılar için getiri sağlamaktadır (Özaltın vd., 2015: 404).

2.4.3. Çevresel Faktörler

Tasarruf sahibi olan bireysel yatırımcıların finansal yatırım kararları üzerinde bir takım çevresel faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Bu çevresel faktörler; sosyal ve kültürel yapı, grup-aile ve referans grup olarak ifade edilmektedir.

Sosyal ve Kültürel Yapı: Toplumların kendine has genel davranış biçimleri kültür olgusunu oluşturmaktadır. Birey, içinde doğup büyüdüğü kültürü sosyalleşme yoluyla öğrenip yansıtır. Dolayısıyla bireysel yatırımcının yatırım kararlarında sosyal ve kültürel yapı rol oynamaktadır (Özaltın vd., 2015: 404).

Grup – Aile: Grup, karşılıklı etkileşimde bulunan en az iki bireyin oluşturduğu topluluk olarak ifade edilmektedir. Toplumun en küçük birimi olarak kabul gören aile ise, yüz yüze iletişimin hâkim olduğu en önemli grup olarak tanımlanmaktadır. Bireysel yatırımcının içinde büyüdüğü ailenin veya sonradan dâhil olduğu grubun etkisinde kalması oldukça normaldir. Ayrıca bireysel yatırımcının almış olduğu finansal yatırım kararlarının aile tarafından onaylanması, bireyi rahatlatan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Özaltın vd., 2015: 404; Büyükaslan, 2012: 76).

Referans Grup: Referans grup, bireysel yatırımcının kararlarına yön veren hatta yatırımcının kendine örnek aldığı kişiler topluluğudur. Başka bir ifadeyle referans grup yatırımcıya rehberlik etmektedir. Örneğin hisse senetlerine yatırım yapmaya başlayan bir yatırımcı, bu konuda kendinden daha tecrübeli olarak gördüğü bireylerin tavsiyelerine önem vermektedir (Özaltın vd., 2015: 404).

2.5. Temel Finansal Yatırım Araçları

Finansal piyasaların işlevi, tasarruf sahipleriyle (fon arz edenler) ile yatırımcılar (fon talep edenler) arasında köprü vazifesi görerek fonların aktarılmasını sağlamaktır. Finansal piyasalar vade açısından değerlendirildiğinde para piyasaları ve sermaye piyasaları olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmaktadır. Bilindiği üzere, para piyasaları kısa vadeli fon arz ve talebinin karşılaştığı piyasalardır. Bu doğrultuda para piyasaları araçları olarak para, döviz, altın, kambiyo senetleri örnek olarak gösterilebilmektedir. Kısa vadeli olmayan fon talep ve arzının karşılaştığı piyasalar ise sermaye piyasaları olarak adlandırılmaktadır. Menkul kıymetler, hisse senetleri, tahvil/bono, yatırım fonları sermaye piyasası yatırım araçlarıdır (Babuşçu, 2017: 92-93).

2.5.1. Mevduat

Mevduat, Arapça “tevdî” kelimesinden türetilmiş olup emanet etme anlamı taşımaktadır (Sari, 2019: 12).

5411 sayılı Bankacılık Kanunda mevduat: “Yazılı ya da sözlü olarak veya herhangi bir şekilde halka duyurulmak suretiyle ivazsız veya ivaz karşılığında, istendiğinde ya da belli bir vadede geri ödenmek üzere kabul edilen para” şeklinde tanımlanmıştır (Babuşçu, 2017: 94).

Yukarıdaki açıklamadan da anlaşıldığı üzere, mevduat vadesine göre; vadesiz ve vadeli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İstenildiğinde geri alınabilen vadesiz mevduat iken belirli bir vade sonunda önceden belirlenen faiz ile birlikte geri alınabilen vadeli mevduat olarak adlandırılmaktadır. Mevduat, risk derecesi açısından bakıldığında yatırım araçları arasında en az risk taşıyan yatırım araçlarından bir tanesidir (Ateş, 2007: 80).

2.5.2. Döviz

Finansal yatırım araçlarından bir diğeri olan döviz, genel olarak yabancı ülkelerin paraları olarak bilinmektedir. Geniş çerçevede bakıldığında ise, ulusal para dışında kalan paralarla işlem yapmaya yarayan menkul kıymetler olarak ifade etmek yanlış olmayacaktır. Döviz piyasaları, yabancı ülkelerin paralarının alınıp satıldığı ve ulusal para biriminin yabancı ülkelerin para birimlerindeki karşılığını belirleyen piyasalardır. Döviz kuru ise, ulusal para biriminin yabancı para birimi cinsinden değerini ifade etmektedir. Ülkemizde en çok talep gören yabancı para birimleri Euro ve Amerikan Dolarıdır (Böyükaslan, 2012: 80).

2.5.3. Altın

Yatırımcının gözündeki uzun vadeli getiri sağlayan altın, eski bir yatırım aracı olarak kabul edilmektedir. Güvenli bir yatırım aracı olarak algılandığı ve kolay nakde dönüşüm sağladığı için bireysel yatırımcılar tarafından fazla tercih edildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde bankaların altın hesapları kullandıkları görülmektedir. Bu durum sık kullanılan bir yatırım aracı olduğunun göstergesidir (Böyükaslan, 2012: 81).

2.5.4. Repo

“Geri satın alma sözleşmesi” anlamına gelen repo, İngilizce “repurchase agreement” kelimesinin kısaltılmış versiyonudur (Tavşancı, 2010: 25).

Repo, menkul kıymetlerin belirli bir vade sonunda önceden belirlenen fiyattan tekrar satın almak üzere satılmasıdır. Ters repo (reverse repo) ise, menkul kıymetleri geri satma koşulu ile alımı olarak ifade edilmektedir (Akin, 2005: 427).

Repo, kısa vadeli bir yatırım aracıdır. Bu sebeple düşük faiz oranına sahiptir. Yatırımcı repo sayesinde “overnight” olarak bilinen bir gecelik yatırım yapma olanağına sahiptir (Küden, 2014: 38).

Açıklamadan anlaşılacağı üzere repo sözleşmeleri borç alan ve borç veren olmak üzere iki taraflıdır. Vade taraflarca belirlenebilmektedir. Vadesiz yani açık repoda taraflardan biri sözleşmeyi istediği takdirde sonlandırma hakkına sahiptir. Sürekli repo ise, tarafların sözleşmeyi sonlandırmaması durumunda veya para ve menkul kıymet iadesi yapılmadığı durumlarda gerçekleşmektedir (Tavşancı, 2010: 25-26).

2.5.5. Hisse Senedi (Pay Senedi)

Hisse senetleri, anonim şirket ve paylara bölünmüş komandit şirketler tarafından uzun vadeli fon elde etme amacıyla çıkarılan kıymetli evrak niteliğindeki belgelerdir. Bir şirketin hisse senedine sahip olmak, teorik olarak o şirketin ortağı olmak anlamına gelmektedir. Başka bir ifadeyle, hisse senetleri sahiplerine ortaklık hakkı sağlamaktadır <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/68/pay-piyasasi> (Erişim tarihi 27.10.2021).

Hisse senedi sahibinin hakları aşağıda verilmiştir:
<https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/92/pay-sahibinin-haklari> (Erişim Tarihi: 27.10.2021).

- Kar payı hakkı
- Yeni pay hakkı (rüçhan hakkı)
- Tasfiye bakiyesine katılma hakkı
- Şirket yönetimine katılma hakkı
- Oy hakkı
- Bilgi alma hakkı

Hisse senetleri; sağladıkları haklar açısından imtiyazlı ve adi hisse senetleri, tedavül açısından nama veya hamiline yazılı hisse senetleri, sermaye artışı açısından bedelli ve bedelsiz hisse senetleri olmak üzere olmak üzere sınıflandırılmaktadır (Sari, 2019:18-19).

2.5.6. Yatırım Fonları

Yatırım Fonları, 3794 sayılı kanunda “halktan katılma belgeleri karşılığında toplanan paralarla, belge sahipleri hesabına, riskin dağıtılması ilkesi ve inançlı mülkiyet esaslarına göre, sermaye piyasası araçları, gayrimenkul, altın ve diğer kıymetli madenler portföyü işletmek amacıyla kurulan mal varlığı” şeklinde ifade edilmiştir.

Bilindiği üzere menkul kıymetlere yatırım yapmak bilgi ve uzmanlık gerektirmektedir. Yatırım fonları, getirinin maksimum riskin ise minimum olması amacıyla ilerleyerek profesyonel olmayan yatırımcıların, profesyonel yöneticilerden destek almasını sağlamaktadır. Hazine bonosu, devlet tahvili, hisse senedi, repo sözleşmeleri gibi farklı finansal yatırım araçları içermesi riske karşı korunma imkânı sunmaktadır (Ateş, 2007: 82).

Ülkemizde yatırım fonları Sermaye Piyasası Mevzuatına göre A ve B tipi olmak üzere iki şekilde mevcuttur. Portföy değerinin aylık ortalama bazda %25'ini kesintisiz bir şekilde pay senedine yatırmış fonlar A tipi yatırım fonu olarak kabul görürken A tipi yatırım fonu haricinde kalan fonlar B tipi yatırım fonu olarak nitelendirilmektedir (Yıldız, 2005:186).

Yatırım fonları nerelere yatırım yapabilir sorusuna yanıt olarak; özel sektör ve kamu borçlanma araçları, on iki aydan uzun vadeli olmamak koşulu ile vadeli mevduat, mevduat sertifikası, borsada işlem görmek şartıyla altın ve diğer kıymetli madenler, repo ve ters repo işlemleri, gayrimenkul sertifikaları, varantlar ve Takasbank para piyasası işlemleri verilebilir <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/AltSayfa/253> (Erişim tarihi: 27.10.2021).

2.5.7.Tahvil ve Bono

Türk Ticaret Kanunu'na göre tahvil; “Anonim şirketlerin ödünç para bulmak amacıyla itibari kıymetleri eşit ve ibareleri aynı olmak üzere çıkardıkları borç senetleridir” (Ateş, 2007: 82).

Tahvil en yalın haliyle devletin, kamu kuruluşlarının ya da anonim şirketlerin en az bir yıl süreyle çıkardıkları borç senetleridir. Dolayısıyla orta ve uzun vadeli borçlanma aracı olarak bilinmektedir (<https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/136/ozel-sektor-borclanma-araclari>) (Erişim tarihi : 27.10.2021).

Tahvil yatırımcısının yönetime katılma hakkı yoktur. Yani tahvil, sahibine ortaklık hakkı veren bir finansal varlık değildir. Şirketin iflası durumunda öncelikli olarak tahvil sahipleri alacaktır. Benzer şekilde tahvil sahipleri, tahvili ihraç eden şirketlerin veya kurumların kar ve zarar riskine girmemektedir. Bu bilgilerden tahvilin düşük risk içerdiği çıkarımı yapılabilmektedir (Babuşçu, 2017: 103).

Tahvil yatırımcısı, önceden belirlenen faiz oranı karşılığında borç verdiği tutarı geri almakta olduğundan dolayı faiz geliri sağlamış olurken ihraççı ise önceden belirlenen faiz oranı karşılığında borçlanmış olmaktadır (Böyükaslan, 2012: 85).

Bonolar, hazine bonusu ve finansman bonusu olarak sınıflandırılabilir. Hazine bonusu, devlet tarafından ihraç edilen kısa vadeli borçlanma aracıyken finansman bonusu, özel sektörde genellikle büyük firmalar tarafından kısa vadeli finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla dönük olarak ihraç edilen borç senetleridir (Böyükaslan, 2012: 85).

2.5.8. Sukuk (Kira Sertifikası)

“Kira sertifikası” olarak da bilinen sukuk, SPK (Sermaye Piyasası Kurulu) tarafından “özel sektör şirketlerinin, bir varlık kiralama şirketi aracılığı ve devret-kirala-devral yöntemiyle, mülkiyetlerindeki veya kiralamak suretiyle devralacakları varlıkları kullanarak finansman sağlamalarına imkan veren bir enstrüman” olarak tanımlanmıştır. Sertifika anlamına gelen Arapça kökenli “sak” kelimesinden türetilen sukuk, tahvil ile aynı işleyişe sahiptir. Dolayısıyla yatırımcılar bu finansal aracı güvenli olarak nitelendirmektedir. <https://www.sp.gov.tr/Duyuru/Goster/201041/0> (Erişim Tarihi:28.10.2021)

Sukuk ihraç etmek için anonim şirket olarak kurulan tüzel kişilik “varlık kiralama şirketi” olarak ifade edilmektedir (Babuşçu, 2017:112).

Bilindiği üzere İslam dininde faiz getirisine yaklaşım farklıdır. Bu nedenle sukuk İslam hukuku ilkelerine uygun bir finansal varlıktır. Bundan dolayı faizsiz tahvil olarak nitelendirilmektedir. Aynı zamanda sahiplik hakkı veren yatırım sertifikasıdır (Böyükaslan, 2012: 88).

2.6.Davranışsal Finans Yaklaşımı

Son zamanlarda etkili olan kavramlardan olan davranışsal finans, birçok araştırmacı tarafından ele alınan bir konudur. Bu başlıkta, ilk olarak karar verme süreçleri zarfında bireyin çeşitli faktörlerden etkilendiği örneklendirilmiştir. Ardından davranışsal finansı özümsemek adına geleneksel finansın yetersiz kaldığı noktalara değinilmiştir.

Hiç kuşkusuz bireylerin hayatlarında ehemmiyetsiz gözükten detaylar karar verme süreci üzerinde etkili olmaktadır. Bunun en belirgin örneği olarak marketlerde ürün yerleştirme dizaynının tüketim tercihleri üzerindeki etkisi gösterilebilmektedir. Bu noktada, temel ürünler birbirinden farklı noktalara konularak bireyin market içinde geçirdiği sürenin uzaması hedeflenmektedir. Sadece ürünlerin yerlerinde farklılık yaratarak bireylerin dürtüsel bir şekilde satın alma eylemi gerçekleştirmesi arzulanmaktadır. Aynı şekilde okul yemekhanelerinde yemek listesinde değişiklik yapmadan yalnız yemeklerin sıralarının değiştirilmesi öğrencilerin yemek tercihlerini etkileyebilmektedir. Bu noktadan yola çıkarak, bireylerinin kararlarında detayların önemli olduğu söylenebilir (Thaler ve Sunstein, 2018: 11-12).

Benzer şekilde bireyler, pazarlama stratejilerinin de etkisi altında kalabilmektedir. Başka bir deyişle, aldığımız kararlarda akıl dışındaki diğer faktörlerin de etkili olduğunu pazarlama stratejileriyle de gözlemleyebilmekteyiz. Örneğin bir teknoloji mağazasında üç farklı televizyon paketi müşterilere sunulmaktadır. Bu paketler şu şekildedir:

1. Paket: 139 Ekran A marka 5000 TL
2. Paket: 127 Ekran B marka 2800 TL
3. Paket 109 Ekran C Marka 2100 TL

Bireyler bu paketler karşısında rasyonel davranmak isteseler dahi farklı marka, farklı boyut ve farklı fiyatlara sahip televizyonların değerlerini hesaplamakta mutlaka güçlük çeceklerdir. Kampanya bu şekilde düzenlendiğinde potansiyel müşteri ikinci pakete sıcak bakmaktadır. Dolayısıyla mağaza sahipleri özellikle satışını arttırmak istedikleri ürünü ikinci seçeneğe koymayı tercih etmektedir (Ariely, 2020: 27-32).

Yeni bir eve kiraya çıkacağınızı ve emlakçınızın kendi mahallenizde size uygun olan üç ev alternatifi sunduğunu düşünelim. Bu evlerden bir tanesi modern iki tanesi ise geleneksel tarzdadır ve evlerin fiyatları da aynıdır. Ancak geleneksel tarzda olan evin birinin çatısının tamirat görmesi gerekmektedir. Bundan dolayı ev sahibi bu evde fiyat indirimine razı olmaktadır. Tüm bu bilgiler ışığında bir tercih yapıldığında bireylerin çoğunun çatısı tamirat gerektirmeyen geleneksel evi tercih etmeye yatkın olduğu görülmektedir. Gerekçesi ise, modern tarzda olan evi otomatik olarak değerlendirme dışı bırakmamızdır. Çünkü karşılaştırma yapılacak ikinci bir modern ev yoktur. Diğer geleneksel evler arasında ise çatısı sağlam olan ev daha iyi bir karar olacaktır. (Ariely, 2020: 34)

Özetle, bireylerin yaşamlarında küçük ve önemsiz gibi görünen detaylar bireyin davranışlarını ve kararlarını etkileyebilmektedir.

Geleneksel finans teorileri; bireylerin fayda maksimizasyonunu amaçladığını, var olan bilgiyi tam olarak işlediğini, duyguların ve diğer bireylerin tesiri altında kalmadan akılcı bir tutumla karar aldığını, yaptığı hataları tekrarlamadığını ve piyasaların etkin olduğunu varsaymaktadır (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011: 248). Geleneksel finans teorilerine göre birey rasyoneldir. Herhangi bir durumla karşı karşıya kaldığında tüm alternatifleri değerlendirir ve sonrasında en uygun alternatifi tercih etmektedir. Bu tercihler sırasında mantık çizgisinden çıkıp hatalı kararlar verirse arbitraj gibi piyasa unsurlarının kendini otomatik olarak düzelteceği düşünülmektedir. Ancak arbitrajın deneysel açıdan tespit edilmesinin zor olması davranışsal finansı savunan araştırmacılar tarafından büyük ölçüde eleştirilmiştir (Ariely, 2020: 10-13).

A kişinin önüne iki tane aynı renk ve aynı marka kalem sunulduğunu varsayalım. Rasyonel olan A kişisi kalemlerden daha ucuz olanı tercih ederken, rasyonellikten sapma gösteren A kişisi pahalı olan kalemin daha kaliteli olabileceği düşüncesi ile hareket edebilir veya ucuz kalemin tedarik süresinde yıprandığı ve bundan dolayı daha ucuz olduğu yanılgısına düşebilir. Bu tarz durumlarda geleneksel finans teorilerinin gerçek hayata uygun olmadığı düşüncesi oluşabilmektedir (Özerol, 2020: 10).

Geleneksel finans teorilerine göre bireyler kendileri için doğru kararları yanılmadan alabilecek kadar rasyoneldir. Hiçbir şeyi unutmayacak kadar hafızaları güçlüdür. Tüm bunlara ek olarak ihtiyaçları olmayan ancak çok beğendikleri bir kıyafet karşısında kayıtsız kalarak otokontrol sorunu yaşamayacak kadar özdenetim sahibidir. Oysa gerçek hayatta bireyler; arabalarını park ettikleri yeri kolayca unutabilmekte, uzun şiirleri ezberlerken zorlanabilmekte, sağlıklarını tehlikeye atacak yiyecekleri tercih edebilmekte ve dalgın bir anında kendine seslenen arkadaşını fark edemeyebilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 18).

Geleneksel finans teorilerinin öngördüğü gibi bireyler tam anlamıyla rasyonel varlıklar olsaydı nakit yerine kredi kartı ile ödeme yaptıklarında yalnızca ihtiyaç duydukları kadar ürün alırlardı. Başka bir ifadeyle, bireylerin ödeme araçları fark etmeksizin aldıkları ürün miktarı değişiklik göstermezdi. Üstelik kredi kartı ile alışveriş

yaptığımızda daha rahat bir şekilde satın alma kararı verdiğimiz yadsınamaz bir gerçektir. Bunun temel nedeni ise yeni bir ürüne aidiyet duygusu hissetmek mutluluk hissi yaratırken ödeme noktasında hissedilen acının kredi kartı kullanılarak ötelenmesidir. Birey, rasyonel bir varlıksa kredi kartının bu etkisinden kolayca sıyrılması beklenirdi (Özerol, 2020: 145).

Doğal gaz fiyatlarının bir hafta sonra %50 zamlanacağını düşünelim. Geleneksel finans, bu durumda talebin azalacağını ifade etmektedir. Gerçek hayatta ise, bireyler ilk başta doğal gaz kullanımında tasarruf etmeye çalışmakta ancak uzun vadede yeni fiyatlara adapte olmaktadır (Ariely, 2020: 67).

Geleneksel finans teorilerinin öngördüğü birey rasyoneldir varsayımıyla çelişen bir başka nokta bahşıştır. Akıl çerçevesinde bakıldığında bahşış karşılığında daha kaliteli bir mal veya hizmet satın almadığımız aşikârdır (Özerol, 2020;22-23).

Birey, eğer geleneksel finansın varsaydığı biçimde rasyonel olsaydı maddiyet içeren kararlarda tutar farklılıklarını göz önünde bulundurarak farklı kararlar vermezdi. Daha açık bir ifadeyle, bireyler paranın tutarı fark etmeksizin faydalarını maksimize edecek kararlar alırlardı. Gerçek hayatta ise bireylerin parasal büyüklükleri göz önünde tutarak karar aldıklarını görmekteyiz. Öyleyse bireyler büyük tutarların söz konusu olduğu kararlarda derinlemesine düşünerek duygu, sosyal hayat gibi faktörleri göz ardı edip küçük tutarlı kararları önemsemiyor mu sorusu akla gelmektedir. (Ariely, 2020: 13). Benzer şekilde bireyler, 300 lira ile 150 lira arasındaki 150 liralık kaybı, 1300 lira ile 1150 lira arasındaki kayıptan daha büyük olarak algılamaktadır. Bu örnekte bireylerin her zaman rasyonel olmadığı görüşünü desteklemektedir (Kahneman ve Tversky, 1983:342)

Erdem (2020), 1970’li yıllarda temelleri atılan davranışsal finansın 2008 krizi ile birlikte bir dönüm noktası yaşadığını ifade etmiştir. 2008 krizi ile birlikte geleneksel finans görüşlerinin krizleri açıklamakta yetersiz kalması, bireylerin duygu, sezgi, ruh hali gibi faktörlerin etkisiyle rasyonel dışı davranışlarının geri dönülmez sonuçlara vesile olduğu görülmüştür (Erdem, 2020: 9).

Geleneksel finans teorilerinin açıklamakta yetersiz kaldığı ilk vakalardan biri, 16. yüzyılda meydana gelen “Lale Çılgınlığı’dır”. Güngör ve Demirel (2018: 10), bu vakanın bazı araştırmacılar tarafından bilinen ilk piyasa balonu olarak görüldüğünü ifade etmişlerdir. Hepimizin bildiği gibi Avrupa ülkeleri, lale ile Kanuni Sultan Süleyman’ın Hollanda kralına lale soğanı etmesiyle tanışmıştır. Zaman içerisinde insanların piyasa

değeri daha da artan lale soğanına sahip olabilmek adına tüm mal varlıklarını satmaya razı oldukları bilinmektedir. Talep ve arz teorisiyle lale soğanı fiyatları değerinin çok üzerinde bir fiyata sahip olmuştur (Mazgit,2007:9-11). Bu olay, rasyonellikten uzak birey davranışlarının piyasa üzerinde ne kadar büyük ölçüde etkili olabileceğinin sinyallerini vermektedir.

Bireylerin her zaman rasyonel davranarak çıkarlarını maksimize etme amacı taşıdığı varsayımını çürüten bir başka durum olarak toplumun sahip olduğu kültür, gelenek ve göreneklerin özelliği gösterilebilmektedir. Bir arkadaşınızın elindeki kutuları taşıması için sizden yardım istediğinde hiç düşünmeden kutulardan birini alırsınız. Oysa arkadaşınız yardım isterken kutuları taşımanız için size para teklifinde bulunsa duraklarız. Çünkü yardıma ihtiyacı olan birine yapılan yardım karşısında para alınması ahlak boyutumuzla çelişmektedir. Geleneksel finans görüşleri tamamıyla doğru olsaydı kişi, teklif edilen parayı kabul ederek faydasını maksimize etme yoluna giderdi (Ariely, 2020: 87-89).

Günümüzde bireylerin kendi çıkarlarını gözettikleri kadar toplumun genelini kapsayan çıkarları da gözetmesi şeklinde ifade edilen sosyal sorumluluk kavramı da bizlere her daim getirilerimizi maksimize etme amacı gütmeye başladığımızı kanıtlayan başka bir örnektir. Söz gelimi doğal çevrenin korunmasına önem veren, sıfır atık amacıyla faaliyet gösteren, kuraklığa karşı önlem alan firmaları desteklemek amacıyla yapılan yatırımlar gittikçe artmaktadır (Bostancı, 2003: 9).

