



**YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK
ÖZELLİKLERİNİN TEMETTÜ DAĞITIM
TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE
ÖZGECİLİĞİN ARACILIK ROLÜ**

Zehra SARITAŞ

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Adem BÖYÜKASLAN

Yüksek Lisans Tezi

Eylül, 2025

Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE
FİNANSMAN ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN
TEMETTÜ DAĞITIM TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNDE ÖZGEÇİLİĞİN ARACILIK ROLÜ

Hazırlayan
Zehra SARITAŞ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Adem BÖYÜKASLAN

AFYONKARAHİSAR, 2025

ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Yöneticilerin Kişilik Özelliklerinin Temettü Dağıtım Tercihleri Üzerindeki Etkisinde Özgeciliğin Aracılık Rolü**” adlı çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde bilimsel etik kurallara ve atıf gösterme ilkelerine riayet ettiğimi belirterek aksi bir durumun tespiti hâlinde sorumluluğun tamamen bana ait olduğunu kabul, beyan ve taahhüt ederim.

19/09/2025

İmza

Zehra SARITAŞ

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENSTİTÜ ONAYI

Öğrencinin	Adı- Soyadı	Zehra SARITAŞ
	Numarası	2200685002
	Anabilim Dalı	Uluslararası Ticaret ve Finansman
	Programı	Uluslararası Ticaret ve Finansman
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı	Yöneticilerin Kişilik Özelliklerinin Temettü Dağıtım Tercihleri Üzerindeki Etkisinde Özgeciliğin Aracılık Rolü	
Tez Savunma Sınav Tarihi	19.09.2025	
Tez Savunma Sınav Saati	10.00	

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☒oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Hacı İbrahim DELİCE
MÜDÜR

Bu tez, Enstitü Müdürlüğünce kontrol edilerek, elektronik imza kullanılarak onaylanmıştır.

ÖZET

YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN TEMETTÜ DAĞITIM TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖZGECİLİĞİN ARACILIK ROLÜ

Zehra SARITAŞ

**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI**

Eylül, 2025

Danışman: Dr Öğr Üyesi Adem BÖYÜKASLAN

Türkiye’de artan yatırımcı ilgisi, sermaye piyasalarının işleyişinde yöneticilerin karar alma süreçlerini daha kritik hale getirmiştir. Bu araştırmada, Borsa İstanbul Halka Arz Endeksi’nde yer alan şirket yöneticilerinin kişilik özellikleri ile temettü dağıtım kararları arasındaki ilişkide özgecilik (altruizm) eğilimlerinin rolü incelenmiştir. Bulgular, kişilik özellikleri ile temettü dağıtım tercihleri arasında doğrudan anlamlı bir ilişki olmadığını; ancak kişilik özelliklerinin özgecilik üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ve özgeciliğin temettü politikaları üzerinde belirleyici rol oynadığını göstermiştir. Aracılık analizi sonuçları, özgeciliğin bu ilişkide tam aracı değişken işlevi gördüğünü ortaya koymuştur. Elde edilen sonuçlar, yöneticilerin finansal kararlarının yalnızca rasyonel göstergelerle değil; aynı zamanda özgecilik (altruizm), empati, sosyal sorumluluk ve paydaş odaklı tutum gibi değer temelli faktörlerle şekillendiğini ortaya koymakta ve hem yatırımcılar hem de politika yapıcılar açısından sermaye piyasalarında güven, sürdürülebilirlik ve kurumsal itibarın güçlendirilmesi için davranışsal unsurların önemine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik Özellikleri, Özgecilik (Altruizm), Temettü Politikaları, Borsa İstanbul (BİST), Aracılık Analiz.