Nina Mazar, Kristina Shampanier ve Dan Ariely bireyler üzerinde “bedava” algısının etkisini tespit etmek amacıyla bir çikolata deneyi tasarlamışlardır. Çikolata standı kurulmuştur ve iki çeşit çikolata standtaki yerini almıştır. Çikolatanın fiyatlarının yer aldığı etiket ise müşterilerin standı yaklaştıktan sonra görebilecekleri boyutta konulmuştur. Çikolatalardan birisi oldukça sıradan herkesin kolaylıkla erişebildiği bir ürünken diğeri biraz daha özenli üretilen bir çikolata olarak seçilmiştir. Fiyatı ise normal şartlarda piyasada 10 TL’dir. Müşteriler standı geldiklerinde sıradan çikolatanın 1 TL olduğunu, daha özenli üretilen çikolatanın ise 5 TL olduklarını görmekteyiz. Bunun sonucunda standı gelen müşterilerin daha özenli çikolatayı seçme oranı %73 iken sıradan çikolata seçme oranları %27’dir. Bu tespitten sonra bedava ürünlerin bireylerdeki etkisini analiz edebilmek adına her iki çikolatada 1 TL’lik indirim yapılmıştır. Özenli olarak nitelendirilen çikolata 4 TL’ye satılırken, sıradan çikolatalar ücretsiz verilmiştir. Bu durumda sıradan çikolata tercih eden bireylerin oranı %69’a yükseldiği tespit edilmiştir.

Bedavanın bireyler üzerindeki etkileri tespit edilmeye çalışan bu deney ışığında bireylerin her zaman rasyonel olmadıkları tekrar gözler önüne serilmiştir. Daha açık anlatmak gerekirse, geleneksel finans alanında yapılan birçok çalışma bireylerin aldıkları kararlarda bilgiyi doğru ve etkin kullandıkları düşüncesi ile hareket etmektedir. Fakat yapılan deneylerde bireylerin karar alma sürecinde rasyonellikten ayrıldıkları rahatlıkla görülmektedir (Ariely, 2020: 72-73).

Tüm bu açıklamalardan anlaşıldığı üzere, geleneksel finans teorilerinin birçok olayı açıklamakta yetersiz kalması ve insan faktörünü göz ardı etmesi üzerine yeni bir yaklaşım olarak davranışsal finans öne sürülmüştür. Davranışsal finans ile ilgili yapılan deneyler, geleneksel finans teorilerinde öngörülen varsayımları geçersiz kılacak şekilde bireylerin belirsizlik ve risk altında karar alırken sistematik hatalara sahip olduklarını ortaya sunmuştur.

Görüldüğü üzere geleneksel finans tartışmaya açık varsayımlar üzerine kuruludur ve unutulmamalıdır ki varsayımlarda değişiklikler söz konusu olduğu sürece sonuçlarda da değişiklikler olması kaçınılmazdır. Bu durum, geleneksel finans teorilerin geçerliliğine gölge düşürmektedir (Özerol,2020: 10). Bu varsayımların gerçek hayatta ne ölçüde geçerli olduğu sorusu yeni bir yaklaşım olan davranışsal finansa kapı aralamaktadır. Başka bir ifadeyle davranışsal finans, geleneksel finansa alternatif bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır ve geleneksel finansın tamamlayıcıdır. Ayrıca geleneksel finans teorileri piyasalarda söz konusu olan rasyonel olan davranıştan sapmaları ifade eden anomalileri ve krizleri tek başına açıklayamamaktadır. (Taner ve Akkaya, 2005: 47-49; Sefil ve Çilingiroğlu, 2011:247).

2.6.1. Davranışsal Finansın Ortaya Çıkışı

Bireylerin yatırım yapmalarındaki temel gaye gelir elde etmektir. Bu nedenle faydalarını en çoklayacak hamlelerde bulunmak için gayret göstermektedirler. Davranışsal finans disiplini, belirsizlik ve risk altında karar alma süreci içerisinde bireysel yatırımcının her zaman rasyonel davranmadığından yola çıkmış ve bireylerin kararlarında duygusal, bilişsel ve sosyal faktörlerin etkisi olduğunu öne sürmüştür. Yani, davranışsal finans teorileri bireylerin bilişsel, duygusal ve sosyal eğilimlerini dikkate alan parametreler kullanarak bireyleri rasyonellikten uzaklaştıran sistematik hataları ortaya koymayı hedeflemiştir (Ede, 2007: 13).

Günümüzde finansal piyasalarda çok sayıda finans aktörü yer almaktadır ve finans aktörünün büyük bir kısmını da bireysel yatırımcılar oluşturmaktadır. Buna paralel olarak finans aktörlerinin üzerinde etkili olan yatırımcı kararları geleneksel finans teorilerinin ve bu teorilerinin varsayımlarını doğrulayacak kadar basit değildir. Bireysel yatırımcının rasyonel olamadığı, duygularından ve önyargılardan etkilendiği ve yapılan hataların tekrarlanabilmesi göz önüne serildiğinde davranışsal finansın önemli bir alan olduğunu apaçıktır.

Davranışsal finans disiplinin temelleri değerlendirildiğinde kökeninin Adam Smith’e dayandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Adam Smith, “Ahlaki Düşünce Kuramı” adlı kitabında insan psikolojisine yer vermiş ve bireylerin iyi bir durumdan daha kötü olan bir duruma geçtiklerinde acı hissettiklerini, ardından kötü olan bir durumdan daha iyi olan bir duruma geçtiklerinde mutluluk hissettikleri ifade etmiştir (Gazel, 2016: 4)

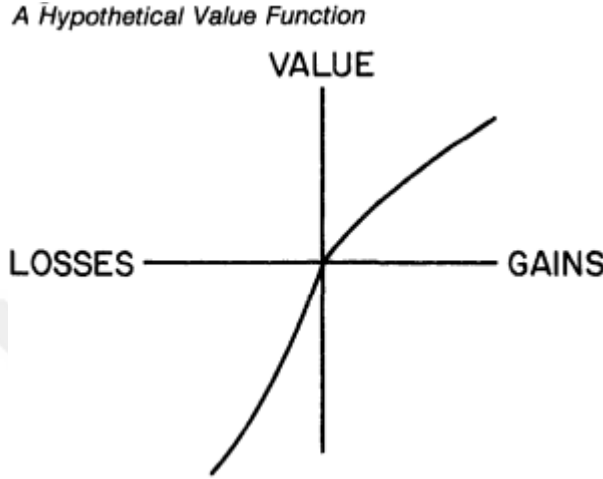
2002 yılında Daniel Kahneman Nobel ödülüne layık görülmüştür. Bu ödül ile davranışsal finans akademi tarafından resmi olarak kabul görmüştür (Gazel, 2016: 8).

Davranışsal finans çerçevesinde birey “rasyonel” değil “normal” olarak nitelendirilmiştir (Tufan ve Sarıçiçek, 2013: 167). Özerol’a göre (2020: 12) davranışsal finans; birey, finans ve psikoloji olmak üzere üç ana unsurdan oluşmaktadır. Başka bir deyişle davranışsal finans; finans ve psikoloji bilimlerinden yararlanan bir disiplindir. Davranışsal finans, bireylerin özellikle maddi konularla ilgili kararlarına ışık tutmaya çalışmakta ve bireylerin nasıl davrandığını inceleyerek bilhassa karar verme süreci altında yatan insani zaafılara odaklanmaktadır (Ariely, 2020: 23).

Davranışsal finans nasıl ortaya çıktı sorusuna cevap vermeye çalışırsak, davranışsal finansın temelinin Daniel Kahneman ve Amos Tversky’nin “Prospect theory: An Analysis of Decision Under Risk” isimli makalesinin oluşturduğu görülmektedir. Bu çalışmada geleneksel finansın genel teorisi olarak bilinen “beklenen fayda teorisi (expected utility theory)” eleştirilmiş, prensipleri çürütülmüş ve bu teoriye karşı olarak “beklenti teorisi (prospect theory)” ortaya atılmıştır. Beklenti teorisi davranışsal finansın temel teorisi olarak algılanmış ve bu teori çerçevesinde bireylerin finansal kararlarında rol oynayan psikolojik eğilimler ve önyargılar ilgili çalışmalar yapılmıştır. Örneğin beklenti teorisinde bireylerin kazanç ve kayıplara karşı farklı tutumlar sergiledikleri ortaya sunulmuştur. Bu

durum beklenti teorisinin psikolojik faktörleri de dikkate aldığıının göstergesidir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011: 249; Köse ve Akkaya, 2016:4).

Beklenti teorisinde hipotetik değer fonksiyonu şu şekildedir:



Şekil 2.4 Değer Fonksiyonu

Kaynakça: Kahneman ve Tversky,1983:342

Beklenti teorisinde fikir şudur: değer fonksiyonu, referans noktasına duyarlı olarak toplam servet yerine kayıp ve kazanç durumunu dikkate almaktadır. Şekilde görüldüğü üzere, kazanç (gain) bölgesi içbükey, kayıp (loss) bölgesi dışbükeydir. Ayrıca, kayıpların kazançlara göre daha dik olduğu görülmektedir. Daha açık belirtmek gerekirse, bireylerin kayıplara karşı hissettikleri duyguların yoğunluğu, kazançlara göre hissettikleri duyguların yoğunluğundan daha kuvvetlidir. Kazançlar söz konusu olduğunda riskten kaçınma eğilimi gözlenirken, kayıplar söz konusu olduğunda risk almaya istekli tutum görülmektedir (Kahneman ve Tversky, 1983: 342).

Kahneman ve Tversky (1979), belirsizlik ve risk altında bireylerin nasıl seçim yaptıklarına ışık tutmak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada Fransız ekonomist Maurice Allains'in örneklerinden yararlanarak bireylerin her zaman rasyonel olmadıklarını ve her zaman çıkarlarını maksimize etmeyi hedeflemediklerini ortaya koymuşlardır. Bunların bazıları aşağıda açıklanmıştır:

Örneğin, A seçeneğinde % 33 olasılıkla 1500 TL kazanma, % 66 olasılıkla 1400 TL kazanma ya da %1 olasılıkla hiçbir şey kazanamama, B seçeneğinde ise % 100 olasılıkla 1400 TL kazanma tercihleri arasında bireylerin büyük çoğunluğunun B seçeneğini tercih

ettikleri görülmüştür. Başka bir soruda ise, C seçeneğinde %33 olasılıkla 1400 TL kazanma, %67 olasılıkla hiçbir şey kazanamama ya da D seçeneğinde ise %34 1500 TL kazanma, %66 hiçbir şey kazanamama tercihleri arasında bireylerin C seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür.

Buna göre, kesin bir kazanç ya da olasılıklı bir kazanç durumu (kesinlik etkisi) söz konusu olduğunda bireylerin tercihlerinin farklılaştığı söylenebilmektedir. Bireyler kesin sonuçlara daha ılımlı yaklaşırken, olasılık içeren sonuçlara daha çekimser davranabilmektedir. Dolayısıyla bu durum beklenen fayda teorisini çürüten bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979: 265-266).

Örneğin, A seçeneğinde %40 olasılıkla 8000 TL kazanma, B seçeneğinde %80 olasılıkla 4000 TL kazanma tercihleri arasında bireylerin büyük çoğunluğunun B seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür. Başka bir soruda ise, C seçeneğinde %1 olasılıkla 8000 TL kazanma, D seçeneğinde %2 olasılıkla 4000 TL kazanma tercihleri arasında bireylerin büyük çoğunluğunun C seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür.

Buna göre, bireylerin kazanma olasılıklarının yüksek olduğu durumlarda tutar daha düşük olsa bile kazanma ihtimallerinin daha yüksek olduğu seçenekleri tercih ettikleri görülmektedir. Aynı şekilde kazanma ihtimallerinin pek olası olmadığı durumlarda daha fazla risk alarak daha çok kazanç sunan seçeneği tercih ettikleri görülmüştür. Bireylerin kazançlar söz konusu olduğunda riskten kaçınma tutumu gösterirken, kayıplar söz konusu olduğunda riske karşı daha fazla tolere edebildikleri görülmektedir. Bu göstergelerde aynı şekilde beklenen fayda teorisini çürüten göstergelerdir (Kahneman ve Tversky, 1979:267).

Aşağıdaki tabloda geleneksel finansın ve davranışsal finansın genel özellikleri özetlenmektedir:

Tablo 2.1 Davranışsal Finans ve Geleneksel Finans Genel Özellikleri

Geleneksel Finans	Davranışsal Finans
Bireysel yatırımcılar daima rasyoneldir.	Bireysel yatırımcılar çoğu zaman rasyonel dışı hareket etmektedir. Başka bir ifadeyle bireyler normaldir.
Piyasalar etkindir.	Piyasalar etkin değildir.
Karar sürecinde duygulara yer yoktur.	Karar sürecinde bilişsel, psikolojik ve sosyal eğilimler mevcuttur.

Bireysel yatırımcıların tamamı piyasadaki tüm bilgiye ulaşabilir ve hisse fiyatları tüm bilgileri yansıtmaktadır.	Bireysel yatırımcıların tamamının tüm bilgiye ulaşması veya bilgiye eş zamanlı ulaşması söz konusu değildir.
Sadece ekonomik prensipleri referans alır.	Ekonomik prensipler kadar psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji ve antropoloji bilimlerinden yararlanır.
Yatırımların beklenen getirileri, varlık fiyatlama teorisi tarafından açıklanmıştır. Beklenen getiriler arasındaki fark sadece risk farklılıklarınca belirlenir.	Yatırımların beklenen getirileri davranışsal varlık fiyatlama teorisi ile tanımlanır, beklenen getiriler arasındaki farklar riskten daha fazla faktördeki farklılıklarca belirlenir.

Kaynakça: Statman, 2014: 65; Sharma, 2014: 276

2.6.2. Davranışsal Finansın Diğer Bilimlerle İlişkisi

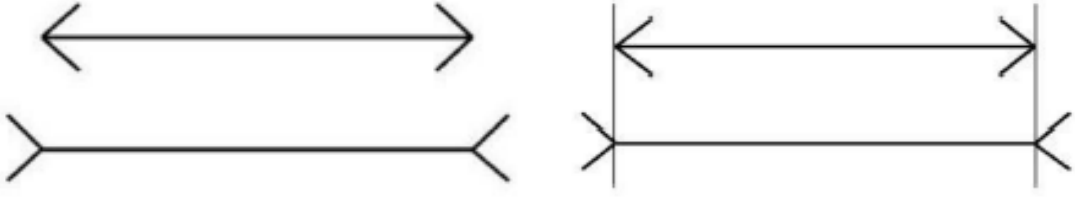
Daha öncede ifade ettiğimiz gibi davranışsal finans; psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji ve antropoloji gibi çeşitli bilim dallarından yararlanmaktadır. Çünkü bireylerin duygusal, bilişsel ve sosyal eğilimlerinin temelleri psikoloji, sosyoloji ve antropoloji bilimlerine dayanmaktadır.

2.6.2.1. Psikoloji

Davranışsal finans disiplini, yatırımcıların finansal karar alma sürecinde en önemli faktör olarak psikoloji bilimini işaret etmektedir. Cüceloğlu (2011: 22), psikolojiyi, “insan davranışının altında yatan temel nedenleri bulmaya çalışan bilimsel çabaya verilen ad” olarak tanımlamıştır. Psikoloji bilimi sayesinde birey, kendini ve diğer bireyleri anlamaya yönelik bir eğilim içerisinde bulunmaktadır. Hayatın içinde olan psikoloji, ekonomi ile de yakından ilişkilidir. Çünkü psikoloji bilimi karar alma süreci içerisinde etkin rol oynamaktadır. Birey, psikoloji biliminden yararlanarak, kendi davranışlarının ve kararlarının altında yatan sebeplerin farkında olarak karar alma sırasında sıkça karşılaşılan bilişsel kısa yolların, duygusal ve sosyal eğilimlerin farkında olarak daha bilinçli hale gelmektedir.

Psikoloji biliminde önemli olan algı, bireysel bir kavramdır. Çünkü birey yaşadıkları ile bağıntılı olarak düşünüp anlamlandırır (Cüceloğlu, 2011: 99).

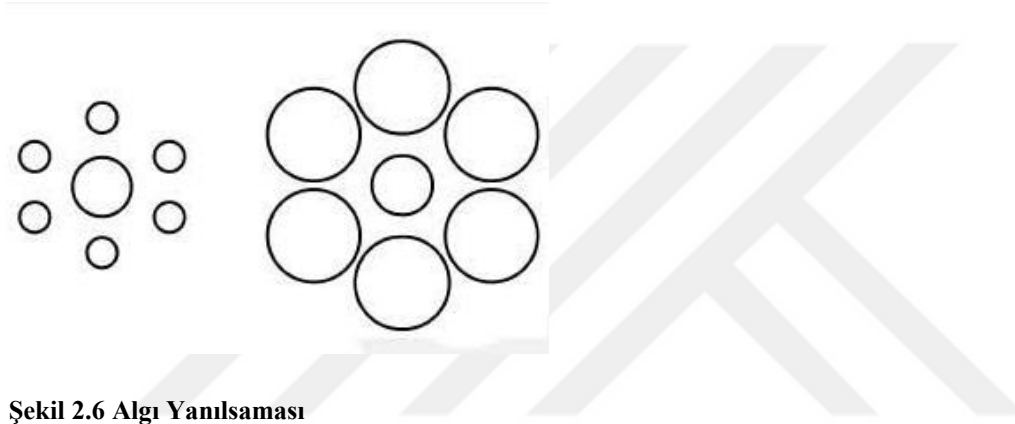
Algı yanılsamaları ise bireylerin her zaman doğru algılayamadığını ve hata yapmaya yatkın olduğunu göstergesidir. Aşağıda bazı algı yanılsamaları verilmiştir (Cüceloğlu, 2011: 119-121)



Şekil 2.5 Müller-Lyer yanılsaması

Kaynakça: Cüceloğlu,2011:120

Şekil 2.5 ‘de “Müller-Lyer yanılsaması” görülmektedir. Burada alttaki ve üstteki çizginin uzunluğu aynı olduğu halde üstteki çizgi daha uzun gibi gözükmetedir.



Şekil 2.6 Algı Yanılsaması

Kaynakça: Cüceloğlu,2011:120

Şekil 2.6’de görüldüğü gibi ortadaki yuvarlak her iki şekilde de aynı boyuttadır. Buna rağmen küçük daireler arasında yer alan soldaki yuvarlak, büyük daireler arasında yer alan sağdaki yuvarlaktan daha büyük gözükmetedir.

Algılar yalnızca resimlerde karşımıza çıkmaz. Bireylerin düşüncelerinde, sosyal yaşantılarında ve kararlarında oluşum gösterebilmektedir. Bireyin sahip olduğu değer yargısı, ilgisi, gereksinimi ve amacı aynı bilgiyi edinen iki bireyin farklı şekilde algılaması yol açabilmektedir. Örneğin yatırımcı, bir yatırım aracı hakkında duyduğu bilgiyi kendi algısına göre değerlendirmekte ve bu doğrultuda karar almaktadır. Burada görüldüğü üzere beyin bazen bilişsel kısa yollardan yararlanarak kısa sürede karar alabilmektedir. Özetle, yatırımcıların sahip oldukları algılar yatırım kararı üzerinde önemli ölçüde etkilidir.

2.6.2.2. Sosyoloji

Toplum bilimi olarak anılan sosyoloji, birey ve toplum arasındaki etkileşimi incelemektedir. Bilindiği üzere birey, çevresiyle sürekli etkileşim halinde olan sosyal bir varlıktır. Dolayısıyla içinde bulunduğu toplumun değer yargılarını yansıtmaktadır. Bireyin

yatırım kararı alırken içinde bulunduğu kültürün ya da sosyal grubun özellikleri ve değer yargıları eşliğinde finansal yatırım kararı alması sosyoloji ve davranışsal finans arasında ilişki doğmasını sağlamaktadır (Sari, 2019: 24).

2.6.2.3. Sosyal Psikoloji

Baron ve Byrne, sosyal psikolojiyi “bir bireyin davranış, duygu veya düşüncelerinin diğer kimselerin davranış ve/veya özelliklerinden nasıl etkilendiğini ya da belirlendiğini inceleyen bilim dalı” olarak tanımlamışlardır (Cüceloğlu, 2011: 514). Tanımdan anlaşıldığı üzere sosyal psikolojinin odak noktası, toplumun ve grupların bireyler üzerindeki etkisidir.

Tutum, sosyal etki, gruba uyma, sosyal normlar ve önyargılar sosyal psikolojinin konularını oluşturmaktadır (Cüceloğlu, 2011: 19-20).

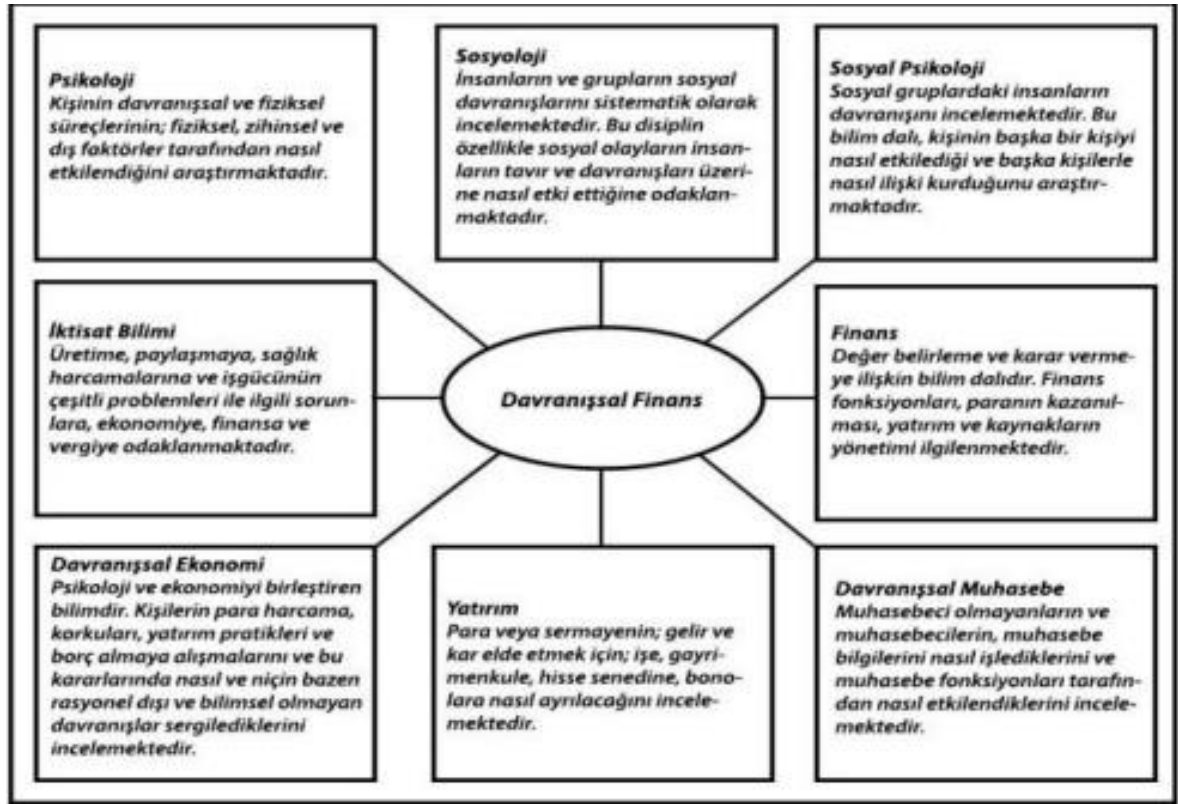
Bireylerin her zaman rasyonel olamadığı görüşü sosyal psikoloji bulgularıyla da desteklenmektedir. Bunun en güzel örneklerinden bir tanesi Asch deneyi deneyidir. Bu deney literatürde “uyma deneyi” olarak da bilinmektedir. Asch, bireylerin karar alma sürecinde çevresindeki diğer bireylerden ne denli etkilendiğini tespit edebilmek adına çubuklardan yararlanarak görsel bir deney hazırlamıştır. Deneyin sonunda, katılımcının ilk birkaç soruyu kimsenin etkisi altında kalmadan cevapladığı daha sonra ise gruba uyma davranışı gösterdiği görülmüştür (Thaler ve Sunstein, 2018: 73-78).

2.6.2.4. Antropoloji

Antropoloji, insanlık tarihini geçmişten günümüze evrilişini biyolojik ve kültürel boyutlarda inceleyen bilim dalıdır. Davranışsal finans ile antropoloji arasındaki bağ antropolojinin ekonomi bilimi ile sosyal yaşamı bağdaştırmasından ötürüdür. Ekonomik antropoloji; şekilcilik, gerçekçilik ve kültürcülük gibi alt kategorilere ayrılmaktadır (Ateş, 2007: 60).

Davranışsal finansın diğer bilimlerle ilişkisi aşağıdaki tabloda özet halinde verilmiştir.

Tablo2.2 Davranışsal Finansın Diğer Bilim Dalları ile İlişkisi



Kaynakça: Kabapelit, 2018: 78

2.7. Bireysel Yatırımcıları Rasyonellikten Uzaklaştıran Eğilimler

İnsan beyni; reflekslerimiz, düşüncelerimiz ve öğrenme yetimiz gibi boyutlar açısından şaşırtıcıdır. Beyinsel fonksiyonlar bireylerin nasıl düşündüğünü anlamamıza yardımcı olmaktadır. Beyinsel fonksiyonlar iki başlık altında ifade edilebilmektedir. İlk fonksiyon “otomatik” başka bir ifadeyle “sezgisel” sistemdir. Bireyin çabasına ihtiyaç duymadan bilinçsiz bir şekilde gerçekleşir. Örneğin, televizyonda bir kaza haberi gördüğümüzde istemsiz olarak endişeleniriz veya yolda yürürken hiç tanımadığımız birinin bize gülümsediğini fark eder kendimizi bilinçsiz bir şekilde karşılık verirken buluruz. Diğer fonksiyon ise “düşünsel” başka bir ifade ile “rasyonel” sistemdir. İlk fonksiyonun aksine bilinçsiz ve hızlı değildir. Daha iyi açıklanması açısından başka bir örnek verilmesi gerekirse izlediğimiz bir filmde başrol oyuncusunun hayata gözlerini yumması üzüntüye yol açarken üzülmeye karar veren otomatik sistemdir. Diğer taraftan ise düşünsel sistem bunun sadece kurgudan ibaret olduğuna vurgu yapmaktadır. Bireylerin hayatlarında aldığı her kararın önem derecesi farklıdır. Örneğin markete gitmek için seçeceğimiz yola kolay karar verebilirken belirsizlik ve risk altında yatırım kararı gibi konularda seçim yapmak daha zordur. Çünkü yatırımın gelecekteki değeri belirsizlik

içermektedir. Bireyler hayatlarını etkileyen önemli kararlar alırken veya maddi konularda karar alırken ağırlıklı olarak düşünsel sistem çerçevesinde hareket etmeye özen gösterirler. Ancak bazen farkında olmadan otomatik sistem karar alma sürecini etkilemektedir. Bu durumda bireylerin kararlarında rasyonellikten sapmalar olduğu gözlemlenebilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 33-37; Tversky ve Kahneman, 1974:1124).

Davranışsal finans çerçevesinde bireylerin rasyonel karar almalarına ket vuran eğilimler aşağıdaki gibidir:

Tablo2.3 Bilişsel, Duygusal ve Sosyal Eğilimler

	EĞİLİM	AÇIKLAMA
B İ L İ Ş S E L	Çerçeveleme	Bir olayın/olgunun aktarılma şekli bireylerin kararlarında etkin rol oynar.
	Zihinsel Muhasebe	Varlıkların zihinsel olarak sınıflandırılması olarak ifade edilir.
	Batık Maliyet Etkisi	Bireyin yeni bir yatırım kararı alırken geçmiş maliyetlerin etkisinde kalmasıdır.
	Belirsizlikten Kaçınma	Birey mutlak sonucunu bildiği durumları mutlak sonucunu bilmediği durumlara tercih eder.
	Muhafazakârlık (Tutuculuk)	Bireylerin yeniliklere direnç göstermesi veya yavaş adapte olmaları durumudur.
	Aşırı Güven	Bireylerin yetkinliklerini yeterli görmeleri veya yetkinliklerine duyulan aşırı güven duygusudur.
	Aşırı iyimserlik	Bireylerin iyi senaryolarla karşılaşacaklarına inanmalarıdır.
D U Y G U S A L	Kayıptan Kaçınma	Kayıplar söz konusu olduğunda birey risk almaya daha meyilli olurken kazançlar söz konusu olduğunda riskten kaçınmaya meyilli olmaktadır.
	Pişmanlıktan Kaçınma	Birey, aldığı finansal yatırım kararında pişman olmaktan korkarak bu doğrultuda karar almaya çalışmaktadır.
	Statüko	Mevcut durumu koruma arzusudur.
H E V R İ	Çıpalama	Bilinen bir bilgiden hareketle bilinmeyen bir bilgiyi tahminlemedir.
	Temsililik	Bireylerin, A durumunun B durumuna benzemesine göre hareket etmesidir.

S T İ K	Mevcudiyet	Bireylerin yaşamlarında şahit oldukları ve dolayısıyla kolay hatırladıkları olayların gerçekleşmesine daha fazla ihtimal vermeleri durumudur.
Sosyal	Sürü Davranışı	Bireysel yatırımcının, piyasada yer alan diğer yatırımcı tercihleri doğrultusunda yatırım kararları olmasıdır.

Kaynakça: (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011: 255; Öncü ve Özevin, 2017: 589-590).

2.7.1. Bilişsel Eğilimler

2.7.1.1. Çerçeveleme

Bireyleri rasyonellikten uzaklaştıran bilişsel eğilimlerden bir tanesi çerçeveleme eğilimidir. Bir olayın bireylere aktarılma şekli, kararlar üzerinde etkili olmaktadır. Kötü bir durumun bireylere ifade edilme tarzı onların üzerinde olumlu bir izlenim yaratabileceği gibi iyi bir durumun ifade edilme tarzı onların üzerinde olumsuz bir izlenim yaratabilmektedir (Döm,2003: 20).

Kahneman'ın yapmış olduğu bir deneyde kurgu şu şekildedir: 152 bireyin katılım gösterdiği deneyde 600 kişinin tıpta henüz çaresi olmayan bir hastalığa yakalandığı ifade edilmekte ve bu hastalığın tedavisine yardımcı olacağı düşünülen iki ilaç üretildiği bilgisi verilmektedir. A ilacının kullanılması durumunda 200 kişinin kesin olarak kurtulacağı öngörülmürken, B ilacının kullanılması durumunda 1/3 olasılıkla 600 hastanın tümü iyileşeceği 2/3 olasılıkla hastaların hepsinin öleceği öngörülmektedir. Deney sonucunda deneklerin %72'sinin A ilacını tercih ettiği görülmüştür.

155 kişinin katılım gösterdiği ikinci bir grupta ise, aynı durum özetlenmiş ancak iki alternatif farklı şekilde ifade edilmiştir. Açıklama şu şekildedir: A ilacının kullanılması durumunda 400 kişi kesin olarak öleceği öngörülmürken, B ilacının kullanılması durumunda 1/3 olasılıkla hiç kimsenin ölmeyeceği öngörülmektedir. Bu deney sonucunda deneklerin %22'sinin A ilacını tercih ettiği görülmüştür. Bu iki deney grubu göz önünde bulundurulduğunda çerçeveleme eğilimi karşımıza çıkmaktadır. Hastalığın tedavisine yardımcı olacağı düşünülen ilaçların öngörülen sonuçları iki ayrı formda katılımcılara ifade edilmiş ve deneklerin kararlarında etkili olduğu görülmüştür. Bu deneyde dikkat edilmesi gereken kavramlardan biriside riskten kaçınmadır (Özerol, 2020: 53).

Çerçeveleme eğimi perspektifinde, yarı yarıya riskli olan bir yatırım hakkında kazanma olasılığınız %50 şeklinde bir ifade kullanılması, kaybetme riskiniz %50 ifadesinden daha etkilidir.

Thaler ve Sunstein (2018), çerçeveleme eğiliminin önemli konularda kullanılmasının büyük avantajlar sağlayabileceğini ifade etmişlerdir. Örneğin, dünya genelinde su kaynaklarının israf edilmemesi için iki reklam yapıldığını düşünelim. A reklamının içeriği; su tasarrufuna dikkat ettiğiniz takdirde 250 TL tasarruf etmiş olacaksınız şeklindeyken, B reklamının içeriği; su tasarrufuna dikkat etmediğiniz takdirde 250 TL kaybedeceksiniz şeklindedir. B reklamının su kaynaklarını korumak adına daha etkili olacağı düşünülmektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 54).

Çerçeveleme etkisi tıpkı diğer eğilimler gibi bireylerin tam anlamıyla rasyonel davranmadıklarının sinyalini vermektedir. Eğer birey geleneksel finansın öngördüğü gibi gerçekten rasyonel olsaydı olayların ve durumların ifade ediliş şeklinden etkilenmez, olaylar ve durumlar nasıl ifade edilirse edilsin aynı seçimlerde bulunurlardı.

2.7.1.2. Zihinsel Muhasebe

Davranışsal finans alan yazınına Richard Thaler tarafından kazandırılan zihinsel muhasebe eğilimi, finansal karar alma sürecinde finansal varlıkların zihinsel olarak ayrı ayrı kategorilenmesi yöntemidir. Richard Thaler, paranın bireylerin zihninde farklı konumlarda olduğuna dikkat çekerek, tasarruf için ayrılan para ile elektrik faturası, ev kirası gibi giderler için ayrılan paranın zihinde farklı konumlandığını ifade etmiştir (Kahneman ve Tversky,1893:341; Thaler,1999:183).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, bu kavramın daha iyi anlaşılabilmesi adına tıpkı işletmelerde muhasebe sistemleri kullanarak finansal işlemleri kaydetme, özetleme, analizleme ve raporlama faaliyetleri olduğu gibi bireylerinde kendi içinde benzer şekilde zihinsel muhasebe sistemi benimsediği ve kazancın elde edilme kaynağını önemsendiği görülmektedir (Thaler, 1999:184).

Bireyler için şans oyunlarından elde ettikleri para ile emek vererek kazandıkları para aynı değerde değildir. Zihinsel muhasebe eğilimine göre iki para da farklı hesaplara aittir. Burada fikir şudur: birey, şans oyunlarında kazandığı paranın satın alma gücünü çalışarak kazandığı paranın satın alma gücüne göre daha az olarak algılamaktadır.

Dolayısıyla bu parayı kaybetmeyi göze almak daha kolay gelmektedir (Thaler,1999:198, Özerol, 2020: 39, Thaler ve Sunstein, 2018: 71).

Şans oyunundan 100 TL kazandığınızı ve ertesi gün alışveriş merkezine gittiğinizi hayal edelim. Şans oyunundan elde ettiğiniz ek gelir ile normal şartlarda harcamaya niyetlendiğiniz bütçenizin üzerine çıkma ihtimaliniz yüksektir. Şimdi geçen seneki montunuzun cebinde 100 TL bulduğunuzu ve ertesi gün alışveriş merkezine gittiğinizi varsayalım. Peki, bu durumda normal şartlarda harcamayı düşündüğünüz bütçenin üzerine çıkar mıydınız? Kişilerin bir kısmı alışveriş bütçesini yine artırırđ ancak bu artış diğerk durumdaki kadar yüksek olmazdı. İşte bu durum zihinsel muhasebe eğilimi ile açıklanmaktadır. Çünkü her iki durumda da kazancın büyüklüğü aynı olsa da paraların kaynakları düşünöldüğünde harcama tutumu farklılık göstermektedir (Özerol, 2020: 50).

Kahneman ve Tversky (1983) çalışmasın da, iki farklı senaryo üzerinden bu eğilime açıklık getirmeye çalışmıştır.

Senaryo 1: Bir tiyatro oyunu izlemeye karar verdiğinizi düşünelim. Tiyatro biletinin ücreti 60 liradır. Tiyatro binasına girdiğinizde biletini kaybettiğinizi fark ettiğinizi varsayalım. Başka bir bilet alır mıydınız? Bu senaryo 183 kişiye sunulmuştur ve tekrar bilet almaya razı olan bireylerin oranı %46 olarak tespit edilirken bilet almaya razı olmayıp tiyatro oyununu izlemekten vazgeçen bireylerin oranının %54 olduğu görölmüştür.

Senaryo 2: Bir tiyatro oyunu izlemeye karar verdiğinizi düşünelim. Tiyatro biletinin fiyatı 60 liradır. Tiyatro binasına girdiğinizde cüzdanınızdan 60 lira para düşürdüğünü fark ettiğini varsayalım. Bilet alır mıydınız? Bilet alma noktasında karar değişikliğine gitmeden bilet alan katılımcıların oranı %88 iken düşürdüğu paranın etkisinde kalarak oyundan vazgeçenlerin oranı ise %12 olarak görölmüştür. Akıl çerçevesinde düşünöldüğünde 60 lira değerinde oyun biletini kaybetmek ile cüzdandan 60 lira nakit para düşürmek arasında bir fark olmadığı kolayca görölmektedir. Mantık olarak aynı gözöксе de deneyin sonuçları anlamlı düzeyde farklıdır. Çünkü bireyler, bileti farklı bir zihinsel hesapta kategori ederken nakit parayı daha farklı bir zihinsel hesapta düşünmektedirler. Oyunu izlemek amacıyla ikinci kez bilet alma düşüncesi zihinde kolayca maliyeti iki katına çıkarmak olarak algılanırken, düşünölen nakit para başka bir harcamanın ikamesi olarak görölmektedir. Bu durum zihinsel muhasebe eğilimi ile açıklanmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1983:347-348).

Bireyler çoğunlukla kendilerini kontrol etmekten uzak olan davranışlar sergilemektedir. İhtiyacımız olan botu almak için, alışveriş merkezine gitmeye karar verdiğimizizi düşünelim. Farklı ürünlerde %80'e varan indirimler olduğunu fark ettik ve ihtiyacımız olmadığı halde beğendiğimiz bir ceketı içten içe almak istediğimizi fark etme olasılığımız çok yüksektir. Bu örnek bireylerin otokontrol sorununa ışık tutan bir örnektir. Yapılan harcamayla katlanılan maliyet göz önünde tutularak elde edilen fayda ayrı bilişsel hesaplarda değerlendirilir. Dolayısıyla bireyler harcamalarını kontrol edebilmek adına zihinsel muhasebe eğiliminden yararlanabilirler. (Thaler ve Sunstein, 2018: 69). Thaler'da zihinsel muhasebenin özdenetim noktasında kolaylık sağladığını ifade etmiştir (Thaler, 1999: 202).

Zihinsel muhasebe eğilimi bireysel yatırımcının finansal piyasalarda karar alırken yanlış kararlar almasına neden olabilmektedir. Çünkü birey kaybeden hisse senedini elde çıkarma noktasında zihinsel hesabın olumsuz yönde kapatılmasıyla özdeşleştirerek kaybeden yatırım aracını elden çıkarma noktasında isteksizleşebilmektedir (Thaler,1999:189).

2.7.1.3. Batık Maliyet Etkisi

Batık maliyet etkisi temelde geleneksel finans ile ilgili bir kavram olsa da bireylerin kararları üzerinde etkili olan psikolojik bir eğilim olma özelliği de taşımaktadır. Örneğin, çok beğendiğiniz bir oyuncunun yeni bir tiyatro oyunu çıktığını ve bu oyunu izlemek istediğinizi düşünelim. Tiyatro biletini sadece ayırttıysanız gitmekten vazgeçmeniz durumunda herhangi bir kaybınız olmamaktadır. Ancak, tiyatro biletini önceden peşin olarak satın aldığınızı ve iade etme şansınızın olmadığını düşünelim. Tiyatronun olduğu gün hava karlı ve yollar buzlanmış olsun. Bu durumda bileti peşin almamızla ilişkili olarak tiyatroya gitmeye daha istekli oluruz ve oyunun bu hava şartlarına degeceğini kendimize ikna etmenin yollarını ararız. Bu durum batık maliyet etkisidir. Zira unutulmaması gereken nokta; batık maliyet olabilmesi için o maliyetin ilk baştan ödenmiş ve geri alınmaması gerekmektedir (Özerol, 2020: 70).

Yeni bir ayakkabı aldığınızı farz edelim. Ayakkabı dış görüşünü ile kendini size hayran bıraktırdı. Ancak ilk giydiğiniz gün canınızı yaktı ve ayakkabının hiç rahat olmadığına kanaat getirdiniz. Ayakkabı için ödediğiniz para ne kadar yüksek ise ayakkabıyı o kadar giymeye çalışırsınız. Nihayetinde canınızın yanması ağır basar ve ayakkabıyı giymekten vazgeçersiniz. Bu noktadan itibaren ayakkabıyı ayakkabılıkta

saklama süreniz verdiğiniz para ile paralellik göstermeye başlar. Bir zaman sonra ayakkabıya yapılan ödeme unutulur ve ayakkabı atılır. Bu durum atık maliyeti özetler (Thaler, 1999:191).

Arkes ve Blumer tarafından yapılan batık maliyet etkisi test edilmek istenen deneyde üniversite öğrencilerinden oluşan üç grup için bir sezonluk basketbol maç bileti fiyatları; ilk grup için tam fiyat, ikinci grup için % 15 indirimli fiyat ve üçüncü grup için %50 indirimli fiyat olarak belirlenmiş olup deneklerin sezon boyunca maçlara eşlik etme sıklıkları incelenmiştir. Deney sonucunda; ilk gruba dahil olan ve hiç indirim almayan öğrencilerin ikinci ve üçüncü gruptaki öğrencilere nispeten maçlara daha fazla ilgi gösterdiği tespit edilmiştir (Thaler, 1999:191)

Bireyler, finansal yatırım kararı alırken batık maliyet etkisini göz önünde tutarak karar almaktadırlar. Bu etkiye göre birey, geçmişte yapmış olduğu yatırımı devam ettirme isteği ile güdülenmektedir ya da bireysel yatırımcı büyük bir batık maliyetle karşı karşıya kaldıysa o yatırımı kurtarmak amacıyla daha fazla yatırım yapmak isteyecektir (Gazel, 2016: 54).

2.7.1.4. Belirsizlikten Kaçınma

Finansal piyasalarda görülen bir başka eğilim olan belirsizlikten kaçınma eğilimi, bireylerin olasılıkları bilinen bir durumu, olasılıkları bilinmeyen bir duruma yeğlediklerini ifade etmek için kullanılır. Ellsberg (1961) tarafından tasarlanan bir deneyde, bireylerin belirsiz durumlarda nasıl karar aldıklarını tespit edilmek istenmiştir. Bu kapsamda katılımcılara içinde kırmızı ve siyah toplar bulunan iki kutu alternatifi ve iki bilgi sunulmuştur. İlk bilgi olarak birinci torbada 50 kırmızı ve 50 siyah top olduğu söylenmiş olup ikinci bilgi olarak da ikinci torbada detay verilmeden sadece toplam 100 top olduğu ifade edilmiştir. Yani katılımcılar ikinci kutuda kaç adet kırmızı top olduğunu bilmemektedir. Katılımcılar ile kırmızı top çekmek amacıyla iddiaya girilmek istenmiştir ve deneyin sonunda katılımcıların genel olarak top dağılımını bildikleri birinci torbayı tercih ettikleri görülmüştür (Ellsberg, 1961:650-651).

Sonuç olarak, bireylerin bilmedikleri durumlar karşısında karar almaktan çekindikleri söylenebilmektedir.

Bilişsel tabanlı eğilimlerden biri olan belirsizlikten kaçınma eğiliminin sonucu olarak bireylerin yerli yatırım araçlarını, yabancı yatırım araçlarına tercih ettikleri

görülmektedir. French ve Poterba (1991), Amerika Birleşik Devletlerinde bireysel yatırımcıların %94'ünün kendi ülkelerindeki yatırım araçlarını tercih ettiklerini tespit etmiştir. Çünkü bireysel yatırımcılar, yerli yatırım araçları hakkında yabancı yatırım araçlarına nispeten daha fazla bilgi sahibidir (Baxter ve Jermann'danakt. Bostancı, 2003: 21).

Aynı mantıkla, bireyler diğer firmaların yatırımlarını belirsiz buldukları için çalıştıkları firmaların hisse senedini almayı tercih etmektedir. Bütün tasarrufunu kendi çalıştığı şirketin hisse senedini alarak kullanan bir bireyin yatırımı incelendiğinde aslında bu kişinin çeşitlendirmeye aykırı davrandığı görülmektedir. Çünkü çalıştığımız kuruma harcadığımız emek o kuruma yapılan bir yatırım olarak değerlendirilebilmektedir. Dolayısıyla kendi çalıştığımız şirketin hisse senedini almak rasyonel bir davranış olmamaktadır (Ariely, 2020: 11).

Belirsizlik kaçınma ve riskten kaçınma birbirine yakın duran iki eğilim olarak gözüktüğü de riskten kaçınma eğiliminde birey, durumun olası sonuçlarının bilincindeyken belirsizlikten kaçınma eğiliminde durumun muhtemel olasılıkları hakkında bilgi sahibi değildir (Gazel, 2016: 29-30).

Belirsizlikten kaçınma eğilimi bireysel yatırımcının, büyük ölçekli bankaların diğer bankalardan daha güvenli olduğu düşüncesine sahip olunmasına neden olabilmektedir.

2.7.1.5. Muhafazakârlık

Bilişsel eğilim kategorisinde yer alan eğilimlerden bir diğeri muhafazakârlık eğilimidir. Muhafazakârlık, bireylerin sahip oldukları mevcut durumdan yeni bir duruma geçişte yaşadıkları zorluk olarak ifade edilebilmektedir. Bireyler karar alırken, geçmişte aldıkları kararlar ile uyumlu bilgileri dikkate alma eğilimi içerisinde olmakta ve geçmişte aldıkları kararlar ile çelişen bilgileri görmezden gelmektedirler. Kısacası yeni bilginin kabul edilmesinde güçlük çekilmesi ve benimsenmesinde direnç gösterilmesi şeklinde özetlenebilmektedir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011:257).

Tutuculuk olarak da ifade edilen bu eğilim, bireysel yatırımcının finansal piyasalardaki güncel bilgileri göz ardı etmesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Muhafazakârlık eğilimi, yatırımcıların finansal piyasalarda oluşan yeni bilgilere düşük reaksiyon göstermesine sebep olmaktadır (Gazel, 2014: 33-34)

2.7.1.6. Aşırı Güven ve Aşırı İyimserlik

Genel olarak bireyler, birçok alanda kendi yetkinliklerini iyi bir seviyede görmektedirler. Hiç kuşkusuz öğrencilere ne kadar iyi bir öğrenci oldukları sorulduğunda kendilerini sorumluluk sahibi başarılı bir öğrenci olarak değerlendirirler. Aşırı güven ve iyimserliğe dayalı bu örnekler çoğaltılabilir. Yeni işe başlayan bir birey işten kovulacağına ihtimal vermezken, yeni nişanlanan bir çiftte ayrılacaklarını düşünmemektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 49-50).

Yukarıdaki açıklamadan da anlaşılacağı üzere aşırı güven eğilimi, bireylerin yeteneklerine, sahip oldukları bilgilere ve önsezilerine gereğinden fazla güvenmesidir. Aşırı güven eğilimi, bilgi yanılsaması ve kontrol yanılsamasından kaynaklı meydana gelebilmektedir. Bilgi yanılsaması durumunda birey, üst düzey bilgi sahibi olduğuna kendini inandırarak doğru yatırım kararı alabileceği inancına sahip olmaktadır. Kontrol yanılsaması durumunda ise bireylerin bariz bir şekilde kontrol edemeyeceği durumları veya olayları kontrol edebilecekleri düşüncesine sahip olmaları olarak ifade edilebilmektedir (Gazel, 2016: 16).

Aşırı güven eğilimi bireylerin riskleri olduğundan daha düşük tespit etmelerine neden olmakta ve kayıpların önünü açmaktadır. Aşırı güven eğilimi sergileyen bireyler, portföylerinde çeşitlendirme yapmamayı tercih etmekte ve böylelikle yatırım riskini daha yüksek tutmuş olmaktadır. Girişimcilik özelliği yüksek olan bireylerin aşırı güven eğilimine daha fazla sahip oldukları da düşünülmektedir. Aşırı güven eğilimi gösteren bireyler cinsiyet değişkeni açısından değerlendirildiğinde, erkeklerde aşırı güven eğiliminin daha çok olduğu açıklanmıştır (Taner ve Akkaya, 2005: 49, Özerol, 2020: 116).

Aşırı güven eğiliminin sinyalini veren işlem hacminin fazla olmasıdır. Aşırı işlem yapılması maliyetleri arttırmaktadır (Özerol, 2020: 114).

Tufan ve Sarıççek (2013:169) son dönemlerde kazanç elde eden yatırımcıların bu eğilime daha çok sahip olduklarına dikkat çekmiştir. Aynı zamanda bu eğilime sahip olan bireyler, iyi sonuçları kendi bilgi ve yeteneklerine bağlarken kötü sonuçları kendileri dışındaki faktörlere bağlamaktadır.