ABSTRACT

THE MEDIATING ROLE OF ALTRUISM IN THE EFFECT OF MANAGERS' PERSONALITY TRAITS ON DIVIDEND PAYOUT DECISIONS

Zehra SARITAS

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE AND FINANCE**

September, 2025

Advisor: Asst. Prof. Dr. Adem BOYUKASLAN

The increasing interest of investors in Türkiye has made the decision-making processes of executives more critical in the functioning of capital markets. This study examines the role of altruism tendencies in the relationship between the personality traits of executives of companies listed in the Borsa Istanbul IPO Index and their dividend payout decisions. The findings reveal that there is no direct significant relationship between personality traits and dividend preferences; however, personality traits have a statistically significant effect on altruism, and altruism plays a decisive role in dividend policies. Mediation analysis results indicate that altruism functions as a full mediator in this relationship. These results demonstrate that the financial decisions of executives are shaped not only by rational indicators but also by value-based factors such as altruism, empathy, social responsibility, and stakeholder-oriented attitudes. Furthermore, the study highlights the importance of behavioral components in strengthening trust, sustainability, and corporate reputation in capital markets, both for investors and policymakers.

Keywords: Personality Traits, Altruism, Dividend Policies, Borsa Istanbul (BIST), Mediation Analysis.

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın hazırlanma sürecinde akademik bilgi ve deneyimleriyle yolumu aydınlatan, her aşamasında rehberliğini ve desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Adem BÖYÜKASLAN'a sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Çalışmamın değerlendirilmesinde yapıcı görüş ve önerileriyle katkı sunan tez jüri üyelerim Doç. Dr. Samet GÜRSOY ve Dr. Öğr. Üyesi Arif ARİFOĞLU'na da teşekkürlerimi ifade etmek isterim.

Hayatım boyunca yanımda olan sevgileri, fedakârlıkları ve emekleriyle bugünlere gelmemi sağlayan annem Ayşe SARITAŞ ve babam Hüseyin SARITAŞ'a her daim desteğini hissettiğim abim Hasan SARITAŞ ile ablam Şeyma ERBAŞ'a sonsuz sevgi ve şükranlarımı sunuyorum.

Ayrıca bu süreçte sabrı, anlayışı ve desteğiyle her zaman yanımda bulunan yol arkadaşım Okan AVCI'ya da teşekkürlerimi sunarım.

Zehra SARITAŞ
2025, Afyonkarahisar

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ENVANTERİ

1. KİŞİLİK KAVRAMI	2
2. KİŞİLİĞİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER	3
3. KİŞİLİK KAVRAMINA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	4
3.1. ERİKSON'UN BENLİK VE KİŞİLİK KURAMI.....	4
3.2. FREUD'UN KİŞİLİK KURAMI	5
3.3. JUNG'UN KİŞİLİK KURAMI.....	5
3.4. ADLER'İN KURAMI.....	6
3.5. HORNEY'İN KİŞİLİK KURAMI	6
4. BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ENVANTERİ	7
5. KİŞİLİK VE KARAR VERME	9

İKİNCİ BÖLÜM

ÖZGECİLİK

1. ÖZGECİLİK.....	11
1.1. FELSEFİ ÖZGECİLİK	13
1.2. DİNİ ÖZGECİLİK	14
1.3. SOSYOLOJİK ÖZGECİLİK	15
1.4. PSİKOLOJİK ÖZGECİLİK.....	16
2. RASYONELLİK VE ÖZGECİLİK	17
2.1. RASYONALİTE VE ÖZGECİLİK	18
2.2. RASYONEL BİREY VE ÖZGECİLİK ZİTLİĞİ.....	20
3. ÖZGECİLİK VE KARAR VERME	21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FİNANSAL KARARLAR VE TEMETTÜ DAĞITIMI