Aşırı güven eğilimine sahip olan birey, finansal yatırımlarda aldığı kararlara fazla güven duymaktadır ve bu yatırımlardan piyasaya göre daha fazla getiri elde edeceğini düşünmektedir.

Aşırı iyimserlik eğilimi ise, bireylerin belirsizlik ve risk altında yatırım kararı alırken beklentilerinin, istekleri doğrultusunda gerçekleşeceğine duydukları inanç olarak tanımlanabilmektedir. Bu eğilim, çok küçük olasılıklı şans oyunlarını bireylerin neden oynadığını net olarak ortaya koymaktadır (Böyükaslan, 2012: 95).

Aşırı iyimserlik eğilimine sahip olan birey, gelecek dönemde yapacakları finansal yatırımlarda yüksek getiri elde edeceğini düşünmektedir.

2.7.2.Duygusal Eğilimler

2.7.2.1. Kayıptan Kaçınma

Davranışsal finans kapsamında gerçekleştirilen birçok çalışmada, bireylerin kayıp durumlarında hissettikleri duyguların kazanç durumlarında hissettikleri duygulardan daha yoğun ve güçlü olduğu ifade edilmiştir.

Kayıptan kaçınma eğilimi, ilk defa 1979 yılında Kahneman ve Tversky'nin beklenti teorisini ortaya koydukları "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk" adlı çalışmasında "Kesinlik Etkisi (Certainty Effect)" olarak ifade edilmiştir. Bu çalışmada Fransız ekonomist Maurice Allains (1953) tarafından hazırlanan örneklerden faydalanılmıştır (Kahneman ve Tversky, 1979:265).

Taylor (1991), bireylerin kayıp ve maliyet gibi olumsuz durumlarda fiziksel olarak daha fazla uyarıldıklarına dikkat çekmiş ve olumsuz durumların olumlu durumlara nispeten daha yoğun duygulara sahiplik ettiğini vurgulamıştır (Taylor, 1991: 70). Tüm bunlar doğrultusunda kayıptan kaçınma eğilimi ortaya çıkmıştır.

Bireyler üzerinde büyük etkiler yaratan ve bireylerin kayıplara karşı daha duyarlı olduğu görüşü deneysel bulgular ile desteklenmektedir. Kazançların ve kayıpların bireyler üzerindeki etkilerini tespit etmek üzere yapılan bir deneyde üniversite öğrencilerinin bir kısmına kendi okullarının legolarını taşıyan kahve bardakları verilirken diğer öğrencilerden bu bardaklara temas ederek incelemeleri istenmiştir. İnceleme işleminden sonra bardak verilen öğrencilerden bu bardakları satmaları istenirken bardak verilmeyen öğrencilerden de bardakları satın almak için bir fiyat belirlemeleri rica edilmiştir. Deneyin sonucunda bardağı satmak eğiliminde olan öğrencilerin bardağı almak isteyen öğrencilere göre yaklaşık olarak iki kat fiyat belirledikleri gözlemlenmiştir (Thaler ve Sunstein, 2018: 51-52).

Bu deney mantık çerçevesinde değerlendirildiğinde bireylerin sahip oldukları varlıklarla duygusal bağ kurabildikleri ve bu varlıklara daha fazla değer atfettikleri görülmektedir. Yani sahip olduğu maldan vazgeçmek için biçtikleri değer aynı malı edinmek için ödemeye razı oldukları noktadan daha yüksektir. Buna ek olarak sahip olunan varlıklardan vazgeçerken hissedilen üzüntü aynı varlığı elde ederken hissedilen mutluluktan daha fazladır. Bu eğilim, statüko eğilimi ile paralellik göstermektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 51-52; Ariely,2020: 141-150; Taner ve Akkaya, 2005: 48).

Ekonomik açıdan değer, bir varlığa sahip olma gücünü ifade eder ve genel olarak maddi olarak ölçülür. Ancak yukarıda belirtildiği bireylerin varlıklara farklı değerler atfetmesi davranışsal finansın önemsenmesine ivme kazandırmıştır (Gürbüz ve Ergincan, 2008: 3).

Özetle, bireyler için kayıp caydırıcı bir unsurdur. Bu yüzden kesin alternatifleri tercih ederler. Ancak kaybın kesin olduğu durumlarda kayıp yerine kumar oynamayı yani riske girmeyi tercih ederler (Kahneman ve Tversky, 1983:342).

150 kişinin katılım gösterdiği deneyde katılımcılara iki farklı versiyonda sorular sorulmuştur.

Soru 1:Lütfen birini seçiniz.

- A) %100 olasılıkla 240 Lira kazanmak (kesin)
- B) % 25 olasılıkla 1000 lira kazanmak veya %75 olasılıkla hiçbir şey kazanamama

Soru 2: Lütfen birini seçiniz.

- C) %100 olasılıkla 750 lira kaybetmek (kesin)
- D) % 25 olasılıkla 1000 lira kaybetmek veya %25 olasılıkla hiçbir şey kaybetmeme

Sonuçlar değerlendirildiğinde birinci soruda katılımcıların riskten kaçınma eğilimi göstererek kesin kazanç içeren A seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür. Daha açık bir ifadeyle katılımcılar birinci soruda %84 oranında A seçeneğini tercih ederken %16 olasılıkla B seçeneğini tercih etmişlerdir. İkinci soruda dikkat çeken unsur sorunun kayıp içermesidir. Katılımcılar ikinci soruda %13 oranında C seçeneğini tercih ederken %87 oranında D seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür. Sonuç olarak, bireylerin kayıp söz konusu olduğunda risk alabildikleri görülmektedir (Kahneman ve Tversky, 1983:344).

2.7.2.2. Pişmanlıktan Kaçınma

Pişmanlık, aldığımız yanlış karar sonrasında diğer alternatiflerin daha iyi olduğunu fark ettiğimizde hissettiğimiz duygudur. Dolayısıyla bu duygu bireylerin yatırım kararları üzerinde oldukça etkilidir. Örneğin, yatırımcıların belli bir oranda kaybettiren yatırım aracı yerine yine aynı oranda kazandıran yatırım aracını elden çıkarmaları pişmanlıktan kaçınma eğilimi ile açıklanmaktadır (Döm, 2003: 90).

Kahneman ve Tversky (1983), bireylerin riskli durumlarda nasıl tercihler yaptıklarını analiz edebilmek adına bir deney gerçekleştirmişlerdir ve katılımcılara şu soru yöneltilmiştir:

A) %85 olasılıkla 1200 Türk Lirası kazanma

% 15 olasılıkla hiçbir şey kazanamama

B) %100 olasılıkla (kesin olarak) 700 Türk Lirası kazanma.

Deneye eşlik eden bireylerin büyük çoğunluğunun risk içeren alternatif olan A seçeneği yerine, kesin kazanç olan B seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür. Beklenen fayda teorisine göre ise rasyonel olan bireyin beklenen faydası yüksek olan A seçeneğini tercih etmesi beklenirdi. Gerçek hayatta ise bireyler kesin kazancın peşinden giderek riskten kaçınma eğilimi göstermektedir (Kahneman ve Tversky,1983:341)

2.7.2.3. Statüko Eğilimi

Statüko eğilimi, mevcut durumu koruma isteğine verilen addır. Bireylerin varlıklarına olması gerekenden daha fazla değer atfetmesine yol açmaktadır. Statüko eğilimin aynı zamanda bir fırsat maliyeti barındırdığını unutmamak gerekir (Özerol, 2020: 83-85). Otomatik yenilenen abonelikler, izlenmese bile açık olan kanalın değiştirilmemesi statüko eğilimine verilebilecek günlük örneklerdendir (Thaler ve Sunstein,2018: 53).

Bu eğilim daha öncede belirtildiği gibi kayıptan kaçınma eğilimi ile yakından ilişkilidir. Çünkü bireyler sahip olunan statükodan vazgeçmek istemedikleri için kayıptan kaçınma eğilimi göstermektedir (Kahneman ve Tversky,1983:348; Sefil ve Çilingiroğlu,2011:262).

Bireysel yatırımcı, uzun süre tercih ettikleri finansal yatırım araçları ile statüko eğilimi gösterebilmektedir. Bu durum portföyün uzun sürede aynı kalmasına yol açmaktadır (Gazel, 2014: 33).

2.7.3. Hevristikler

Son zamanlarda yapılan çalışmalar, sahip olduğumuz beyin yapısından kaynaklı hevristik olarak ifade edilen zihinsel kısa yollara sahip olduğumuzu ortaya koymuştur (Polat ve Duman, 2020: 604)

Aronson, hevristiklerin ortaya çıkma nedenlerini şu şekilde özetlemiştir.

- 1) Bilginin fazla olduğu durumlarda beynin bilgiyi karar verme süzgecinden geçirmesi zorlaşmaktadır. Aynı zamanda bu durum zaman açısından sorun yaratabilmektedir.
- 2) Şans faktörünün söz sahibi olduğu küçük tutarlarda hevristiklerden yararlanılabilmektedir.
- 3) Karar verme sürecinde yeterli bilgi yoksa karar verici hevristik yardımıyla bir karar alabilmektedir (Aronson'danakt. Döm,2003: 44-45)

Yatırım kararları, değerlendirilmesi ve analiz edilmesi gereken zor kararlardır. Finansal bilgi düzeyimiz hangi düzeyde olursa olsun geçmiş deneyimlerimizden yola çıkarak kısa yollara başvurma olasılığımız yüksektir. Kısa yollara başvurmak ise sistematik hatalara kaynaklık etmektedir. Çünkü birey, kısa yollar devreye soktuğu anda sahip olduğu bilgiyi bir kenara koyup duygu ve sezgilere sığınmaktadır. Dolayısıyla birey her zaman rasyonel midir sorunu tekrardan gözden geçirmeliyiz (Sarılı, 2020: 99).

Geçmişten günümüze bireylerin kararlarında rasyonelliğin dışına çıktığı görülmektedir. bunun nedenlerinin biri bireylerin hızlı kararlar almak zorunda kalmasıdır. Birey, doğası gereği duygu ve sezgilerinden önyargılarından ruh halinden etkilenmektedir. Sonucunda da hatalı seçimler yapabilmektedir. Karar verirken hangi eğilimlerle karar aldığımızı fark ettiğimizde daha doğru karar almak adına farkındalık yaratabiliriz (Çanakçı, 2020:127).

2.7.3.1. Çıpalama

Çıpalama eğiliminde bilinen bir veriden yola çıkarak bir tahminde bulunulur. Sonrasında, başka veriler ve tahminler eşliğinde düzeltmeye gidilir. Örneğin, yolculuk esnasında 21 plaka koduna sahip olan bir araba gördünüz ve bu plaka kodunun hangi

ilimize ait olduğunu düşünmenize rağmen aklınıza doğru cevap gelmedi. Altmış yedi ilimizin alfabetik düzen içerisinde numaralandırıldığını ve sonradan il olan büyük ilçelerimizin de altmış yediden sonra numaralandırıldığı bilgisine sahip olduğunuzu varsayalım. 21 plaka kodunun hangi ilimize ait olduğunu bilmeseniz de 20 plaka kodunun Denizli iline, 22 plaka kodunun da Edirne iline ait olduğunu bilgisini göz önünde bulundurarak cevap üzerinde düşünmeye devam ettiniz. Denizli'den sonra D harfi ile başlayan illerimizi düşündüğünüzde doğru cevap olan Diyarbakır ili aklınıza gelebilir. Diyarbakır'ın sonradan il olan bir şehrimiz olmadığı bilgisiyile tahmininizi güçlendirdiniz. Bu örnekte anlatılan süreçler çıpalamadır. Çıpalama eğiliminde dikkat edilmesi gereken nokta şudur: Birbiriyle bağıntısı olmayan bilgiler çıpalama sürecine dâhil olabilmektedir. Başka bir deyişle, sorulan her soru çıpalamaya etki yaratabilmektedir. Yapılan bir deneyde katılımcılardan öncelikle cep telefonlarının son üç rakamının yazılması istenmiş hemen ardından ise bu sayıya 300 sayısının eklenmesi gerektiği söylenmiştir. Sonrasında ise katılımcıların tarih bilgisini test etmek amacı güdülmeden Hun imparatorluğunun en önemli lideri olan Atilla'nın hangi yıllarda devletin başında olduğunu düşünceleri istenerek Avrupa'yı işgal ettiği yılı tahmin etmeleri istenmiştir. Deneyin amacı, Avrupa'nın işgal tarihi ile bireysel bir bilgi olan telefon numarası bilgisinin bir bağlantısı olmadığı halde çıpalama etkisinin söz konusu olup olmadığını belirlemektir. Deneyin sonunda, yoğun çıpalama etkisinde olan katılımcıların olduğu görülmüştür (Thaler ve Sunstein, 2018: 38-40; Özerol, 2020: 103-106).

Yapılan başka bir deneyde, lise öğrencilerinden iki grup oluşturulmuştur. İlk gruptan $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$ işleminin sonucunu hızlı bir şekilde tahminlenmesi istenirken ikinci gruptan $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$ işleminin sonucunun tahmin edilmesi istenmiştir. Tahmin değerlendirildiğinde de ilk grubun tahmin ortalaması 512 iken ikinci grubun tahmin ortalaması 2250 olarak belirlenmiştir. İki grupta farklı ortalamalar elde edilmesinin nedeni incelendiğinde soruyu cevaplarken öğrencilerin ilk başta yer alan rakamları çarpıp sonra tahminde bulunmaları olarak tespit edilmiştir (Tversky ve Kahneman, 1974: 1128).

2.7.3.2. Temsililik

Bireysel yatırımcının finansal yatırım kararları üzerinde etkili olan temsililik kısa yolu Kahneman ve Tversky tarafından ortaya konulmuştur. Kahneman ve Tversky (1974), bireylerin genel olarak A olayının/durumunun B olayına/durumuna benzemesine göre hareket ettiklerini ifade etmiştir (Tversky ve Kahneman, 1974: 1124).

Birey, hisse senedi alım satımı gerçekleştirirken iyi bir şirketin hisse senedini almakla iyi bir karar verdiğini düşünür. Ancak iyi bir yatırım diğer hisse senetlerine nazaran iyi getiri sağlamalıdır (Akın, 2017: 14) Bireyler kendiliğinden gelişen olgulardan yararlanabilir ve bu olguları referans olarak alabilirler. Küçük örneklerin popülasyonu yansıttığına dair olan bu durum “küçük sayılar kanunu” olarak da ifade edilir. Örneğin bir yatırım aracının peş peşe yüksek kazanç getirmesi o yatırım aracının hep iyi kazanç sağlayacağı algısına sebep olabilmektedir. Bu durum temsililik kısa yoludur (Taner ve Akkaya, 2005: 50). Yatırımcının karar alırken en çok göz önünde bulundurduğu faktöre göre hareket etmesidir.

2.7.3.3. Mevcudiyet

Ulaşılabilirlik ve hazırda bulunma gibi farklı şekillerde ifade edilebilen mevcudiyet eğilimi, herhangi bir olayın/durumun gerçekleşme ihtimalinin akla geliş kolaylığı şeklinde tanımlanmaktadır (Tversky ve Kahneman, 1974: 1127).

Eğer bir doğal afet ile baş başa kaldıysanız doğal afetlerin gerçekleşmesine daha yüksek bir olasılık atarsınız. Deprem bölgesinde yaşayan bireyler, deprem bölgesinde yaşamayan bireylere göre depremden daha fazla korku hissetmektedirler ve bu korku sonucunda sigortacılık faaliyetlerine daha fazla önem vermektedirler. Aynı şekilde yaşadığınız mahallede bulunan kavşakta sürekli trafik kazaları yaşıyorsa o kavşaktan her geçişinizde azami hız sınırına dikkat eder, daha temkinli bir sürüş gerçekleştirmek için elinizden gelenin en iyisi yaparsınız. Buradan anlaşılacağı üzere hazırda bulunma eğilimi günlük hayatta karşılaştığımız olgular ile bağlantılı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca unutulmamalıdır ki bireyler daha yakın zamanda yaşadıkları olayları daha uzak zamanda yaşadıkları olaylara nazaran daha fazla etkisinde kalıp önemserler (Thaler ve Sunstein, 2018: 40-41).

Özetle mevcudiyet eğilimi, bireylerin hatırladıkları olaylara yüksek olasılıklar atamaları durumudur. Sefil ve Çilingiroğlu (2011: 259) yapmış oldukları çalışmalarında bireylerin piyasada işlem yaparken kolay anımsadıkları bir bilgi olan açılış fiyatlarından yararlandıklarını ve bundan dolayı da hisseler hakkında yanılabilirliklerini ifade etmişlerdir

Başarılı bir yatırım kararının ardından bireyin aynı finansal yatırım aracına yatırım yapmayı istemesi mevcudiyet eğilimine örnek olarak gösterilebilir.

2.7.4. Sosyal Eğilimler

2.7.4.1. Sürü Davranışı

Geleneksel finans görüşlerine göre bireylerin sosyal bir varlık olduğu göz ardı edilmiştir. Oysa bireylerin birbiri ile etkileşim içinde olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Yakın arkadaşımız hayvanlara karşı çok duyarlıysa hayvanlar konusunda bizde bilinçli davranışlar sergilemeye başlarız. Okuldaki sınıf arkadaşlarımız çok başarılı, çok çalışkan öğrencilerden oluşuyorsa derslerimiz konusunda motive olmak daha kolay olabilmektedir. Sonuç olarak, birey çevresinden bağımsız hareket edemez. Asch, bireylerin diğer bireylerin kararlarından etkilenip etkilenmediğini anlayabilmek adına çubuklardan yararlanarak görsel bir deney tasarlamıştır. Deneyde bir katılımcı dışında kalan diğer bireyler deneyin bir parçasıdır ve görsel ile ilgili sorulan sorulara herkes görüşlerini yüksek sesli bir şekilde dile getirmektedir. Deneyin dikkat çekici yanı grubu sorulan sorulara denek dışındaki grup üyelerinin belirgin bir şekilde yanlış cevaplar vermesidir. Denek ilk sorularda kendi görüşünü çekinmeden dile getirirse de sonraki sorularda diğerlerinin etkisinde kalarak gruba uyma davranışı göstermiştir (Thaler ve Sunstein, 2018: 73-78).

Benzer bir deneyde psikolog Muzaffer Şerif tarafından gerçekleştirilmiştir. Deneyin ilk bölümünde katılımcılar karanlık bir odaya götürülmüş ve odanın bir köşesine sabit olan bir ışık yansıtılmıştır. İllüzyondan faydalanılarak ışık hareket ediyormuş gibi bir izlenim yaratılmıştır. Katılımcılardan istenen ise ışığın hareket mesafesinin tahminlenmesidir. Katılımcılar bu isteğe birbirlerinden habersiz bir şekilde farklı yanıtlar vermişlerdir. Deneyin ikinci bölümünde ise katılımcılar gruplara ayrılmış ve aynı tahmin grup içerisinde sesli verilmesi istenmiştir. Deneyin sonucunda gruba uyma davranışı olduğu gözlemlenmiştir (Thaler ve Sunstein, 2018: 78).

Mathew Salgonik öncülüğünde planlanan bir deneyde, temel amaç tercihlerimizde diğer bireylerin tercihlerinden referans alıp almadığımızı tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda katılımcıların bir kısmına şarkı listeleri verilmiştir ve beğendikleri şarkıları indirmeleri istenmiştir. Bu işlem sırasında katılımcılar şarkıların kaç kez indirildiğini görememekte ve böylece herhangi bir sosyal etki söz konusu olmamaktadır. Diğer katılımcılar ise listedeki şarkıların kaç kez indirildiğini görebilmektedir. Bu şekilde sekiz deney grubu oluşturularak sonuçlar kayıt altına alınmıştır. Deney sonucuna göre bireylerin daha çok indirilmiş şarkılara olan yaklaşımlarının daha ılımlı olduğu görülmüştür (Thaler ve Sunstein, 2018: 83-84).

Finansal anlamda sürü davranışı, bireyin diğer bireylerle paralel olarak karar alma eğiliminde olmasıdır. Bu noktada ise bireylerin piyasa ve yatırım araçları hakkında bilgi edinmek yerine birbirlerine uyma davranışı göstererek finansal yatırım araçlarına yatırım yaptıkları söylenebilmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİREYSEL YATIRIMCI AÇISINDAN KUŞAKLAR VE YATIRIM DAVRANIŞLARI: ANTALYA İLİ UYGULAMASI

3.1. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı

Günümüzde finansal piyasalarda çok sayıda finans aktörü yer almaktadır ve finans aktörlerinin büyük bir kısmını da bireysel yatırımcılar oluşturmaktadır. Bu nedenle bireysel yatırımcıların tercihleri ve bu tercihlerin yansımaları finans piyasaları için önem arz etmektedir. Bireysel yatırımcıların kişilik özelliklerinin, gelir düzeylerinin, riske karşı tutumlarının ve tasarruf eğilimlerinin birbirinden farklılık gösterdiği bilinmektedir. Aynı zamanda bireysel yatırımcıların sahip oldukları bilişsel, duygusal ve sosyal eğilimlerinin yatırım kararları üzerinde etkili olduğu davranışsal finans perspektifinde kabul görmektedir. Yatırım tercihlerini etkilemesi beklenen göstergelerden bir diğeri de kuşak farklılığıdır. Bu sebepten ötürü bu çalışma, kuşakların yatırım tercihlerine ilişkin tutumlarını başka bir ifadeyle kuşak olgusunun yatırım tercihlerini ne ölçüde etkilediğini konu alacaktır.

3.2. Araştırmacının Amacı

Bu araştırma, kuşakların yatırım tercihlerine ilişkin tutumlarını inceleyerek kuşaklar arası yatırım tercihlerinde görülen farklılıkların değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Çalışmanın temel hipotezi, belirlenen amaç doğrultusunda söz konusu bireylerin yatırım tercihlerini etkileyen duygusal, bilişsel ve sosyal faktörler ile bireylerin kuşak farklılıkları arasında ilişki olup olmadığı üzerine şekillenmektedir. Çalışmanın sonucunda, bireysel yatırımcıların finansal tercihleri üzerinde kuşak farklılığının etkisi incelenerek, aynı kuşakların davranış biçimleri ile farklı kuşakların davranış biçimlerinin karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi ve elde edilen veriler ışığında finans piyasalarında yer alan kuşakların davranış modellerinin tespitinin yapılması hedeflenmektedir.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Araştırma kapsamında kuşakların yatırım davranışını tespit etme amacına dönük olarak Antalya ilinde ikametgâh eden bireyler üzerinde anket uygulanmış ve 302 katılımcıya ait verilere ulaşılmıştır. Anket soruları, Ateş (2007) ve Büyükaslan (2012)'ın bu alanda daha önce gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarda kullandıkları anket sorularına

ilaveten Kahneman ve Tversky'nin makaleleri referans alınarak oluşturulmuştur. Veri toplamak için kullanılan anket formu toplam 41 sorudan oluşmuştur. Bu sorular iki bölümde kategori edilmiştir. Birinci bölümde Antalya ilinde ikametgah eden bireysel yatırımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu, mesleği sorularak demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmış ardından bireysel yatırımcıların gelir ve tasarruf bilgileri, tercih ettikleri finansal yatırım araçları, yatırım aracı belirlerken dikkat ettikleri faktörler, finans piyasalarındaki gelişmeleri ve finansal performanslarını hangi sıklıkla takip ettikleri ve portföy bilgilerinden yola çıkarak yatırımcıların finansal özellikleri belirlenmesi ve yatırımcı profilinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Anket çalışmasının ikinci bölümünde ise katılımcıların davranışsal finansa konu olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, mevcudiyet, pişmanlıktan kaçınma, belirsizlikten kaçınma, sürü davranışı, kayıptan kaçınma ve sosyo-ekonomik eğilimlerin hangi ölçüde taşıdıklarını belirlemek üzere söz konusu eğilimlere ait önermeler sunulmuş ve 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma da tesadüfi örneklem yönteminden yararlanılmıştır. Ankete katılım gösteren bireylerden tasarruf ve yatırım yapan 302 kişiden veri elde edilmiştir.

3.4 Araştırmanın Yöntemi

Anket verileri öncelikle tanımlayıcı ve betimleyici yöntemle yorumlanmış akabinde çok değişkenli istatistiksel analizlerden biri olan faktör analizi yapılarak önermelerin anlamlı bir şekilde bir araya getirilmesi hedeflenmiştir. Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Kolmogorow- Smirnov testi uygulanmıştır. Bu testin sonucuna göre kuşak, aşırı güven, mevcudiyet, pişmanlıktan kaçınma, sosyoekonomik değişkenleri için Asymp. Sig. (2-tailed) değeri, $P=,000<5$ olduğundan değişkenlerin normal dağılıma uymadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu yüzden parametrik olmayan (non-parametric) hipotez testlerinden Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Son olarak, bireysel yatırımcıların sahip oldukları bilişsel, duygusal ve sosyal eğilimlerinin yatırım kararları üzerinde etkili olduğu davranışsal finans perspektifinde değerlendirilmiştir.

3.5. Araştırma Hipotezleri

Çalışma da bireylerin yatırım tercihlerini etkileyen duygusal, bilişsel ve sosyal faktörler ile bireylerin kuşak farklılıklarının etkisinin olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

Hipotez 1

H0: Aşırı güven eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Aşırı güven eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2

H0: Mevcudiyet eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Mevcudiyet eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3

H0: Pişmanlıktan kaçınma eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Pişmanlıktan kaçınma eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 4

H0: Belirsizlikten kaçınma eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Belirsizlikten kaçınma eğilimi açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 5

H0: Sosyoekonomik eğilimler açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Sosyoekonomik eğilimler açısından kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.6. Araştırma Bulguları

3.6.1. Anket Güvenirlik Testi

Araştırmadaki anket sorularının ölçek güvenirliliği, Cronbach alfa katsayısı ile kontrol edilmiştir. Yapılan hesaplamalar sonucunda yatırımcıların duygusal, bilişsel ve

sosyal eğilimlerini ifade eden önermelerin Cronbach alfa katsayısı, 0.70 olarak bulunmuştur.

Cronbach alfa katsayısının 0.60-0.80 arasında olması ölçeğin güvenilir olduğuna işaret etmektedir (Kalaycı, :2005: 405).

3.6.2. Kolmogorov –Smirnov Tessti

Kolmogorov Smirnov testi sonucu tablo 3.1’de görülmektedir. Bu teste göre kuşak, aşırı güven, mevcudiyet, pişmanlıktan kaçınma, sosyoekonomik değişkenleri için Asymp. Sig. (2-tailed) değeri, $P=,000<5$ olduğundan değişkenlerin normal dağılıma uymadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.1 Kolmogorov –Smirnov Test Sonucu

		Kuşak	Aşırı Güven	Mevcudiyet	Pişmanlıktan Kaçınma	Belirsizlikten Kaçınma	Sosyoekonomik
N		302	302	302	302	302	302
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,4669	3,6203	3,4371	3,5762	3,4194	2,7947
	Std. Deviation	,85719	,78566	,71341	,82677	,95908	,97844
Most Extreme Differences	Absolute	,330	,129	,110	,150	,074	,093
	Positive	,330	,096	,094	,109	,072	,072
	Negative	-,223	-,129	-,110	-,150	-,074	-,093
Test Statistic		,330	,129	,110	,150	,074	,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

3.6.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Antalya ilinde ikametgâh eden katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve meslek grubu ilişkin bilgiler aşağıdaki gibidir:

Tablo 3.2 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımlarına İlişkin Tablo

Cinsiyet	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
Erkek	165	54,6
Kadın	137	45,4
Toplam	302	100,0

Tablo 3.2’de katılımcıların cinsiyet dağılımları belirtilmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların %54,6’sı (165 kişi) erkek bireylerden oluşmakta, %45,4’ü ise (137 kişi) kadın bireylerden oluşmaktadır.

Tablo 3.3 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Cinsiyet Dağılımına İlişkin Tablo

Kuşaklar	Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	Erkek	10	3,31
	Kadın	11	3,64
Y Kuşağı	Erkek	93	30,80
	Kadın	74	24,50
X Kuşağı	Erkek	35	11,59
	Kadın	35	11,59
Bebek Patlaması Kuşağı	Erkek	24	7,94
	Kadın	16	5,30
Geleneksel Kuşak	Erkek	3	0,99
	Kadın	1	0,33
Toplam		302	100,0

Tablo 3.3’te katılımcıların kuşaklar özelinde cinsiyet dağılımları görülmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren Z kuşağı üyesi katılımcıların oranı %6,95’tir. Bu değer %3,31’i (10 kişi) erkek bireylerden oluşmakta, %3,64’ü (11 kişi) ise kadın bireylerden oluşmaktadır. Y kuşağı üyesi katılımcıların oranı %55,30’dur. Bu değer %30,80’i (93 kişi) erkek bireylerden oluşmakta, %24,50’sinin (74 kişi) ise kadın bireylerden oluştuğu belirtilmiştir. X kuşağı üyesi katılımcıların oranı %23,18’dir. Bu değer %11,59’u (35 kişi) erkek bireylerden oluşmakta, %11,59’unun (35 kişi) ise kadın olduğu tespit edilmiştir. Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların oranı %13,24’tür. Bu değer %7,94’ü (24 kişi) erkek, %5,30’unun (16 kişi) kadın bireylerden oluştuğu görülmektedir. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların oranı ise %1,32’dir. Bu değer %0,99’un (3 kişi) erkek, %0,33’ün (1 kişi) kadın olduğu görülmektedir.

Tablo 3.4 Katılımcıların Medeni Durumlarına İlişkin Tablo

Medeni Durum	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
Evli	183	60,6
Bekâr	119	39,4

Toplam	302	100,0
--------	-----	-------

Tablo 3.4'te ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların medeni durumları belirtilmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların % 60,6'sı (183 kişi) evli iken %39,4'ü (119 kişi) bekârdır.

Tablo 3.5 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Medeni Durumlarına İlişkin Tablo

Kuşaklar	Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	Evli	1	0,33
	Bekâr	20	6,62
Y Kuşağı	Evli	83	27,48
	Bekâr	84	27,82
X Kuşağı	Evli	55	18,22
	Bekâr	15	4,96
Bebek Patlaması Kuşağı	Evli	40	13,24
	Bekâr	0	
Geleneksel Kuşak	Evli	4	1,32
	Bekâr	0	
Toplam		302	100,0

Tablo 3.5'te katılımcıların kuşaklar özelinde medeni durumları görülmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren Z kuşağı üyesi katılımcıların oranı %6,95'tir. Bu değer %0,33'u (1 kişi) evli, %6,62'si (20 kişi) ise bekârdır. Y kuşağı üyesi katılımcıların oranı %55,30'dur. Bu değer %27,48'inin (83 kişi) evli, %27,82'sinin (84 kişi) ise bekâr olduğu belirtilmiştir. X kuşağı üyesi katılımcıların oranı %23,18'dir. Bu değer %18,22'sinin (55 kişi) evli, % 4,96'sının (15 kişi) ise bekâr olduğu tespit edilmiştir. Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların oranı %13,24'tür. Bu değer tamamı (40 kişi) evlidir. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların oranı % 1,32'dir. Bu değer tamamının (4 kişi) evli olduğu görülmektedir.

Tablo 3.6 Katılımcıların Yaş Dağılımına İlişkin Tablo

Kuşaklar	Yaş Dağılımı	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	19 ve altı	21	6,95

Y Kuşağı	20-39	167	55,30
X Kuşağı	40-54	70	23,18
Bebek Patlaması Kuşağı	55-74	40	13,25
Geleneksel Kuşak	75-95	4	1,32
Toplam		302	100,0

Tablo 3.6’da ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların yaşları belirtilmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren 21 kişinin Z kuşağı üyesi, 167 kişinin Y kuşağı üyesi, 70 kişinin X kuşağı üyesi, 40 kişinin Bebek patlaması kuşağı ve 4 kişinin de Geleneksel kuşak üyesi olduğu görülmektedir.

Tablo 3.7 Katılımcıların Eğitim Durumlarına İlişkin Tablo

Eğitim Durumu	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
Okur Yazar	4	1,3
İlk-Orta	25	8,3
Lise	73	24,2
Ön lisans- Lisans	172	57,0
Lisansüstü	28	9,3
Toplam	302	100,0

Tablo 3.7’de katılımcıların eğitim durumları görülmektedir. Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların %1,3’ü (4 kişi) okuryazar, % 8,3’ü (25 kişi) ilk-ortaokul mezunu, % 24,2’si (73 kişi) lise mezunu, %57’si (172 kişi) ön lisans-lisans mezunu ve %9,3’ü (28 kişi) lisansüstü mezunudur. Buna göre, ankete katılım gösteren bireylerin ağırlıklı olarak üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımına İlişkin Tablo

Kuşaklar	Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	Okur-yazar	-	
	İlk-Orta	-	
	Lise	7	2,31
	Ön lisans-Lisans	14	4,64
	Lisansüstü	-	
Y Kuşağı	Okur-yazar	-	

	İlk-Orta	4	1,32
	Lise	30	9,94
	Ön lisans-Lisans	116	38,42
	Lisansüstü	17	5,62
X Kuşağı	Okur-yazar	-	
	İlk-Orta	8	2,64
	Lise	25	8,28
	Ön lisans-Lisans	28	9,28
	Lisansüstü	9	2,98
Bebek Patlaması Kuşağı	Okur-yazar	3	0,99
	İlk-Orta	12	3,97
	Lise	11	3,64
	Ön lisans-Lisans	12	3,97
	Lisansüstü	2	0,66
Geleneksel Kuşak	Okur-yazar	1	0,33
	İlk-Orta	1	0,33
	Lise	-	
	Ön lisans-Lisans	2	0,66
	Lisansüstü	-	
Toplam		302	100

Tablo 3.8’de katılımcıların kuşaklar özelinde eğitim durumları görülmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren Z kuşağı üyesi katılımcıların oranı %6,95’tir. Bu değer %2,31’i (7 kişi) lise, %4,64’ünün (14 kişi) ise ön lisans-lisans eğitim seviyesini işaretledikleri görülmektedir. Y kuşağı üyesi katılımcıların oranı %55,30’dur. Bu değer %1,32’si (4 kişi) ilk-orta, %9,94’ü (30 kişi) lise, %38,42’si (116 kişi) ön lisans-lisans ve %5,62’si (17 kişi) lisansüstü eğitim seviyesini işaretledikleri belirtilmiştir. X kuşağı üyesi katılımcıların oranı %23,18’dır. Bu değer %2,64’ü (8 kişi) ilk-orta, %8,28’i (25 kişi) lise, %9,28’i (28 kişi) ön lisans-lisans ve %2,98’i (9 kişi) lisansüstü mezunudur. Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların oranı %13,24’tür. Bu değer %0,99’u (3 kişi) okur-yazar, %3,97’si (12 kişi) ilk-orta, %3,64’ü (11 kişi) lise, %3,97’si (12 kişi) ön lisans-lisans ve %0,66’sı (2 kişi) lisansüstü mezunudur. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların

oranı %1,32'dir. Bu değerin %0,33'u (1 kişi) okur-yazar, %0,33'u ilk-orta ve %0,66'sı ön lisans-lisans mezunudur.

Tablo 3.9 Katılımcıların Meslek Grubuna İlişkin Tablo

Meslek Grubu	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
Kamu Çalışanı	147	48,7
Özel Sektör Çalışanı	80	26,5
Ev Hanımı	13	4,3
Öğrenci	29	9,6
Diğer	33	10,9
Total	302	100,0

Tablo 3.9'da katılımcıların meslek grupları belirtilmektedir. Buna göre, ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların büyük çoğunluğunun %48,7 oranıyla (147 kişi) kamu çalışanı olduğu görülmektedir. Özel sektör çalışanlarının oranı, %26,5 (80 kişi), ev hanımlarının oranı %4,3 (13 kişi), öğrencilerin oranı %9,6 (29 kişi) ve diğer meslek gruplarının (33 kişi) oranı ise %10,9'dur.

Tablo 3.10 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Meslek Grubu Dağılımlarına İlişkin Tablo

Kuşaklar	Meslek Durumu	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	Kamu Çalışanı	1	0,33
	Özel Sektör Çalışanı	-	
	Ev Hanımı	-	
	Öğrenci	20	6,62
	Diğer	-	
Y Kuşağı	Kamu Çalışanı	90	29,80
	Özel Sektör Çalışanı	54	17,88
	Ev Hanımı	3	0,99
	Öğrenci	9	2,98
	Diğer	11	3,64
X Kuşağı	Kamu Çalışanı	47	15,56
	Özel Sektör Çalışanı	18	5,96
	Ev Hanımı	4	1,32
	Öğrenci	-	

	Diğer	1	0,33
Bebek Patlaması Kuşağı	Kamu Çalışanı	9	2,98
	Özel Sektör Çalışanı	8	2,64
	Ev Hanımı	5	1,65
	Öğrenci	-	
	Diğer	18	5,96
Geleneksel Kuşak	Kamu Çalışanı	-	
	Özel Sektör Çalışanı	-	
	Ev Hanımı	1	0,33
	Öğrenci	-	
	Diğer	3	0,99
Toplam		302	100,0

Tablo 3.10’da ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların meslek gruplarına dair bilgiler sunulmuştur. Buna göre, Z kuşağı üyesi katılımcıların oranı %6,95’tir. Bu değer %0,33’ü (1 kişi) kamu çalışanı, %6,62’sinin (20 kişi) ise öğrenci oldukları görülmektedir. Y kuşağı üyesi katılımcıların oranı %55,30’dur. Bu değer %29,80’i (90 kişi) kamu çalışanı, %17,88’i (54 kişi) özel sektör çalışanı, %0,99’u (3 kişi) ev hanımı, %2,98’inin (9 kişi) öğrenci olduğu ve %3,64’unun (11 kişi) diğer seçeneğini işaretlediği görülmektedir. X kuşağı üyesi katılımcıların oranı %23,18’dir. Bu değer %15,56’sı (47 kişi) kamu çalışanı, % 5,96’sı (18 kişi) özel sektör çalışanı, %1,32’sinin (4 kişi) ev hanımı olduğu ve %0,33’ün (1 kişi) diğer seçeneğini işaretlediği görülmektedir. Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların oranı %13,23’tür. Bu değer %2,98’i (9 kişi) kamu çalışanı, %2,64’ü (8 kişi) özel sektör çalışanı, %1,65’inin (5 kişi) ev hanımı olduğu ve %5,96’sının (18 kişi) diğer seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların oranı %1,32’dir. Bu değer %0,33’unun (1 kişi) ev hanımı olduğu ve %0,99’unun diğer seçeneğini işaretlediği görülmektedir.

3.6.4. Katılımcıların Finansal Özellikleri

Antalya ilinde ikametgâh eden katılımcıların tercih ettikleri finansal yatırım araçları, gelir ve tasarruf bilgileri, yatırım aracı belirlerken dikkat ettikleri faktörler, finans piyasalarındaki gelişmeleri hangi sıklıkla takip ettikleri ve portföy bilgilerine ilişkin bilgiler aşağıdaki gibidir:

Tablo 3.11 Katılımcıların Aylık Gelir Dağılımına İlişkin Tablo

Aylık Gelir	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
1-1000	30	9,9
1001-2000	10	3,3
2001-4000	92	30,5
4001-6000	96	31,8
6001 ve üzeri	74	24,5
Toplam	302	100,0

Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların aylık gelir bilgileri tablo 3.11’de verilmiştir. Aylık geliri 1-1000 TL arasında olan bireylerin oranı %9,9 (30 kişi) iken aylık geliri 1001-2000 TL olan bireylerin oranı %3,3 (10 kişi) olduğu görülmektedir. 2001-4000 TL gelire sahip olan bireylerin oranı %30,5 (92 kişi) iken 4001-6000 TL geliri olan bireylerin oranı %31,8 (96 kişi) olarak dikkat çekmektedir. Son olarak 6001 ve üzeri gelire sahip olanların oranının %24,5 (74 kişi) olduğu ilgili veriler doğrultusunda söylenebilmektedir.

Tablo 3.12 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Gelir Durumu Dağılımlarına İlişkin Tablo

Kuşaklar	Gelir Durumu	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	1-1000	16	5,30
	1001-2000	4	1,32
	2001-4000	1	0,33
	4001-6000	-	-
	6001 ve üzeri	-	-
Y Kuşağı	1-1000	7	2,31
	1001-2000	4	1,32
	2001-4000	55	18,22
	4001-6000	59	19,54
	6001 ve üzeri	42	13,90
X Kuşağı	1-1000	2	0,66
	1001-2000	2	0,66
	2001-4000	15	4,96
	4001-6000	24	7,94
	6001 ve üzeri	27	8,94

Bebek Patlaması Kuşağı	1-1000	4	1,32
	1001-2000	-	-
	2001-4000	18	5,96
	4001-6000	13	4,30
	6001 ve üzeri	5	1,65
Geleneksel Kuşak	1-1000	1	0,33
	1001-2000	-	-
	2001-4000	3	0,99
	4001-6000	-	-
	6001 ve üzeri	-	-
Toplam		302	100,0

Tablo 3.12’de ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların kuşaklar özelinde gelir dağılımlarına ilişkin bilgiler belirtilmiştir. Z kuşağı üyesi katılımcıların oranı %6,95’tir. Bu değer %5,30’u aylık geliri 1-1000 TL arasında olan bireyleri (16 kişi), % 1,32’si aylık geliri 1001-2000 TL olan bireyleri (4 kişi), %0,33’u aylık geliri 2001-4000 TL olan bireyleri (1 kişi) yansıtmaktadır. Y kuşağı üyesi katılımcıların oranı %55,30’dur. Bu değer %2,31’i aylık geliri 1-1000 TL arasında olan bireyleri (7 kişi), %1,32’si aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan bireyleri (4 kişi), %18,22’si aylık geliri 2001-4000 TL arasında olan bireyleri (55 kişi), %19,54’ü aylık geliri 4001-6000 TL arasında olan bireyleri (59 kişi) ve %13,90’ı aylık geliri 6001 ve üzeri olan bireyleri (42 kişi) yansıtmaktadır. X kuşağı üyesi katılımcıların oranı %23,18’dir. Bu değer %0,66’sı aylık geliri 1-1000 TL arasında olan bireyleri (2 kişi), %0,66’sı aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan bireyleri (2 kişi), %4,96’sı aylık geliri 2001-4000 TL arasında olan bireyleri (15 kişi), %7,94’ü aylık geliri 4001-6000 TL arasında olan bireyleri (24 kişi), %8,94’ü aylık geliri 6001 ve üzeri olan bireyleri (27 kişi) yansıtmaktadır. Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların oranı %13,24’dür. Bu değer %1,32’si aylık geliri 1-1000 TL arasında olan bireyleri (4 kişi), %5,96’sı aylık geliri 2001-4000 TL arasında olan bireyleri (18 kişi), %4,30’u aylık geliri 4001-6000 TL arasında olan bireyleri (13 kişi), %1,65’i aylık geliri 6001 ve üzeri olan bireyleri (5 kişi) yansıtmaktadır. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların oranı %1,32’dir. Bu değer %0,33’ü aylık geliri 1-1000 TL arasında olan bireyleri (1 kişi), %0,99’u 2001-4000 TL arasında olan bireyleri (3 kişi) yansıtmaktadır.

Tablo 3.13 Katılımcıların Finansal Yatırımlar İçin Ayırdıkları Tutarlara İlişkin Tablo

Finansal Yatırım İçin Ayrılan Tutar	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
% 5'e kadar	162	53,6
%5-10	83	27,5
%10 ve üzeri	57	18,5
Toplam	302	100,0

Tablo 3.13'te bireysel yatırımcıların yatırımlar için ayırdıkları tutarların dağılımları görülmektedir. Bütçelerinden %5 ve altı oranında tutar ayıranların oranı %53,6 (162 kişi) olarak görülmektedir. Bütçelerinin %5 ve % 10 aralığında tutar ayıranların oranı %27,5 (83 kişi) ve %10 ve üzeri (56 kişi) tutar ayıranların oranı ise %18,5'tir.

Tablo 3.14 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Yatırımlar İçin Ayırdıkları Tutarlara İlişkin Tablo

Kuşaklar	Finansal Yatırım İçin Ayrılan Tutar	Frekans	Yüzde
Z Kuşağı	% 5'e kadar	15	4,96
	%5-10	5	1,65
	%10 ve üzeri	1	0,33
Y Kuşağı	% 5'e kadar	85	28,15
	%5-10	44	14,56
	%10 ve üzeri	38	12,59
X Kuşağı	% 5'e kadar	36	11,94
	%5-10	21	6,95
	%10 ve üzeri	13	4,3
Bebek Patlaması Kuşağı	% 5'e kadar	23	7,61
	%5-10	12	3,97
	%10 ve üzeri	5	1,65
Geleneksel Kuşak	% 5'e kadar	3	0,99
	%5-10	1	0,33
	%10 ve üzeri	-	-
Toplam		302	100,0

Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların kuşaklar özelinde finansal yatırımlar için ayırdıkları tutarlara dair bilgiler tablo 3.14'te verilmiştir. Z kuşağı üyesi katılımcıların oranı %6,95'tir. Buna göre, Z kuşağı üyesi katılımcıların finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar % 5'e kadar olan bireylerin oranları %4,96 (15 kişi) iken, finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %5-10 arasında olan bireylerin oranı %1,65 (5 kişi) ve finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %10 ve üzeri olan bireylerin oranı ise %0,33'dir. Y kuşağı üyesi katılımcıların oranı %55,30'dur. Buna göre, Y kuşağı üyesi katılımcıların finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar % 5'e kadar olan bireylerin oranları %28,15 (85 kişi) iken, finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %5-10 arasında olan bireylerin oranı %14,56 (44 kişi) ve finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %10 ve üzeri olan bireylerin oranı ise %12,59'dur. X kuşağı üyesi katılımcıların oranı %23,18'dir. Buna göre, X kuşağı üyesi katılımcıların finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar % 5'e kadar olan bireylerin oranları %11,94 (36 kişi) iken, finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %5-10 arasında olan bireylerin oranı %6,95 (21 kişi) ve finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %10 ve üzeri olan bireylerin oranı ise %4,30'dur. Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların oranı %13,24'dür. Buna göre, Bebek patlaması kuşağı üyesi katılımcıların finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar % 5'e kadar olan bireylerin oranları %7,61 (23 kişi) iken, finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %5-10 arasında olan bireylerin oranı %3,97 (12 kişi) ve finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %10 ve üzeri olan bireylerin oranı ise %1,65'dir. Geleneksel kuşak üyelerinden finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar % 5'e kadar olan bireylerin oranları %0,99 (3 kişi) iken, finansal yatırımlar için bütçelerinden ayırdıkları tutar %5-10 arasında olan bireylerin oranı %0,33'dur.

Tablo 3.15 Katılımcıların Yatırım Araçları Tercihlerine İlişkin Tablo

Yatırım Araçları	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
TL Banka Mevduatı	175	27,30
Döviz Banka Mevduatı	75	11,70
Hisse Senedi	52	8,11
Tahvil	6	0,94
Bono	-	-
Yatırım Fonları	26	4,05

Altın	156	24,33
Repo	10	1,56
Sukuk	1	0,15
Faizsiz Katılım Fonları	4	0,63
Yastık Altı	55	8,59
Diğer	81	12,64
Toplam	641*	100,0

*Anket formunda yer alan bu soruya birden fazla seçilme imkânı verilmiştir.

Tablo 3.15'te ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların hangi finansal araçlarına yatırım yaptıklarına dair bilgiler sunulmuştur. Katılımcıların en çok tercih ettikleri yatırım araçları sırasıyla, yerli para mevduatı ve altındır. Ardından, diğer yatırım araçlarına yatırım yapan katılımcılar %12,64 oranıyla (81 kişi) dikkat çekmektedir. Ayrıca yabancı para mevduatı (75 kişi) ve hisse senedi yatırımı da (52 kişi) tercih edilen yatırım araçları arasında yer almaktadır. Ek olarak, bireysel yatırımcılar tarafından tasarrufların finansal sistem dışında tutulmasıyla yapılan yastık altı yatırımı oranı %8,59 (55 kişi) dikkat çekmektedir. Bono, sukuk, faizsiz katılım fonları ve tahvil katılımcıların en az rağbet gösterdiği yatırım araçları olmuştur.