1. KÂR VE ŞİRKETLERDE KÂRIN ORTAYA ÇIKIŞI.....	24
2. TEMETTÜ (KÂR PAYI) KAVRAMI.....	26
3. TEMETTÜ DAĞITIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER	27
3.1. FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ	27
3.2. ŞİRKETİN LİKİDİTE DURUMU	28
3.3. KALDIRAÇ ORANI	28
3.4. BORÇ ÖDEME GÜCÜ	28
3.5. YATIRIM PLANLARI	29
3.6. ENFLASYON	29
4. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKALARI	29
4.1. ARTIK TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI.....	30
4.2. SABİT TUTARDA TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI	30
4.3. SABİT ORANDA TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI	30
4.4. HER YIL ARTAN TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI.....	30
4.5. UZLAŞMAYA DAYANAN TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI.....	30
4.6. İSTİKRARLI TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI.....	31
4.7. OPTİMAL TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI	31
5. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI VE PİYASA DEĞERİ İLİŞKİSİ	31
5.1. TEMETTÜ VE ŞİRKET PİYASA DEĞERİ İLİŞKİSİ.....	32
5.2. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASININ ŞİRKET PİYASASI DEĞERİ ÜZERİNDE ETKİLİ OLMADIĞINI İLERİ SÜREN YAKLAŞIMLAR	33
5.2.1. Modigliani-Miller Yaklaşımı (Kar Payı İlişkisizlik Yaklaşımı).....	33
5.2.2. Artık Gelir Yaklaşımı (Residual Theory)	33
5.2.3. Müşteri Etkisi Yaklaşımı (Clientele Effect Hypothesis).....	34
5.3. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASININ ŞİRKET PİYASA DEĞERİ ÜZERİNDE ETKİSİ OLDUĞU YÖNÜNDEKİ YAKLAŞIMLAR	34
5.3.1. Eldeki Kuş Teorisi	34
5.3.2. Vergi Farklılığı Teorisi.....	35
5.3.3. Walter Formülü	35
5.3.4. Sinyalleme Yaklaşımı (Signalling Theory)	36
5.3.5. Vekâlet Maliyeti Yaklaşımı.....	36

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAVRAMSAL İLİŞKİLER VE LİTERATÜR TARAMASI

1. YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE TEMETTÜ DAĞITIM KARARLARI İLİŞKİSİ.....	37
2. YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖZGECİLİK İLİŞKİSİ	40
3. ÖZGECİLİK VE TEMETTÜ DAĞITIM KARARLARI İLİŞKİSİ	44

BEŞİNCİ BÖLÜM

YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN TEMETTÜ DAĞITIM TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖZGECİLİĞİN ARACILIK ROLÜ

1. VERİ VE YÖNTEM	48
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	48
1.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ	50
1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	53
1.3.1. Evren ve Örneklem	53
1.3.2. Veri Toplama Araçları	54
1.3.2.1. On-Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ)	54
1.3.2.2. Özgecilik Ölçeği (ÖZÖ)	56
1.3.2.3. Temettü Dağıtım Kararları Ölçeği (TDKÖ)	57
1.3.3. Analizler	57
1.3.3.1. Faktör Analizi	57
1.3.3.2. Aracılık Analizi	58
1.3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Tanımlayıcı İstatistikler	60
2. BULGULAR	65
2.1. Faktör Analizi Sonuçları	65
2.1.1. OMKÖ Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları	67
2.1.2. ÖZÖ Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları	68
2.1.3. TDKÖ Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları	70
2.2. ARACILIK ANALİZİ SONUÇLARI	73
SONUÇ VE ÖNERİLER	76
KAYNAKÇA	81
EKLER	92

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Erikson'un Psikososyal Gelişim Kuramı	5
Tablo 2. Çeşitli Evren Büyüklüklerine İlişkin Örneklem Sayıları	54
Tablo 3. Demografik Değişkenlere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları	62
Tablo 4. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimleyici İstatistik Sonuçları	63
Tablo 5. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Güvenirlik Analizi Sonuçları	64
Tablo 6. Kaiser-Meyer-Olkin Testi Sonuçları	65
Tablo 7. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Barlett Testi	66
Tablo 8. OMKÖ Açımlayıcı Faktör Analizi Dağılımı	67
Tablo 9. Özgeciliği Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Dağılımı	69
Tablo 10. Temmetü Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Dağılımı	71
Tablo 11. Aracılık Analizi Sonucu	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma Modeli.....	52
Şekil 2. Hayes Process Model-4	59
Şekil 3. Aracılık Modeli.....	73
Şekil 4. On-Maddelik Kişilik Ölçeği Normal Dağılım Histogram Grafiği	98
Şekil 5. Özgecilik Ölçeği Normal Dağılım Histogram Grafiği	98
Şekil 6. Temettü Ölçeği Normal Dağılım Histogram Grafiği	99



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AFA: Açıklayıcı Faktör Analizi

BİST: Borsa İstanbul

CSR: Kurumsal Sosyal Sorumluluk

FFM: Five-Factor Model (Beş Faktör Modeli)