Tablo 3.16 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Yatırım Araçları Tercihlerine İlişkin Tablo

Yatırım Araçları	Z Kuşağı (Frekans)	Y Kuşağı (Frekans)	X Kuşağı (Frekans)	Bebek Patlaması Kuşağı (Frekans)	Geleneksel Kuşak (Frekans)
TL Banka Mevduatı	11	89	47	24	4
Döviz Banka Mevduatı	2	42	19	11	1
Hisse Senedi	5	35	9	2	1
Tahvil	-	1	3	-	2
Bono	-	-	-	-	-

Yatırım Fonları	-	14	8	3	1
Altın	5	94	34	21	2
Repo	-	1	3	6	-
Sukuk	-	1	-	-	-
Faizsiz Katılım Fonları	-	2	1	1	-
Yastık Altı	9	29	6	11	-
Diğer	8	54	13	6	-
Toplam	40	362	143	85	11

Tablo 3.16’da ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların kuşaklar özelinde portföylerinde hangi finansal araçları bulundurdıklarına dair bilgiler verilmiştir. Tabloya göre, Z kuşağı katılımcılar çoğunlukla yerli para mevduatı bulundurmaktadır. Y kuşağı katılımcılar göz önünde bulundurulduğunda, bu kuşak üyelerinin en çok tercih ettikleri yatırım araçları sırasıyla; altın, yerli para mevduatı, diğer seçeneği ve hisse senedidir. Hisse senedinin diğer tercih edilen yatırım araçlarına nazaran riskli olması, Y kuşağı katılımcıların risk iştahının yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir. X kuşağı katılımcıların portföylerine bakıldığında ise, en fazla yerli para mevduatı, altın ve yabancı para mevduatı tercih ettikleri görülmektedir. Bebek patlaması kuşağı katılımcıların portföylerinde çoğunlukla yerli para mevduatı ve altın mevcuttur. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların ise en fazla tercih ettiği yatırım aracı olarak yerli para mevduatı görülmektedir. X, Bebek patlaması ve Geleneksel kuşak katılımcıların portföylerinde özellikle yerli para mevduatı ve altın bulundurmalarının sebebi riskten kaçınma davranışı olabilir. Z kuşağı katılımcıların portföylerinde fazla çeşitlilik olmamasının nedeni ise yaşlarından dolayı gelir seviyelerinin daha düşük olmasıyla açıklanabilir.

Tablo 3.17 Katılımcıların Yatırım Aracı Belirlerken Dikkat Ettikleri Faktörlere İlişkin Tablo

Dikkat Edilen Faktörler	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
Kazanç Oranı	171	36,70
Risk Derecesi	146	31,33
Yatırımın Süresi	57	12,23
Yatırımın Likiditesi	73	15,67
Diğer	19	4,07

Toplam	466*	100,0
--------	------	-------

*Anket formunda yer alan bu soruya birden fazla seçilme imkânı verilmiştir

Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların yatırım aracı belirlerken dikkat ettikleri faktörlere ilişkin verdikleri yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda; kazanç oranı %36,70 (171 kişi) ve risk derecesi %31,33 (146 kişi) etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 3.18 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Yatırım Aracı Belirlerken Dikkat Ettiği Faktörlere İlişkin Tablo

Dikkat Edilen Faktörler	Z Kuşağı (Frekans)	Y Kuşağı (Frekans)	X Kuşağı (Frekans)	Bebek Patlaması Kuşağı (Frekans)	Geleneksel Kuşak (Frekans)
Kazanç Oranı	11	107	36	16	1
Risk Derecesi	11	76	35	20	4
Yatırımın Süresi	-	30	12	14	1
Yatırımın Likiditesi	6	30	19	16	2
Diğer	-	11	4	4	-
Toplam	28	254	106	70	8

Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların kuşaklar özelinde yatırım aracı belirlerken dikkat ettikleri faktörlere ilişkin bilgiler tablo 3.18’de verilmiştir. Buna göre tüm kuşakların yatırım aracı belirlerken kazanç oranına ve risk derecesine dikkat ettikleri açıkça görülmektedir. Ayrıca Bebek patlaması kuşağı katılımcıların diğer kuşak üyeleri katılımcılarına nazaran yatırımın süresini dikkate aldığı söylenebilir.

Tablo 3.19 Katılımcıların Portföylerindeki Yatırım Aracı Sayısına İlişkin Tablo

Portföydeki Yatırım Aracı	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
1	78	25,8
2	131	43,4
3	68	22,5
4	12	4,0

5 ve üzeri	13	4,3
Toplam	302	100,0

Tablo 3.19’da bireysel yatırımcıların portföylerindeki yatırım aracı sayısı verilmiştir. Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların %25,8’i (78 kişi) tek bir tane yatırım aracına sahipken, % 43,4’ünün (131 kişi) portföyündeki yatırım aracı sayısı 2’dir. Portföyünde 3 adet yatırım aracı bulunduranların oranı ise % 22,5’tir. Portföyünde 4 adet yatırım aracı bulunduranların oranı %4,0 (12 kişi) iken 5 ve üzeri yatırım aracına sahip olanların oranı %4,3’tür.

Tablo 3.20 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Portföylerindeki Yatırım Aracı Sayısına İlişkin Tablo

Portföydeki Yatırım Aracı Sayısı	Ortalama
Z Kuşağı	1,809
Y Kuşağı	2,305
X Kuşağı	2,042
Bebek Patlaması Kuşağı	2,050
Geleneksel Kuşak	2,250

Tablo 3.20 incelendiğinde; Y, X, Bebek patlaması ve Geleneksel kuşak üyelerinin ortalama minimum iki yatırım aracını tercih ettikleri görülmektedir. Buna göre bu kuşakların portföy oluşturulurken çeşitlendirmeye gittikleri söylenebilir.

Tablo 3.21 Katılımcıların Finansal Yatırım Araçlarına Yatırım Yapma Sürelerine İlişkin Tablo

Yatırım Yapma Süresi	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
0-1	61	20,2
2-5	113	37,4
6-10	54	17,9
11-20	48	15,9
21 ve üzeri	26	8,6
Toplam	302	100,0

Tablo 3.21’de bireysel yatırımcıların finansal yatırım araçlarına yatırım yapma sürelerine ilişkin sonuçları göstermektedir. Tabloda görüldüğü üzere, 0-1 yıldır yatırım

yapan bireylerin oranı %20,2'dir. 2-5 yıl aralığında yatırım yapan bireylerin oranı 37,4 iken 6-10 yıl aralığında yatırım yapan bireylerin oranı ise %17,9'dur. 11-20 yıl aralığında yatırım yapan bireylerin oranı %15,9 ve 21 ve üzeri yıldır yatırım yapan bireylerin oranı ise %8,6 olarak görülmektedir.

Tablo 3.22 Katılımcıların Finans Piyasalarındaki Gelişmeleri İzleme Sıklığına İlişkin Tablo

Finans Piyasalarındaki Gelişmeleri İzleme Sıklığı	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
İzlemiyorum	57	18,9
Her gün	117	38,7
Haftalık	60	19,9
Aylık	64	21,2
Yıllık	4	1,3
Toplam	302	100,0

Tablo 3.22'de ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların finans piyasalarındaki gelişmeleri izleme sıklıkları verilmiştir. Ankette yer alan bu soruya “İzlemiyorum ” yanıtı verenlerin oranı %18,9'dur. “Her gün” yanıtını verenlerin oranı %38,7'dir. “Haftalık” yanıtını verenlerin oranı ise %19,9 iken “yıllık” yanıtını verenlerin oranı %1,3'tür.

Tablo3.23 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finans Piyasalarındaki Gelişmeleri İzleme Sıklığına İlişkin Tablo

Finans Piyasalarındaki Gelişmeleri İzleme Sıklığı	Ortalama
Z Kuşağı	1,904
Y Kuşağı	2,413
X Kuşağı	2,571
Bebek Patlaması Kuşağı	2,750
Geleneksel Kuşak	3,500

Kuşakların finans piyasalarındaki gelişmeleri izleme sıklığına ilişkin bilgiler tablo 3.23'te sunulmuştur. Tabloya göre, Z kuşağı katılımcıların finans piyasalarındaki gelişmeleri izleme sıklığı ortalama olarak izlemiyorum ve her gün seçenekleri

arasındayken Y, X ve Bebek patlaması kuşağı katılımcıların finans piyasalarındaki gelişmeleri izleme sıklığı her gün ve haftalık seçenekleri arasında olduğu görülmektedir. Son olarak, Geleneksel kuşak katılımcıların finans piyasalarındaki gelişmeleri izleme sıklığı aylık ve yıllık seçenekleri arasında olduğu söylenir.

Tablo 3.24 Katılımcıların Finansal Performanslarını (kar/zarar) Durumunu Takip Etme Sıklığına İlişkin Tablo

Finansal Performansların İzlenme Sıklığı	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
İzlemiyorum	43	14,2
Her gün	111	36,8
Haftalık	63	20,9
Aylık	78	25,8
Yıllık	6	2,0
Toplam	302	100,0

Tablo 3.24’de ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların finansal performanslarını takip etme sıklıklarına ilişkin sonuçlar belirtilmektedir. Tabloya göre, kar/zarar durumunu “izlemiyorum” yanıtını verenlerin oranı %14,2 iken “her gün” yanıtını verenlerin oranı %36,8’dir. Aynı şekilde “haftalık” yanıtını verenlerin oranı %20,9 olarak görülürken “aylık” yanıtını verenlerin oranı %25,8’dir. Son olarak da “yıllık” yanıtını verenlerin oranı %2,0’dır.

Tablo 3.25 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Performanslarını (kar/zarar) Durumunu Takip Etme Sıklığına İlişkin Tablo

Finans Performansların İzlenme Sıklığı	Ortalama
Z Kuşağı	2,619
Y Kuşağı	2,520
X Kuşağı	2,671
Bebek Patlaması Kuşağı	3,525
Geleneksel Kuşak	3,500

Ankete katılım gösteren bireysel yatırımcılara, finansal performanslarını (kar/zarar) durumunu takip etme sıklığı sorulduğunda alınan cevaplar tablo 3.25'te gösterilmiştir. Tabloya göre, Z, Y ve X kuşağı katılımcılarının finansal performanslarını (kar/zarar) durumunu takip etme sıklığı ortalama her gün ve haftalık seçenekleri arasındayken Bebek patlaması kuşağı ve Geleneksel kuşak katılımcılarının finansal performanslarını (kar/zarar) durumunu takip etme sıklığı ortalama haftalık ve aylık seçenekleri arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 3.26 Katılımcıların Finansal Ürünleri Elde Tutma Süresine İlişkin Tablo

Finansal Ürünleri Elde Tutma Süresi	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
1 hafta	23	7,6
1 ay	70	23,2
1 yıl	108	35,8
2-5 yıl	55	18,2
6 ve üzeri	46	15,2
Toplam	302	100,0

Tablo 3.26 incelendiğinde, 1 yıl süreyle finansal ürünleri elde tutan katılımcıların oranı %35,8 ile en yüksek seçenek olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 23,2 oranıyla 1 ay süreyle finansal ürünleri elde tuttıkları görülmekte iken %35,8 oranıyla 1 yıl süreyle finansal ürünleri elde tuttıkları ifade edilmektedir. Finansal ürünleri 2-5 yıl aralığında elde tutanların oranı %18,2 ve finansal ürünleri 6 yıl ve üzerinde süreyle elde tutanların oranı %15,2 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.27 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Ürünleri Elde Tutma Süresine İlişkin Tablo

Finans Ürünleri Elde Tutma Süresi	Ortalama
Z Kuşağı	2,571
Y Kuşağı	2,874
X Kuşağı	3,471
Bebek Patlaması Kuşağı	3,500
Geleneksel Kuşak	5,000

Tablo 3.27’de ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların finansal ürünleri elde tutma sürelerine ilişkin bilgiler sunulmuştur. Buna göre, Z ve Y kuşağı katılımcıların finansal ürünleri elde tutma süresi ortalama 1 ay ve 1 yıl seçenekleri arasındayken X ve Bebek patlaması kuşağı katılımcıların finansal ürünleri elde tutma süresi ortalama 1 yıl ve 2-5 yıl seçenekleri arasındadır. Son olarak, Geleneksel kuşak katılımcıların finansal ürünleri elde tutma süresi ortalama 6 yıl ve üzeridir. Bu durum, eski kuşak üyelerinin yeni kuşak üyelerine nazaran daha muhafazakâr olmalarıyla açıklanabilir.

Tablo 3.28 Katılımcıların Portföylerini Oluştururken Bilgi Kaynakları Seçimlerine İlişkin Tablo

Bilgi Kaynakları	Frekans (Frequency)	Yüzde (Percent)
Kendi Değerlendirmelerim	119	22,41
Gazete- Televizyon	85	16,00
İnternet	167	31,45
Sosyal Çevre	65	12,25
Aracı Kurumlar	82	15,45
Diğer	13	2,44
Toplam	531*	100

*Anket formunda yer alan bu soruya birden fazla seçilme imkânı verilmiştir.

Tablo 3.28’de bakıldığında; ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların portföylerini oluştururken veya takip ederken kullandıkları bilgi kaynakları açısından en sık kullandıkları bilgi kaynağının internet olduğu görülmektedir. İkinci olarak ise, bireysel yatırımcıların kendi değerlendirmeleri doğrultusunda hareket ettikleri görülmektedir.

Tablo 3.29 Kuşaklar Özelinde Katılımcıların Finansal Portföylerini Oluştururken Bilgi Kaynakları Seçimlerine İlişkin Tablo

Bilgi Kaynakları	Z Kuşağı (Frekans)	Y Kuşağı (Frekans)	X Kuşağı (Frekans)	Bebek Patlaması Kuşağı (Frekans)	Geleneksel Kuşak (Frekans)
Kendi Değerlendirmelerim	8	60	33	17	1
Gazete- Televizyon	2	43	23	15	2
İnternet	17	119	20	11	-
Sosyal Çevre	10	37	14	4	-
Aracı Kurumlar	11	29	20	18	4

Diğer	-	5	5	2	1
-------	---	---	---	---	---

Tablo 3.29’da kuşakların portföylerini oluştururken yararlandıkları kaynaklarına ait bilgiler verilmiştir. Tabloya göre Z ve Y kuşağı katılımcılar, finansal portföylerini oluştururken öncelikle internetten yararlanmaktadır. Bu durum, Z ve Y kuşağı üyelerinin teknoloji ile çerçevelenmiş bir dünyada doğmalarından kaynaklanabilir. X kuşağı katılımcıların ise finansal portföylerini oluştururken sırasıyla, kendi değerlendirmeleri, gazete-televizyon, internet ve aracı kurumdan yararlandıkları görülmektedir. Kuran (2020: 83) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, X kuşağı üyelerinin renkli televizyon ve cep telefonunun yaygınlaştığı dönemde yetiştikleri belirtilmiştir. Bu durum X kuşağı üyelerinin neden internetten daha çok gazete- televizyondan kaynakları tercih ettiklerini açıklamada yardımcı olabilir.

Bebek patlaması kuşağı katılımcıların finansal portföylerini oluştururken öncelikle aracı kurumları tercih ettikleri ardından kendi değerlendirmelerini, gazete-televizyon ve internet bilgi kaynaklarını kullandıkları görülmektedir. Bebek patlaması kuşağı katılımcıların öncelikle aracı kurumları tercih etmeleri, internete alışkın olmamaları ve yeni kuşaklara göre internetten uzak kalmaları nedeniyle aracı kurumları daha güvenilir görmeleri ile açıklanabilir.

3.6.5. Faktör Analizi

3.6.5.1. KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) ve Barlett Küresellik Testi

Tablo 3.30 KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) ve Barlett Küresellik Testine İlişkin Tablo

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,701
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1179,802
	df	253
	Sig.	,000

Tablo 3.30’da KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) testi sonucu görülmektedir. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi faktör analizinin uygunluğunu ölçmeye yarayan bir testtir. KMO testi $0,701 > 0,50$ olduğundan dolayı faktör analizi yapılması uygundur. Ayrıca tabloda görüldüğü üzere, Barlett testi de anlamlıdır. Yani, değişkenler arasında yüksek korelasyon vardır. Özetle, veri seti faktör analizine uygundur.

Faktör sayısının belirlenmesi noktasında aşağıdaki tabloda görüleceği üzere özdeğer istatistiği (eigenvalues) 1’den büyük olan 5 faktör mevcuttur.

3.6.5.2. Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısını ve Açıklanan Varyans Yüzdesine İlişkin Tablo

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loading
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,524	18,027	18,027	2,524	18,027	18,027	1,993
2	2,069	14,781	32,809	2,069	14,781	32,809	1,873
3	1,299	9,276	42,085	1,299	9,276	42,085	1,805
4	1,190	8,502	50,587	1,190	8,502	50,587	1,898
5	1,121	8,004	58,591	1,121	8,004	58,591	1,379
6	,944	6,743	65,334				
7	,844	6,028	71,363				
8	,732	5,228	76,591				
9	,680	4,855	81,445				
10	,616	4,397	85,843				
11	,596	4,256	90,098				
12	,501	3,577	93,675				
13	,482	3,439	97,115				
14	,404	2,885	100,000				

3.6.5.3. Faktör Analizi Sonuçlarının Raporlanması

Özdeğer istatistiğine bağlı faktör sayısını belirleme noktasında farklı yaklaşımlar söz konusudur ve bu çalışmada özdeğer istatistiği (eigenvalue) 1’den büyük olan faktörler anlamlı olarak değerlendirilmiştir. Tablo 3.31’de görüldüğü üzere özdeğer istatistiği (eigenvalue) 1’den büyük olan 5 faktör söz konusudur. Birinci faktör toplam varyansın % 18,027’sini açıklamaktadır. Birinci ve ikinci faktörler birlikte toplam varyansın % 32,809’unu açıklamaktadır. Beş faktör ise toplam varyansın %58,591’ini açıklamaktadır.

Tablo 3.31 Faktörler ve Faktör İtemlerine İlişkin Tablo

Faktör 1: Aşırı Güven Eğilimi	Finansal yatırımlarımda aldığım kararlara ilişkin kendime güvenim yüksektir. (.840)
-------------------------------	---

	Finansal yatırımlarımdan elde ettiğim getiriler her zaman piyasaya göre ortalama getirilerin üzerindedir. (.829)
	Yatırım araçlarına ilişkin az sayıda yatırımcının ulaşabildiği bilgiler finansal yatırımlarımda bana kesinlikle avantaj sağlar. (.454)
Faktör 2: Mevcudiyet Eğilimi	Yatırım yapmış olduğum bir finansal yatırım aracı geçmişte kazandırmış olmasına rağmen mevcut dönemde zarar ettirse de gelecek dönemde tekrar kazandıracağını düşünüyorum. (.602)
	Bir yatırım aracı belli bir periyotta kar/zarar ederse bir süre sonra bu karı/zararı tekrar edecektir. (.720)
	Herhangi bir yatırım aracı belli bir dönem art arda kazandırıyorsa yakın zamanda kaybettirir, belli bir dönem art arda kaybettiriyorsa yakın zamanda kazandırır. (.741)
Faktör 3: Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	Bir finansal yatırım aracının değeri maliyetinin üzerine çıktığında elden çıkarırım. (.726)
	Nakit ihtiyacı olduğu durumda maliyetleri aynı olan iki yatırım aracından %15 kaybettiren A yatırım aracı yerine %15 kazandıran B yatırım aracını elden çıkarırım. (.698)
Faktör 4: Belirsizlikten Kaçınma Eğilimi	Getirisi ve riski düşük olan yatırım araçlarını getirisi ve riski yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim. (.628)
	Büyük ölçekli bankaları yüksek faiz verse bile küçük ölçekli bankalara tercih ederim. (.790)
	Getirisi düşük olsa bile yerli yatırım araçlarını yabancı yatırım araçlarına tercih ederim. (.807)
Faktör 5: Sosyo Ekonomik Eğilimler	Yatırım kararlarım üzerinde dini inançların etkili olduğunu düşünüyorum. (.676)
	Yatırım kararlarım üzerinde siyasi görüşlerin etkili olduğunu düşünüyorum. (.816)
	Yatırım kararlarım üzerinde yakın çevremın etkili olduğunu düşünüyorum. (.633)

3.6.5.4. Bireysel Yatırımcıları Rasyonellikten Uzaklaştıran Eğilimlere İlişkin Bulgular

Antalya ilinde ikametgâh eden katılımcıların, bilişsel ve sosyal eğilimleri kuşaklar açısından değerlendirilmesine ilişkin bilgiler aşağıdaki gibidir.

Tablo3.32 Duygusal, Bilişsel ve Sosyal Eğilimlerinin Kuşak Açısından Farklılaşmasına İlişkin Gerçekleştirilen Kruskal-Wallis Testi Analizi Sonuçları

Eğilimler	Kuşaklar	N	Mean Rank	Kruskal-Wallis H	sd	P	Sonuç
Aşırı Güven	Z Kuşağı	21	168,57	3,006	4	,557	Red
	Y Kuşağı	167	149,95				
	X Kuşağı	70	151,54				
	Bebek Patlaması Kuşağı	40	155,13				
	Geleneksel Kuşak	4	89,50				
	Total	302					
Mevcudiyet	Z Kuşağı	21	144,81	2,781	4	,595	Red
	Y Kuşağı	167	149,54				
	X Kuşağı	70	146,06				
	Bebek Patlaması Kuşağı	40	172,08				
	Geleneksel Kuşak	4	157,88				
	Total	302	144,81				
Pişmanlıktan Kaçınma	Z Kuşağı	21	142,98	1,756	4	,781	Red
	Y Kuşağı	167	147,04				
	X Kuşağı	70	158,09				
	Bebek Patlaması Kuşağı	40	161,51				
	Geleneksel Kuşak	4	167,25				
	Total	302					
Belirsizlikten Kaçınma	Z Kuşağı	21	164,95	39,234	4	,000	Kabul
	Y Kuşağı	167	126,58				
	X Kuşağı	70	169,33				
	Bebek Patlaması Kuşağı	40	206,86				
	Geleneksel Kuşak	4	255,50				
	Total	302					
Sosyal	Z Kuşağı	21	190,69	13,712	4	,008	Kabul
	Y Kuşağı	167	140,49				
	X Kuşağı	70	145,28				
	Bebek	40	183,61				

	Patlaması Kuşağı						
	Geleneksel Kuşak	4	193,13				
	Total	302					

Tablo 3.32’de duygusal, bilişsel ve sosyal eğilimlerin kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal- Wallis testi sonucu verilmiştir. Bu sonuca göre kuşaklar arasında duygusal, bilişsel ve sosyal boyutlar içerisinde aşırı güven, mevcudiyet ve pişmanlıktan kaçınma eğilimleri açısından anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmemiş iken kuşaklar arasında belirsizlikten kaçınma ve sosyal eğilimler açısından anlamlı bir farklılık söz konusu olduğu görülmektedir.

Kuşaklar arasında belirsizlikten kaçınma eğilimi açısından anlamlı bir farklılık olmasının temel nedenlerinden biri literatürde sıkça vurgulanan genç kuşak üyelerinin yaşlı kuşak üyelerine nispeten daha fazla risk alabildikleri düşüncesi olduğu söylenebilir. Keleş (2013: 38-39) kuşak olgusu ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, Y kuşağı üyelerinin diğer kuşaklara nazaran daha fazla risk alma eğiliminde olduğuna dikkat çekmiştir.

Bu durumun bir başka nedeni, yaşlı kuşak üyelerinin genç kuşak üyelerine nispeten borsaya karşı ilgisiz olmaları şeklinde karşımıza çıkabilir (Usul v.d., 2002:136). Benzer şekilde risk alma konusunda isteksiz olan eski kuşak üyelerinin olasılıkları bilinen bir durumu, olasılıkları bilinmeyen bir duruma tercih ettikleri öne sürülebilir.

Kuşaklar arasında belirsizlikten kaçınma eğilimi açısından anlamlı farklılığın göstergelerinden bir diğeri, genç kuşak üyelerinin yaşlı kuşak üyelerine nazaran bilmedikleri durumlar karşısında karar almaktan çekinmedikleri düşüncesidir. İnce (2020: 21) tarafından yapılan çalışma da genç kuşak üyelerinin özgüvenli, bağımsız ve her şeye müdahil oldukları belirtilmiştir.

Bu farka neden olabilecek durumlardan bir diğeri de, yaşlı kuşak üyelerinin yerli yatırım araçlarını, yabancı yatırım araçlarına tercih etmeleri olarak karşımıza çıkabilir. Küreselleşmenin hâkim olduğu ve teknoloji ile çerçevelenmiş bir dünyada büyüyen yeni kuşak üyelerinin finansal yatırım araçlarına bakış açılarının farklı olması muhtemeldir. Başka bir ifadeyle, küreselleşme olgusu ile beraber risk almaktan daha az çekinen yeni kuşak üyeleri yabancı yatırım araçlarına daha kolay yönelebilmektedirler.

Benzer şekilde, yaşlı kuşak üyelerinin büyük ölçekli bankaların diğer bankalardan daha güvenli olduğu düşüncesine sahip olmaları kuşaklar arasında belirsizlikten kaçınma eğilimini farklılaştıran noktalardan biri olabilir.