OMKÖ: On-Maddelik Kişilik Ölçeği

ÖZÖ: Özgecilik Ölçeği

SPSS: Statistical Package for Social Sciences (Sosyal Bilimler İstatistik Programı)

T.C. : Türkiye Cumhuriyeti

TDK: Türk Dil Kurumu

TDKÖ: Temettü Dağıtım Kararları Ölçeği

TDK: Türk Dil Kurumu

TTK: Türk Ticaret Kanunu

TIPI: Ten-Item Personality Inventory (On Maddeli Kişilik Envanteri)

VUK: Vergi Usul Kanunu

GİRİŞ

Geçmişten günümüze bireyler, gelecekteki finansal güvencelerini sağlamak amacıyla varlıklarını farklı yatırım araçları yoluyla değerlendirme eğilimindedir. Özellikle günümüzde öne çıkan yatırım araçlarından biri olan menkul kıymet piyasaları, bir başka ifadeyle borsalar, yatırımcılar açısından önemli bir cazibe merkezi haline gelmiştir. Borsaya olan ilginin artmasında; düşük sermaye ile işlem yapabilme olanağı, yatırım yapılacak varlıkların çeşitliliği, gelişen bilgi teknolojileri ve dijital yatırım platformlarının erişilebilirliğinin kolaylaşması gibi unsurlar etkili olmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye’de son yıllarda yüksek seyreden enflasyon oranları gibi makroekonomik göstergeler de bireylerin birikimlerini koruma ve değerlendirme amacıyla borsaya yönelmelerine neden olmuştur. Tüm bu dinamikler sonucunda, Türkiye’de menkul kıymet piyasalarında işlem yapan yatırımcı sayısında kayda değer bir artış gözlemlenmektedir.

Yatırımcı sayısındaki bu hızlı ve düzensiz artış, yalnızca Borsa İstanbul’a olan ilginin bir göstergesi olmakla kalmayıp, aynı zamanda şirket yöneticilerinin yatırımcı beklentilerine yönelik tutumlarının ve davranışsal eğilimlerinin sorgulanmasını da gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, özellikle BİST Halka Arz Endeksi’nde yer alan şirketlerin yöneticilerinin, artan yatırımcı ilgisine karşılık kâr payı dağıtımı gibi kritik finansal kararlarda ne derece yatırımcıyı memnun etmeye yönelik bir eğilim taşıdıkları ve bu kararlarında hangi davranışsal faktörlerin etkili olduğu araştırmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, davranış bilimlerinin ilgi alanlarından olan özgecilik (altruizm) çerçevesinde, işletme yöneticilerinin kâr payı dağıtımı ve yatırım kararları üzerindeki davranışsal etkileri incelenmektedir. Araştırmanın temel amacı; yöneticilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ile temettü kararları arasındaki ilişkide, özgecilik eğiliminin aracı bir rol oynayıp oynamadığını ortaya koymaktır. Bu kapsamda, yöneticilerin hangi düzeyde özgecilik eğilimi gösterdiği ve bunun kurumsal finansal kararlara etkisi, çalışmanın çözüm aradığı temel sorular arasında yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ENVANTERİ

1. KİŞİLİK KAVRAMI

Kişilik, bireylerin düşünce, duygu ve davranışlarında süreklilik gösteren, onları diğer bireylerden ayıran temel psikolojik yapılar bütünüdür (Özdemir, Özdemir, Kadak ve Nasıroğlu, 2012). Psikolojide kişilik, bireyin çevresine nasıl tepki verdiğini, sosyal ilişkilerini nasıl kurduğunu ve yaşam boyu sergilediği tutum ve davranışların genel örüntüsünü açıklamak amacıyla kullanılan önemli bir kavramdır (Pervin ve John, 2001). Bu yapı, bireyin hem içsel dünyasını hem de dış çevresiyle kurduğu etkileşimleri anlamada temel bir belirleyici niteliği taşır (Burger, 2006).