Yaşlı kuşak üyeleri ile genç kuşak üyeleri arasındaki bir diğer fark, planlanan yatırım süresi olarak öne sürülebilir. Yaşlı kuşak üyeleri kalan ömrünün kısa olduğu düşüncesi ile hareket etmeye meyillidir. Dolayısıyla kısa vadeli ve kolay nakde çevrilebilen yatırımlara odaklanmaları muhtemeldir. Ayrıca, kuşakların yatırımdan beklentileri de farklılaşabilir. Genç kuşak üyeleri yüksek getiri beklentisi içerisindeyken, orta yaşa sahip kuşak üyeleri devamlı gelir elde etme arzusu içinde olabilir ve yaşlı kuşak üyelerinin sermayeyi koruma isteği ile yatırım yaptığı söylenebilir.

Kruskal- Wallis testi sonucuna göre kuşaklar arasında sosyal eğilimler açısından anlamlı bir farklılık olmasının nedenleri irdelendiğinde ise, kuşak üyelerinin almış oldukları finansal yatırım kararlarında sadece ekonomik unsurların değil; politik görüş, din ve yakın çevrenin de etkili olduğu görülmektedir.

Geleneksel ve kalabalık aile yapısı içerisinde büyüyen eski kuşak üyeleri yatırım kararlarında aile bireylerine danışma ihtiyacı hissedebilirken çekirdek ailede yetişen, bağımsızlığa düşkün olan ve bireysel hareket edebilen yeni kuşak üyeleri kendi kararlarını sosyal baskı hissetmeden rahatça almaya meyilli olabilmektedirler. Dolayısıyla yeni kuşak üyelerinin yatırım aracı seçmede daha özgür hareket ettiği düşünülebilir.

Toplumsal açıdan bunalımlı dönemlerde yetişen eski kuşak üyeleri ile refah ve bilgi toplumunda yetişen yeni kuşak üyelerinin finansal yatırım araçlarına bakış açısı farklılık gösterebilir.

Gürbüz (2015: 51), iş hayatında farklı değerlere sahip olan kuşak üyelerinin iş ve örgüte karşı olan tutumlarını incelediği araştırmasında eski kuşak üyesi olarak kabul edebileceğimiz Bebek patlaması kuşak üyelerinin, X ve Y kuşak üyelerine göre içinde bulundukları örgüte yönelik duygusal bağlılıkların ve sadakat duygularının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Egri and Ralston (2004) ise Bebek patlaması kuşağı üyelerinin, X kuşağı üyelerine nazaran daha muhafazakâr oldukları tespit etmişlerdir.

Benzer yaklaşımla, eski kuşak üyelerinin portföylerindeki yatırım araçlarına bağlı kalarak, uzun yıllar aynı finansal yatırım araçlarına yatırım yaptıkları çıkarımı yapılabilir.

Tüm bu bakış açılarından hareketle sosyal yapı ve bireylerin büyüdüğü toplumun özelliklerinin kuşakların yatırım tercihlerini etkilediği söylenebilir.



SONUÇ

Bireyler, kazanç elde etmek amacıyla yatırım yapmaktadır. Bu sebeple en doğru finansal yatırım aracını tercih etmek istemektedirler. Ancak bireylerin finansal yatırım tercihleri göz önünde bulundurulduğunda bilişsel, sosyal ve duygusal eğilimlerden kaynaklı sistematik hatalar yaptıkları görülmektedir. Bu çalışma esasında bireylerin yatırım tercihlerini etkileyen duygusal, bilişsel ve sosyal faktörler ile bireylerin kuşak farklılıkları arasında ilişki olup olmadığı düşüncesinden hareketle yola çıkılarak hazırlanmıştır. Bu bağlam da çalışmanın ilk bölümünde kuşak olgusu üzerinde durulmaya çalışılmıştır. İkinci bölüme gelindiğinde ise öncelikle yatırım kavramından bahsedilmiş ve aynı zamanda yatırım kararlarını etkileyen unsurlar üzerinde durulmuştur. Son olarak yatırımcıları rasyonellikten uzaklaştıran eğilimler açıklanmıştır. Çalışmanın son bölümünde araştırmanın amacına dönük belirlenen analizler yapılmıştır.

Çalışma kapsamında kuşakların yatırım davranışını tespit etme amacına dönük olarak Antalya ilinde ikametgâh eden bireyler üzerinde anket uygulanmış ve 302 katılımcıya ait verilere ulaşılmıştır. Anket çalışmasının tanımlayıcı analiz yönteminde; ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların çoğunluğunun erkek bireylerden oluştuğu görülürken, katılımcıların büyük çoğunluğunun Y kuşağı üyelerinden oluştuğu görülmektedir.

Betimleyici analiz sonuçlarında; Z kuşağı katılımcıların portföylerinde çoğunlukla yerli para mevduatı bulundurdıkları, Y kuşağı katılımcıların sırasıyla; altın, yerli para mevduatı, diğer seçeneği ve hisse senedi bulundurdıkları tespit edilmiştir. Hisse senedinin diğer tercih edilen yatırım araçlarına nazaran riskli olması, Y kuşağı katılımcıların kendilerinden daha yaşlı kuşak üyelerine göre risk alabildiklerine işaret etmektedir.

X kuşağı katılımcıların portföylerine bakıldığında ise, en fazla yerli para mevduatı, altın ve yabancı para mevduatı tercih ettikleri görülmektedir. Bebek patlaması kuşağı katılımcıların portföylerinde çoğunlukla yerli para mevduatı ve altın mevcuttur. Geleneksel kuşak üyesi katılımcıların ise en fazla tercih ettiği yatırım aracı olarak yerli para mevduatı görülmektedir.

X, Bebek patlaması ve Geleneksel kuşak katılımcıların portföylerinde özellikle yerli para mevduatı ve altın bulundurmalarının temel sebebi riskten kaçınma davranışı olabilir. Z kuşağı katılımcıların portföylerinde fazla çeşitlilik olmamasının nedeni ise yaşlarından dolayı gelir seviyelerinin daha düşük olmasıyla açıklanabilir.

Katılımcıların yatırım aracı belirlerken dikkat ettiği faktörler incelendiğinde, tüm kuşak üyelerinin öncelikle kazanç oranına ve risk derecesine dikkat ettikleri görülmektedir. Öte yandan Bebek patlaması kuşak üyeleri katılımcıların diğer yatırımcılara nazaran yatırım süresine dikkat ettikleri açıkça görülmektedir.

Katılımcıların portföylerindeki yatırım aracı sayısına dair elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde; Y,X, Bebek patlaması ve Geleneksel kuşak üyelerinin ortalama minimum iki yatırım aracına yatırım yaptıkları görülmektedir.

Katılımcıların portföylerini oluştururken yararlandıkları kaynaklar göz önünde bulundurulduğunda; Z ve Y kuşağı katılımcıları internetten, X kuşağı katılımcıları kendi değerlendirmelerinden, Bebek patlaması kuşağı üyeleri ise aracı kurumlardan yararlanmaktadır.

İstatistiksel analiz yönteminde parametrik olmayan (non-parametric) hipotez testlerinden Kruskal-Wallis testinden elde edilen bulgular incelendiğinde; belirsizlikten kaçınma ve sosyal eğilimlerin kuşak değişkeni ile aralarında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tespit edilen anlamlı ilişkinin nedenleri şu şekilde özetlenebilir; genç kuşak üyelerinin daha fazla risk alma eğilimine sahip olmaları, yaşlı kuşak üyelerinin güncel bilgileri takip etmede gençlere göre hantal kalmaları ve borsaya karşı daha ilgisiz olmaları, genç kuşak üyelerinin özgüven duygusu ile olasılıklarını bilmedikleri durumlar karşısında karar almaktan çekinmemeleri, genç kuşak üyelerinin küreselleşme ile birlikte yabancı yatırım araçlarına yatırım yapmaya meyilli olmalarıdır.

Kuşak olgusu üzerinden yürütülen bu çalışma da özetle, ankete katılım gösteren bireysel yatırımcıların belirsizlikten kaçınma eğilimi ve sosyoekonomik eğilimlerinin kuşaklara göre farklılık gösterdiği söylenebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H.Z. ve Ekşili, N. (2014). “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(19): 165-182.
- Aker, Y. ve Karavardar, A. (2020). “X ve Y Kuşaklarının Kredi ve Borç Eğilimleri Analizi: Ordu İli Örneği”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3): 2476-2486.
- Akgüneş, A.O. (2021). “Beş Temel Kişilik Özelliğinin Finansal Risk Alma ve Riskten Kaçınma Davranışları Üzerine Etkisi: Z Kuşağı Örneği”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(29): 80-91.
- Akın, E.E. (2005). “Özün Önceliği İlkesinin Ters Repo İşlemlerinin Ticari İşletmeler Tarafından Muhasebeleştirilmesi Üzerine Etkisi”. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2):427-438.
- Alper, D. ve Ertan, Y. (2008). “Yatırım Fonu Seçim Kararlarında Çerçeveleme Etkisi”. *Mufad Journal*, 37: 174-184.
- Anantatmula, V.S. and Shrivastav, B. (2012). “Evolution of Projects Teams for Generation Y Workforce”. *International Journal of Managing Projects in Business*, 5(1):9-26.
- Ateş, A. (2007). *Finansal Yatırımların Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ayhün, S.E. (2013). “ Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları”. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1): 93-112.
- Bayrakdaroğlu, A., Tepeli, Y. ve Mirgen, Ç. (2018). “Yatırım Araçları Üzerindeki Kuşaklar Arası Farklılığın Ampirik Analizi”. *International Economic Researches and Financial Markets Congress (IEFRM)*.12-13-14 Nisan 2018, Nevşehir, 677-690.
- Bayramoğlu, G. (2018). “X ve Y Kuşağının Liderlik Davranışı Açısından Karşılaştırılması”. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 18(1): 15-29.

- Berkup, S.B. (2015). *Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*. Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bilgiç, H.G., Duman, D. ve Seferoğlu, S.S. (2011). “ Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim içi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri”. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirimleri*. 2-4 Şubat 2011, Malatya İnönü Üniversitesi, 257-263.
- Black, A. (2010). “Gen Y: Who They Are and How They Learn”. *Educational Horizons*: 92-101.
- Bolton R.N., Parasuraman A., Hoefnagels A., Migchels N., Kabadayi S. and Solnet D. (2013). “ Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda”. *Journal of Service Management*,24(3):247-256.
- Bostancı, F. (2003). *Davranışçı Finans*. Sermaye Piyasası Kurulu Denetleme Dairesi Yeterlilik Etüdü, İstanbul.
- Böyükaslan, A. (2012). *Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Bucic, T., Harris, J. and Arli, D. (2012). “Ethical Consumers Among the Millennials: A Cross- National Study”. *Journal of Business Ethics* Vol. 110 No.1, pp.119.
- Cihangir, M. vd. (2016).“Bireysel Yatırımcı Demografileri: Osmaniye İlinde Risk Getiri Tercihlerinin Multinomial Probit Modeliyle İncelenmesi”. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Nisan:129-142.
- Costanza, D.P. and Finkelstein, L.M. (2015).” Generationally Based Differences in the Workplace: Is There a There There?”. *Industrial and Organizational Psychology*, 8 (3), 308-323.
- Costanza, D.P., Badger, J.M., Fraser, R.L., Severt J.B. and Gade, P.A. (2012). “Generational Differences in Work-Related Attitudes: A Meta-Analysis”. *Journal of Business and Psychology*, (27): 375-394.

- Crumpacker, M. and Crumpacker J. (2007). “Succession Planning and Generational Streotypes: Should Hr Consider Age-Based Values and Attitudes a Relevant Factor a Passing Fad?”. *Public Personal Management*, 36(4): 351.
- Cüceloğlu, D. (2011). *İnsan ve Davranışı*. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Çanakçı, M. ve Gündoğdu, A. (ed.). (2020). *Duygusal Ekonomi*. Gazi Kitapevi, Ankara.
- Çetin, M. ve Özgiden, H.(2013). “Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2: 172-189.
- Çiftçi, C. (2017). “Jenerasyon Y’nin Yatırım Aracı Tercihleri: Oyun Teorisi Yaklaşımı”. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2): 698-712.
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E ve Atan, Ö. (2015). “Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması”. *Journal of Business Research Turk*, 7/1:186-204.
- Devine, J. (2010). “Five Myths and Realities About Generation Y”. *eCULTURE*, 3(14): 136-141.
- Döm, S. (2003). *Yatırımcı Psikolojisi*. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Egri, C.P. and Ralston D.A. (2004). “Generation Cohorts and Personal Values: A Comparison of China and the United States”. *Organization Science*, 15(2):216-218.
- Eğilmez, M. (2019). *Tarihsel Süreç İçinde Dünya Ekonomisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Ellsberg, D. (1961). “Risk, Ambiguity and the Savage Axioms”. *The Quarterly Journal of Economics*, 643-669.
- Elmas, B. (2010). *Hisse Senedi Yatırımcılarının Davranışsal Özellikleri -Bireysel Yatırımcıya Yönelik Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Erdem, O. ve Gündoğdu, A. (ed.). (2020). *Duygusal Ekonomi*. Gazi Kitapevi, Ankara.

- Erdinç, N. ve Kayhaoğlu, D. (2020). “Kuşak Farklılıklarına Göre Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Belirlenmesi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma”. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30): 2479-2503.
- Gazel, S. (2016). *Davranışsal Finans Psikolojik Eşik ve Önyargılar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gök, B. ve Çoşkun, A. (2020). “Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma”. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 6(1): 356- 366.
- Göksel, A. ve Güneş, G. “Kuşaklar Arası Farklılaşma: X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Sessizlik Davranışı Bağlamında Analizi”. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3):807-828.
- Göktaş, P. “Y Kuşağının İletişim Sorunlarının Analizi ve Çözüm Önerileri: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Örneği”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(11):32-50.
- Gündoğdu, A. ve Çelik, Ş. (2018). “Türk Sermaye Piyasasında Kuşaklar Arasında Yatırımcı ve Portföy Farklılıkları”. *Istanbul Business Research*, 47(1):46-63.
- Gündüz, Ş. ve Pekçetaş, T. (2018). “Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik/ Sesslilik”. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6 (1):89-115.
- Güngör, S. ve Demirel, E. (2018). *Davranışsal Finansa Yatırımcı Önyargıları*. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Gürbüz, S.(2015). “ Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi?”. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(1): 39-57.
- İnce, F. (2018). *Kuşaklar Arası Etkin İletişim ve Davranış*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Kabapelit, E. (2018). *Bireysel Yatırımcıların Tasarruflarını Yönlendirdiği Sermaye Piyasası Araçlarını Belirleyen Faktörlerin Analizi ve Davranışsal Finans Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”. *Econometrica*, 47 (2):263-291.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1983). “Choices, Values and Frames”. *American Psychologist*, 39 (4): 341-350.
- Kalaycı, Ş. (ed.). (2005). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayınevi, Ankara.
- Karabulut, B. (2015). “Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler ”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2: 11-23.
- Keleş, H.N. (2011). “ Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi* , 3(2): 129-139.
- Keleş, H.N. (2013). “ Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 26: 24-43.
- Korkulutaş, D. (2018). *Bireysel Yatırımcı Davranış ve Kararlarının Davranışsal Finans Kapsamında Değerlendirilmesi: Erzincan İli Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Köse, A.K.ve Akkaya, M. (2016). “Beklenti ve Güven Anketlerinin Finansal Piyasalara Etkisi: BIST 100 Üzerine Bir Uygulama”. *Bankacılar Dergisi*, 99:3-15.
- Kuran, E. (2020). *Telgraftan Tablete*. Destek Yayınevi, İstanbul.
- Kuzey, G. (2019). *Bireysel Yatırımcıların Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Yönünden İncelenmesi: Ankara İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Muğla.
- Küden, M. (2014). *Davranışsal Finans Açısından Bireysel Yatırım Tercihlerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Latif, H. ve Serbest, S. (2014). “Türkiye’de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı”. *Gençlik Araştırmalar Dergisi*, 2 (4): 134-163.

- Lehto, Y.X., Jang, S., Francis, A. And O’leary, J.T. (2006) ‘Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and the Silent Generation’. *Journal of Vacation Marketing*, (14). 238-239.
- Macky, K., Gardner, D. and Forsyth, S. (2008). “Generational Differences at Work: Introduction and Overview”. *Journal of Managerial Psychology*, 23 (8), 857-861.
- Mazgit, İ. (2007). “Sermaye Piyasalarında Spekülasyon: Tarihin Tekerrürü”. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 10:8-11.
- Mücevher M.H. ve Erdem R. (2018). “X Kuşağı Akademisyenler ile Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9,(22): 60-74.
- Ordun, G. (2015).” Millennial (Gen Y) Consumer Behavior, Their Shopping Preferences and Perceptual Maps Associated With Brand Loyalty”. *Canadian Social Science*, Vol.11, No:4: 40-55.
- Öncü, M.A. ve Özevin, O. (2017). “Kadınların Yatırım Alışkanlıklarının Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi” *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (61):583-601.
- Özaltın, S.vd. (2015). “Kar Dağıtım Politikasının Bireysel Yatırımcıların Yatırım Kararları Üzerine Etkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2): 397-411.
- Özan, M.H. (2010). *İşletmelerde Alınan Finansal Kararların Yatırımcı Davranışları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özbay, M. ve Özeltürkay, E.Y. (2021). “Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Ölçülmesi: Adana İli Örneği”. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1):1-12.
- Özerol, H. (2020). *Saçmalama*. Elma Yayınevi, Ankara.
- Öztopçu, D. (2016). *Bireysel Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Parlak, B. (2017). “ Dijital Çağda Eğitim: Olanaklar ve Uygulamalar Üzerine Bir Analiz”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22: 1741-1759.
- Pitt-Catsoupes, M. Matz-Costa, C. And Besen, E. (2009). “ Age and Generations: Understanding Experiences at the Workplace”. *Sloan Center on Aging & Work at Boston College, Research Highlight*, 2009.
- Polat, Y. ve Duman, H. (2020). “Davranışsal Finans Kapsamında Anomalilerin İncelenmesi”. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3):603-630.
- Saraç, M. ve Kahyaoğlu, M.B. (2011). “Bireysel Yatırımcıların Risk Alma Eğilimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik ve Demografik Faktörlerin Analizi”. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 2, 2011:135-157.
- Sari, H. (2019). *Bireysel Yatırımcı Davranış ve Kararının Davranışsal Finans Kapsamında Değerlendirilmesi: Balıkesir İline Bağlı Ayvalık İlçesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sarıkaya, O. ve Atsan, N. (2021). “Karar Verme Stili ve Risk Alma Eğilimi: X ve Y Kuşakları Açısından Bir Değerlendirme”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30): 599-611.
- Sarılı, S. ve Gündoğdu, A. (ed.). (2020). *Duygusal Ekonomi*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Schewe C.D. and Meredith G.E. (2004).”Segmenting Global Markets by Generational Cohorts: Determining Motivations by Age”. *Journal of Consumer Behaviour*, 40(1): 55.
- Sefil, S. ve Çilingiroğlu, H.K. (2011). “Davranışsal Finansın Temelleri: Karar Vermenin Bilişsel ve Duygusal Eğilimleri”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19:247-268.
- Sharma, A.J.(2014). “ The Behavioral Finance: A Challenge or Replacement to Efficient Market Concept”. *The SIJ Transactions on Industrial, Finance &Business Management (IFBM)*.2 (6) August 1-5.
- Statman, M. (2014). “Behavioral Finance : Finance With Normal People”. *Borsa Istanbul Review*, 14: 65-73.

- Şahin, M. C. (2009). “Yeni Bin Yılın Öğrencilerinin Özellikleri”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2): 155-172..
- Tavşancı, G. (2010). *Alternatif Yatırım Tercihlerinin Modellenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Taylor, S.E. (1991). “Asymmetrical Effect of Positive and Negative Events: The Mobilization- Minimization Hypothesis”. *Psychological Bulletin*, 110 (1):67-85.
- Thaler, R.T. (1999). “ Mental Accounting Matters”. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12: 183-206.
- Thaler, R.H. ve Sunstein, C.R. (2018). *Dürtme.*(Çev. T. Zararsız), Pegasus, İstanbul.
- Tolay, E. (2020). “Paternalist Liderlik Beklentisi: Y Kuşağı İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *İzmir İktisat Dergisi*, 35(1): 123-139.
- Tufan, C. Ve Sarıççek, R. (2013). “Davranışsal Finans Modelleri, Etkin Piyasa Hipotezi ve Anomalilerine İlişkin Bir Değerlendirme”. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2): 159-182.
- Tuğran, F. (2016). “Dijital Yerlilerin Siber-Uzamda Çoklu Kimlik Kullanımı ve Oyun Oynama Pratikleri”. *Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(1):8-17.
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1974). “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases”. *American Association for the Advancement of Science*, 185 (4157):1124-1131.
- Twenge J.M. (2010). “ A review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes”. *Journal of Business and Psychology*, 25(2):201-210 .
- Usta, Ö. (2014). *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Usul, H. vd. (2002). “Bireysel Yatırımcıların Hisse Senedi Edinimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik Etkenler”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19: 135-150.
- Ünal, R. (2019). “Davranışsal İktisat Bağlamında Z Kuşağı Tüketici Davranışlarının Cinsiyet Farkına Göre İncelenmesi”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6): 519-530.

- Vural, A. B. ve Bakır, U. (2007) “Distopyan Perspektiften Bilgi İletişim Teknolojileri ve İnsanlığın Geleceği”. *Selçuk Üniversitesi, Selçuk İletişim Dergisi*, 5 (1): 5-21.
- Yıldırım, N., Bal, S., Alp, F. ve Bayram, K. (2021). “Davranışsal Finasta Bilişsel Yansıma ve Karar Vermede Z Kuşağının Eğilimleri”. *Journal of Islamic Economics*, 2021/2: 100-121.
- Yıldız, A. (2005). “A Tipi Yatırım Fonları Performanslarının İmkb Ve Fon Endeksi Bazında Değerlendirilmesi”. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 14: 185-202.
- Yıldız, A. (2012). “Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez Mi? ”. *The Journal of Akademik Social Science Studies*, 5(7):819-833.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). “ Türk Tipi Y Kuşağı”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (45): 432-353.
- Yüksekbilgili, Z.(2015). “Türkiye’de Y Kuşağının Yaş Aralığı”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53):259-267.
- Zor, İ. ve Aslanoğlu, S. (2005). “Kurumsal Yatırımcı Olarak Özel Emeklilik Fonları: Türkiye’de Oluşturulan Sisteme Yönelik Değerlendirme ve Geleceğe Yönelik Bir Tahmin”. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (26):184-196
- Deloitte Y Kuşağı Araştırması (2020). <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/human-capital/articles/millennialsurvey-2020.html>. (Erişim Tarihi:15.03.2021)
- Borsa İstanbul, <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/68/pay-piyasasi>, (Erişim tarihi 27.10.2021).
- Borsa İstanbul, <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/136/ozel-sektor-borclanma-araclari>, (Erişim tarihi: 27.10.2021).
- Borsa İstanbul, <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/92/pay-sahibinin-haklari>, (Erişim Tarihi: 27.10.2021).
- Eğilmez, M., “ Yatırım ve Tasarruf Denince ne anlıyoruz?”. <https://www.mahfieğilmez.com/2015/08/yatrm-ve-tasarruf-deneyimlerini-digru.html?ö=1> Erişim Tarihi (07.10.2021).

Prensky, M.(2001a). “Digital Natives, Dijital Immigrants”.

<https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Erişim Tarihi:18.09.2021).

Prensky, M. (2001b). “Digital Natives, Digital Immigrants, Part 2: Do They Really Think Differently?”. <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf> (Erişim Tarihi: 18.09.2021).

Prensky, M.(2004). “The Emerging Online Life of The Digital Native: What They Do Differently Because of Technology and How They Do It”.

https://marcprensky.com/writing/Prensk-The_Emerging_Online_Life_of_the_Digital_native03.pdf (Erişim Tarihi:18.09.2021).

Prensky, M.(2009). H.Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdpm, NSU, Innovate: Journal of Online Education, 5(3) Erişim Tarihi: (18.09.2021).

Sermaye Piyasası Kurulu, <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/AltSayfa/253> (Erişim tarihi: (27.10.2021).

Sermaye Piyasası Kurulu, <https://www.sp.gov.tr/Duyuru/Goster/201041/0> (Erişim Tarihi: (28.10.2021).

Türk Dil Kurumu (TDK) <https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi:25.02.2020).

EK-1 Kuşak Olgusuna Dair Literatür Taraması

Yazar	Yıl	Konu	Yöntem	Sonuç
Orhan Adıgüzel H.Zeynep Batur Nisa Ekşili	2014	Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar	-	Yapılan araştırma sonucunda, teknolojik ilerlemeler neticesinde işletme içinde farklı kuşakların çalışma tarzlarının değişmesine dikkat çekilmiş ve ülkemizde kuşak olgusunun daha derinden araştırılarak yeni çalışma tarzlarının öngörülebilmesi gerektiği önerilmiştir.
Gökben Bayramoğlu	2018	X ve Y Kuşağının Liderlik Davranışı Açısından Karşılaştırılması	Araştırma yöntemi olarak 173 yöneticiye anket uygulanmıştır.	Gerçekleştirilen çalışmada, X ve Y kuşağı üyelerinin genel özellikleri belirtilerek bu iki kuşak arasında liderlik davranışı boyutu açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığı irdelenmiştir. Bulgular neticesinde X ve Y kuşağı üyelerinin liderlik değerine farklı anlamlar yüklediği görülmüştür.
Sait Gürbüz	2015	Kuşak farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi?	Çalışmada veri toplama yöntemi olarak 731 kişiye anket uygulanmıştır ve veriler MANCOVA analiziyle test edilmiştir.	Yapılan çalışma, farklı kuşak üyelerinin “örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı” ile ilgili olan tutumlarını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Araştırma bulgularına göre, “duygusal bağlılık” ve “boşa zaman geçirmeme” değişkenleri farklı kuşak üyelerine göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.
Pınar Göktaş	2016	Y Kuşağının İletişim Sorunlarının Analizi ve Çözüm Önerileri: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Örneği	Çalışmada “Beyin Fırtınası” yöntemi kullanılarak 350 öğrenciden kolayda örnekleme yöntemiyle veri toplanmıştır. Veriler “Balık Kılçığı Diyagramı” ile analiz edilmiştir.	Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, Y Kuşağının iletişim sorunları beş ana kategoride incelenmiştir. Bu kategoriler; aile, arkadaş, toplum, üniversite, sosyal medya olup çalışmanın amacı bu kuşağın iletişim sorunlarını belirleyip, çözümler sunarak bu konuyu gündeme taşımaktır.
Şafak Gündüz Tuğrul Pekçetaş	2018	Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik/Seslilik	Çalışmada Örgütsel Sessizlik Ölçeği kolayda örneklem yöntemiyle 133 kişiye uygulanmıştır. Anket formu ile elde edilen verilerin analizinde SPSS 23 programından yararlanılmıştır.	Çalışmanın temel amacı, X ve Y Kuşağı üyeleri arasında örgütsel sessizlik/seslilik davranışının farklılaşp farklılaşmadığını araştırmaktır. Elde edilen bulgulara göre “örgüt yararına sessizlik” ve “örgüt yararına seslilik” değişkenlerinin farklı olduğu tespit edilmiştir.
H.Necla Keleş	2011	Y Kuşağı Çalışanlarının	Çalışmada araştırma yöntemi	Elde edilen bulgular neticesinde, X ve Y kuşağı üyelerinin çalışma hayatında

		Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	olarak nitel araştırma yöntemlerinden katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak altı katılımcı ile görüşülmüştür.	motivasyon kaynaklarının ve çalışma tarzlarının farklı olduğu görülmüştür ve Y kuşağının çalışma profilini belirleyen diğer çalışmalarla paralel sonuçlar elde edilmiştir.
Aykut Göksel Güliden Güneş	2017	Kuşaklar Arası Farklılaşma: X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Sessizlik Davranışı Bağlamında Analizi	Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmış ve 216 katılımcıdan veri toplanmıştır.	Araştırma sonuçları özetlenecek olursa, “örgütsel sessizlik” davranışı bağlamında X ve Y kuşakları arasında istatistikî bir farklılık olmadığına değinilmiş ve bu iki kuşağında örgüt içerisinde sessiz kalmadıkları belirlenmiştir.
Zeki Yüksekbilgili	2013	Türk Tipi Y Kuşağı	Çalışmada 603 kişiye anket uygulanmıştır.	Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Amerikan kökenli kuşak çalışmalarının Y kuşağına atfettiği kalıplaşmış özelliklerin ülkemizdeki Y kuşağı üyelerinin temel özellikleri ile uyuşmadığı vurgulanmış ve yabancı literatür kullanmak yerine Türk tipi Y kuşağı özelliklerinin belirlenerek araştırmalar yapılması önerilmiştir.
H. Necla Keleş	2013	Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi	Çalışmada 617 katılımcıdan anket yoluyla veri toplanmıştır. Tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.	Çalışma da, kuşaklar arasında “girişimcilik eğilimin” farklılık gösterip göstermediği incelenmek istemiştir. Sonuç olarak kuşaklar arasında girişimcilik eğiliminin farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.
M. Hamdi Mücevher Ramazan Erdem	2018	X Kuşağı Akademisyenler ile Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları	Araştırmada X kuşağı 68 akademisyen katılımcıya “Öğretmenlerin Y Kuşağı Öğrenci Özellikleri Algıları Ölçeği” uygulanmış ve Y kuşağı 6766 öğrenci katılımcıya ise “Öğretmen Etkileşim Ölçeği” uygulanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 20.0 paketinden yararlanılmıştır.	Çalışmada X kuşağı akademisyenler ile Y kuşağı öğrenciler arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda X kuşağı akademisyenlerin Y kuşağı öğrencileri ile iletişim becerileri noktasında eksik bulduğu görülmüştür. Y kuşağı öğrenciler ise X kuşağı akademisyenlerin liderlik özelliklerini olumlu değerlendirmiş ancak özgürlük değişkenini yetersiz bulmuşlardır.
Ebru Tolay	2020	Paternalist Liderlik Beklentisi: Y Kuşağı İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Çalışmada “Paternalist Liderlik Anketi” kullanılmış ve 291 Y kuşağı katılımcıya uygulanmıştır.	Çalışmanın ana amacı, Y kuşağı üyelerinin çalışma hayatında liderlerinden “paternalist liderlik davranışı” isteyip istemediği üzerine şekillenmekle birlikte ideal liderin özelliklerinin belirlenmesidir. Analiz sonuçlarına göre Y kuşağı üyelerinin çalışma hayatındaki liderlerinden paternalist liderlik davranışı bekledikleri görülmüştür.

Adıgüzel, Batur ve Ekşili (2014) tarafından yapılmış olan çalışmada, kuşak üyelerinin çalışma hayatında farklı çalışma tarzlarına ve farklı algılama biçimlerine sahip olmalarının yanlış anlaşılma ve akabinde yaşanabilecek iletişim problemlerine kapı aralayabileceğini ifade etmişlerdir. Yaşanabilecek bu problemlerin işletmenin tamamını etkileyecek nitelikte olduğunu vurgulanmıştır. Özellikle Y kuşağı üyelerinin teknolojiyi yaşamlarında çok sık kullanmaları çalışma hayatından beklentilerini şekillendirmiş, esnek çalışmayı teknolojinin sunduğu bir avantaj olarak değerlendirmelerine neden olmuştur. Bu durum çalışma hayatında alışılmışın dışına çıkılmasına yol açmış ve yeni bir kavram olan mobil yakalılar gündeme taşımıştır. Tüm bu bilgiler ışığında ülkemizde kuşak olgusunun daha derinden araştırılarak yeni çalışma tarzlarının öngörülebilmesi gerektiği ifade edilmiştir (Adıgüzel vd., 2014:175-179).

Kuşak olgusu ile ilgili yapılan bir başka çalışma Bayramoğlu (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında X ve Y kuşağı üyeleri arasında liderlik davranışı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Araştırma bulgularına göre, iki kuşak üyelerini de harekete geçiren faktör “başarılı olma isteği” olarak tespit edilmiştir. “Kararlılık, stratejik düşünme ve iyi insan ilişkilerine sahip olma” her iki kuşak üyeleri içinde liderlerin sahip olması gereken olmazsa olmaz özellikler olarak belirlenmiştir. Bu bulgular neticesinde X ve Y kuşağı üyelerinin liderlik değerine farklı anlamlar yüklediği görülmüştür. Ayrıca çalışmanın bulguları bu alandaki çalışmaların bulguları ile paraleldir (Bayramoğlu, 2018: 20-26).

Gürbüz (2015: 46-54) yapmış olduğu çalışmada, çalışma hayatında farklı değerlere sahip olan kuşak üyelerinin iş ve örgüte karşı olan tutumlarını irdelemiş, kuşakların iş ahlâklarında farklılık olup olmadığını araştırmıştır. Bu kapsamda iş ve örgüte karşı olan tutumları incelemek için “örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı” değişkenlerinden yararlanmıştır. Gerçekleştirilen çalışma incelendiğinde eski kuşak üyesi olarak kabul edebileceğimiz Bebek patlaması kuşağının X ve Y kuşaklarına göre işletmeye bağlılığının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu bu alanda yapılan benzer çalışmalar ile de desteklense de çalışmada ortaya konulan on sekiz hipotezden on beşi reddedilmiştir. Bu sonuç doğrultusunda, gerek kuşakların çalışma hayatında farklı değer ve tutuma sahip olduğu varsayımının gerekse Amerikan kökenli

kuşak sınıflandırmasının ülkemiz için geçerli olduğu görüşünün doğru olmadığı düşünülebilir.

Göktaş (2016) yapmış olduğu çalışmada Y kuşağı üyelerinin iletişim sorunlarını ele almıştır. Araştırma neticesinde Y kuşağı üyelerinin iletişim sorunları beş ana kategoriye ayrılmış, iletişim sorunları belirlendikten sonra çözüm önerileri sunulmuştur.

Gündüz ve Pekçetaş (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırma, kuşakların örgütsel sessizlik/seslilik davranışı ile ilgilidir. Çalışmada, işletmelere karşı oluşan tutumlardan birisi olan örgütsel sessizlik/seslilik faktörünün işletmelerin gelişmelerinde engel olarak karşımıza çıktığı ifade edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, çalışma hayatında birlikte yer alan X ve Y kuşağı üyelerinin örgütsel sessizlik ve örgütsel seslilik davranışına karşılık tutumların farklılaşıp farklılaşmadığını sorgulamaktır. Elde edilen bulgular neticesinde “örgüt yararına sessizlik” ve “örgüt yararına seslilik” değişkenlerinin farklı olduğu tespit edilmiştir. Daha açık bir deyişle X kuşağı üyelerinin gerekli durumda sessizlik tutumunu gerçekleştirdiği gerektiği durumlarda sessizlik davranışı gösterdiği ortaya konmuştur. Ortaya konan bu sonuçların kuşak üyelerinin farklı özellikleri olmasından mı kaynaklandığı yoksa bireyin çalışma hayatındaki süresi gibi farklı değişkenlerden mi kaynaklandığı sorusuna daha net bir cevap verebilmek için bu alanda farklı çalışmalar yürütülmesi önerilmiştir (Gündüz ve Pekçetaş, 2018: 100-111).

Keleş (2011), Farklı kuşak üyeleri arasında yaşanan iletişim problemlerinden esinlenerek çalışma hayatında önemli bir konuma sahip olan Y kuşağı üyelerini daha iyi analiz edebilmek adına bu kuşağın motivasyon profillerini inceleyen bir çalışma gerçekleştirmiştir. Ayrıca çalışanların işletmeye karşı tutumlarının ve işe yönelik yaklaşımlarının kurumsal verimliliği ve başarıyı etkilediğini vurgulamıştır. Araştırma sonucuna göre Y kuşağı üyeleri, çalışma hayatında verimli olabilmek için esneklik beklentisi içerisinde olmakta ve üstlerinden geribildirim talep etmeyi hayat felsefesi haline getirmektedir. Ayrıca bu kuşak üyeleri için denetim faaliyetlerinin fazlaştırılması kendilerine güvenilmediği algısı yaratarak motivasyonlarını olumsuz etkilemektedir (Keleş, 2011: 134-138).

Göksel ve Güneş (2017) yapmış oldukları çalışmada bireylerin işletme içindeki davranış ve tutumlarının işletme başarısı için önemli olduğunu vurgulamışlardır. Çalışmada, kuşak olgusu ve örgütsel sessizlik davranışı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu noktada X kuşağı üyeleri ve Y kuşağı üyeleri sessizlik davranışı boyutu içerisinde

değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda bu iki kuşak arasında örgütsel sessizlik davranışı açısından bir farklılık olmadığı ve iki kuşak üyelerinin de örgüt içinde sessiz kalmadıkları tespit edilmiştir (Göksel ve Güneş,2017:818-825).

Yüksekbilgili (2013)'nin yapmış olduğu çalışma, Amerikan kökenli kuşak sınıflandırmasını göz önünde bulundurularak Y kuşağına atfedilen genel özelliklerin ülkemizdeki Y kuşağı üyeleri için doğru olup olmadığını değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma neticesinde Amerikan kökenli çalışmalarla ortaya konan Y kuşağı genel özelliklerinin ülkemizdeki Y kuşağı üyeleri için geçerli olmadığı tespit edilmiştir(Yüksekbilgili, 2013:347-353).

Keleş (2013), kuşak olgusu ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma da girişimcilik eğilimi beş bileşenle ifade edilmiştir. Bu bileşenler; başarıma ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı, yaratıcılık eğilimi, risk alabilme ve içsel kontrol odaklılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, bu bileşenlerden başarıma ihtiyacı ve içsel kontrol odaklılık bileşenleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemişken bağımsız olma ihtiyacı, yaratıcılık eğilimi, risk alabilme bileşenlerinin ise istatistiksel açıdan anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu bilgilerden hareketle Y kuşağı üyelerinin Bebek patlaması kuşağı üyelerine göre bağımsızlık arzularının daha yüksek olduğu söylenmektedir. Aynı doğrultuda Y kuşağı üyelerinin diğer kuşaklara nazaran daha fazla risk alma eğiliminde olduğu ve yaratıcılık eğilimine daha yatkın oldukları iddia edilmiştir (Keleş,2013: 30-39).

Mücevher ve Erdem (2018), kuşaklar arası karakter, tutum ve iletişim şekli gibi farklılıkların olduğu görüşünden yola çıkarak X kuşağı akademisyenlerin ve Y kuşağı öğrencilerin birbirlerine karşı olan tutum ve algılarını incelemiştir. Çalışmada X ve Y kuşak üyelerinin farklı beklentilere sahip olmasından kaynaklı yaşanan iletişim problemlerinin ve çatışmaların çözülmesi için öncelikle bu kuşak üyelerinin birbirlerine karşı algılarının belirlenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, X kuşağı akademisyenlerin Y kuşağı öğrencileri iletişim ve öğrenme becerileri gibi konularda eksik buldukları görülmektedir. Madalyonun öteki yüzünde ise Y kuşağı öğrencilerin sonuçları değerlendirildiğinde X kuşağı akademisyenleri kendileriyle etkileşim boyutu açısından olumlu nitelendirdikleri tespit edilmiştir.

Y kuşağı üyelerinin liderlerinden beklentileri ile ilgili yapılan çalışma Tolay (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma da, ülkemizde çalışma hayatında özellikle "aileye

dayalı örgütlenme''ve '' hiyerarşiye saygı gösterme'' gibi değerlerin mevcut olduğu belirtilmiş bu bağlamda ülkemizin paternalist liderlik tarzına uygun olduğu görüşü desteklenmiştir. Çalışmanın amacı Y kuşağı üyelerinin diğer kuşaklara nazaran bireyci yaklaşımlar sergilemelerine rağmen işletme içerisinde paternalist liderlik tarzını isteyip istemediklerini ortaya sunmaktır. Yapılan çalışma neticesinde Y kuşağı üyelerinin çalışma hayatında liderlerinden ''paternalist liderlik'' tarzı bekledikleri görülmüştür (Tolay, 2020: 135-137).



EK-2 Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma, Akdeniz Üniversitesi İşletme anabilim dalı Muhasebe Finansman programı bünyesinde hazırladığım yüksek lisans tez çalışması içindir. Dolduracağınız anket çalışması, bireysel yatırımcıların profilini ortaya koymak ve finansal tercihleri belirlemek üzere düzenlenmiştir. Anketle beraber aynı zamanda söz konusu yatırımcıların duygusal, bilişsel ve sosyal eğilimlerinin yatırım kararları üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Elde edilen veriler bir yüksek lisans tezine kaynak teşkil edecektir. Bu nedenle soruları dikkatle okuyarak mümkün olduğunca gerçeğe uygun şekilde doldurmanız ve tüm soruları cevaplamaya çalışmanız istenmektedir. Ankette vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak ve sadece bu çalışmada akademik amaçlı olarak kullanılacaktır. Katkılarınız ve zaman ayırdığınız için şimdiden çok teşekkür ederim.

ZEYNEP YALÇIN

DOÇ. DR. EDA ORUÇ ERDOĞAN

TEZ DANIŞMANI

Birinci Bölüm: Demografik ve Finansal Özellikler

- 1.Cinsiyetiniz: Erkek () Kadın ()
- 2.Medeni durumunuz: Evli () Bekâr ()
- 3.Yaşınız: 19 ve altı () 20-39 () 40-54 () 55-74 () 75-95 ()
- 4.Eğitim durumunuz: Okuryazar () İlk-Orta () Lise () Ön Lisans- Lisans ()
Lisansüstü ()
- 5.Meslek grubunuz: Kamu Çalışanı () Özel Sektör Çalışanı ()
Ev Hanımı () Öğrenci () Diğer ()
- 6.Aylık geliriniz (TL): 1-1000 () 1001-2000 () 2001-4000 ()
4001-6000 () 6000 ve üzeri ()
- 7.Tasarruf yapıyor musunuz? Evet () Hayır ()
- 8.Tasarruf ettiğiniz tutar ile herhangi bir finansal araca yatırım yapıyor musunuz?
Evet () Hayır ()
- 9.Finansal yatırımlar için ayırdığınız tutar bütçenizin ne kadarını almaktadır?
% 5'e kadar () % 5-10 () %10 ve üzeri ()
10. Hangi finansal araçlara yatırım yapıyorsunuz? (Birden çok seçilebilir)
TL Banka Mevduatı () Döviz Banka Mevduatı () Hisse Senedi () Tahvil ()
Bono () Yatırım Fonları () Altın () Repo () Sukuk () Faizsiz Katılım
Fonları () Yastık Altı () Diğer ()
- 11.Yatırım aracı belirlerken dikkat ettiğiniz faktörler nelerdir?

Kazanç oranı () Risk derecesi () Yatırımın süresi ()

Yatırımın likiditesi (nakde dönüşün çabukluğu) () Diğer ()

12. Portföyünüz kaç çeşit yatırım aracından oluşmaktadır

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ve üzeri ()

13. Finansal yatırım araçlarına kaç yıldır yatırım yapıyorsunuz?

0-1 () 2-5 () 6-10 () 11-20 () 21 ve üzeri ()

14. Finans piyasalarındaki gelişmeleri hangi sıklıkla takip ediyorsunuz?

İzlemiyorum () Her gün () Haftalık () Aylık () Yıllık ()

15. Yatırımlarınızın finansal performanslarını (Kar/zarar) durumunu ne kadar sıklıkla takip ediyorsunuz?

İzlemiyorum () Her gün () Haftalık () Aylık () Yıllık ()

16. Portföyünüzde yer alan herhangi bir finansal ürünü ortalama elde tutma süreniz nedir? 1 hafta () 1 ay () 1 yıl () 2-5 yıl () 6 ve üzeri ()

17. Portföyünüzü oluştururken veya takip ederken hangi bilgi kaynaklarını tercih ediyorsunuz?

Kendi değerlendirmelerim () Gazete- Televizyon ()

İnternet () Sosyal çevre () Aracı kurumlar () Diğer ().....

2.Bölüm: Anketin bu bölümünde davranışsal finansa konu olan eğilimleri ölçümlemek üzere kullanılacak ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıda yer alan ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve kişisel durumunuzu en iyi yansıtan kutucuğu (X) işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1-Finansal yatırımlarımda aldığım kararlara ilişkin kendime güvenim yüksektir.					
2-Finansal yatırımlarımdan elde ettiğim getiriler her zaman piyasaya göre ortalama getirilerin üzerindedir.					
3-Yatırım araçlarına ilişkin az sayıda yatırımcının ulaşabildiği bilgiler finansal yatırımlarımda bana kesinlikle avantaj sağlar.					
4-Ulusal ve uluslararası piyasalarda gelecek döneme ilişkin ekonomik gelişmelerin olumlu yönde olacağını düşünüyorum.					
5-Gelecek dönemde yapmış olduğum finansal yatırımlarda yüksek getiri elde edeceğimi düşünüyorum.					
6-Yatırım yapmış olduğum bir finansal yatırım aracı geçmişte kazandırmış olmasına rağmen mevcut dönemde					

zarar ettirse de gelecek dönemde tekrar kazandıracağını düşünüyorum.					
7- Bir yatırım aracı belli bir periyotta kar/zarar ederse bir süre sonra bu karı/zararı tekrar edecektir.					
8- Bir finansal yatırım aracından zarar elde ettiğim durumda zararımı karşılayana kadar o yatırım aracını satmam.					
9- Bir finansal yatırım aracının değeri maliyetinin üzerine çıktığında elden çıkarırım.					
10- Nakit ihtiyacı olduğu durumda maliyetleri aynı olan iki yatırım aracından %15 kaybettiren A yatırım aracı yerine %15 kazandıran B yatırım aracını elden çıkarırım.					
11- Getirisi ve riski düşük olan yatırım araçlarını getirisi ve riski yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.					
12- Büyük ölçekli bankaları, yüksek faiz verse bile küçük ölçekli bankalara tercih ederim.					
13- Getirisi düşük olsa bile yerli yatırım araçlarını yabancı yatırım araçlarına tercih ederim.					
14- Yatırım kararlarım üzerinde dini inançların etkili olduğunu düşünüyorum.					
15- Yatırım kararlarım üzerinde siyasi görüşlerin etkili olduğunu düşünüyorum.					
16- Yatırım kararlarım üzerinde yakın çevremın etkili olduğunu düşünüyorum.					
17- Piyasada çoğunlukla tercih edilen yatırım araçları her zaman yüksek getiri sağlar.					
18- Bir finansal yatırım aracının önceki dönem performanslarını bildiğimde gelecek dönemdeki performansını bileceğimi düşünüyorum.					
19- Bir finansal yatırım aracının başarılı performansı aynı finansal yatırım aracına yatırım yapma kararımda etkili olacaktır.					
20- Piyasada yer alan yatırımcı tercihleri yatırım kararlarımda önemlidir ve çoğunluğun kararlarını takip ederim.					
21- Farklı yatırımcıların davranışlarına anlam veremediğimde alış-satış hareketlerim artar.					
22- Herhangi bir yatırım aracı belli bir dönem art arda kazandırıyor ise yakın zamanda kaybettirir, belli bir dönem art arda kaybettiriyorsa yakın zamanda kazandırır.					
23--%90 ihtimalle 4000 TL kazanmak yerine %100 ihtimalle 3000 TL kazanmayı tercih ederim.					
24--%100 ihtimalle 3000 TL kaybetmek yerine %90 4000 TL kaybetmeyi tercih ederim.					

EK-3 Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 22.10.2021-204986



T.C
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
KURUL KARARI



TOPLANTI TARİHİ : 21.10.2021
TOPLANTI SAYISI : 13
KARAR SAYISI : 341

Üniversitemiz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Eda ORUÇ ERDOĞAN**'ın danışmanlığını, **Zeynep YALÇIN**'ın araştırmacılığını üstlendiği, "*Davranışsal Finans Kapsamında Kuşakların Yatırım Tercihlerinin İncelenmesi*" konulu çalışmanın, fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvuruca ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak **uygun olduğuna** oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA
Kurul Başkanı

Başkan
Prof. Dr.
Hilmi DEMİRKAYA

Başkan Yrd.
Prof. Dr.
Sibel MEHTER AYKIN

Üye
Prof. Dr.
Ebru İÇİGEN

Üye
Prof. Dr.
Nurşen ADAK
(katılmadı)

Üye
Prof. Dr.
Sibel PAŞAOĞLU YÖNDEM

Üye
Prof. Dr.
Taner KORKUT
(katılmadı)

Üye
Prof. Dr.
Gökhan AKYÜZ

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Zeynep Yalçın
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Akseki Anadolu Lisesi (2015)
Lisans Diploması	Dokuz Eylül Üniversitesi (2019)
Tezli Yüksek Lisans Diploması	
Tez Konusu	Bireysel Yatırımcı Davranışlarının Kuşaklar Açısından İncelenmesi: Antalya İli Uygulaması
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
Stajlar	İzmir Ticaret Borsası (2019)