Kişilik, bireyin doğuştan kazandığı özelliklerle çevresel deneyimlerin etkileşimi sonucu zamanla şekillenen bir yapı olarak değerlendirilir. Allport, kişiliği “bireyin kendine özgü uyum sağlayıcı davranış ve düşünce biçimlerinin dinamik organizasyonu” olarak tanımlamıştır (Allport, 1961; akt. Kuzgun, 2000:45). Cattell ise kişiliği, gözlemlenebilen davranışlardan yola çıkarak ölçülebilir özellikler üzerinden açıklamış ve bu yönüyle kişilik değerlendirme modellerinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır (Cattell, 1965; akt. Bacanlı, 2001:22).

Yerli yazında kişilik, bireylerin çevresel uyaranlara verdikleri tepkilerdeki farklılık ve tutarlılıkları ifade eden psikolojik bir yapı olarak ele alınmaktadır. Bacanlı (2001), kişiliği bireyin çevresine verdiği tepkilerde süreklilik gösteren eğilimler bütünü olarak tanımlarken; Karasar (2015:78) kişiliği, bireyin yaşamı boyunca karşılaştığı deneyimlerin etkisiyle gelişen, bireysel farklılıkları belirleyen ve belli bir süreklilik taşıyan eğilimlerin toplamı olarak açıklamaktadır.

Verilen tanımlardan yola çıkarak kişilik, bireyin bireysel ve sosyal yaşamında sergilediği davranışların arka planını oluşturan, çok boyutlu, dinamik ve ölçülebilir bir psikolojik yapıdır. Bu bağlamda, kişilik özelliklerinin bireylerin karar

alma süreçlerinden toplumsal ilişkilerine, mesleki tercihlerinden liderlik davranışlarına kadar birçok alanda belirleyici olduğu kabul edilmektedir.

2. KİŞİLİĞİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER

Kişilik, bireyin doğuştan gelişen yatkınlıklar ile yaşam boyu maruz kaldığı çevresel etkilerin etkileşimi sonucunda şekillenen çok boyutlu bir yapıdır (Eryılmaz ve Ercan, 2011). Psikolojide kişiliğin oluşumu, genetik özellikler, aile yapısı, sosyal çevre, kültürel normlar, eğitim düzeyi ve yaşanan deneyimlerin ortak etkisiyle açıklanmaktadır (Burger, 2006; Pervin ve Cervone, 2010).

Kişiliğin oluşumunda etkili olan unsurlar genel olarak kalıtsal (biyolojik/genetik) faktörler, çevresel etkenler ve bireysel deneyimler olmak üzere üç ana başlık altında incelenebilir. Kalıtsal faktörler; zekâ, duygusal tepki biçimleri, mizah anlayışı ve bazı kişilik eğilimlerinin genetik olarak bireyden bireye aktarılabilmesini öne sürmektedir (Bouchard & McGue, 2003). Bu kapsamda genetik benzerlik düzeyi yüksek bireyler (ikizler) üzerinde yapılan karşılaştırmalı çalışmalar, kişilik özelliklerinin yaklaşık %40 ila %60 oranında genetik temellere dayandığını göstermektedir (Bouchard & McGue, 2003). Bu bulgular, kişilik gelişiminin yalnızca çevresel koşullarla açıklanamayacağını, genetik mirasın da önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, çevresel faktörler, bireyin kişiliğinde önemli değişkenlikler yaratabilmektedir. Aile içi iletişim tarzı, ebeveyn tutumları, çocukluk deneyimleri ve sosyal öğrenme süreçleri kişiliğin şekillenmesinde belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır (Bandura, 1977). Örneğin, sıcak ve destekleyici bir aile ortamında büyüyen bireylerin sosyal açıdan daha uyumlu ve dışa dönük olma eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir (Bacanlı, 2001).

Ayrıca, bireyin yaşamı boyunca edindiği kişisel deneyimler ve karşılaştığı kritik yaşam olayları da kişilik gelişimini etkileyen dinamikler arasındadır. Eğitim süreci, mesleki deneyimler, travmalar ya da önemli başarılar bireyin benlik algısında ve kişilik yapısında dönüşümler yaratabilir (McAdams, 2001). Bu bağlamda kişilik, sabit bir yapıdan ziyade yaşam süreci içinde değişebilen, gelişebilen ve

şekillenebilen bir sistem olarak değerlendirilmektedir. Kişilik gelişimi yalnızca tek bir kaynağa indirgenemeyecek kadar karmaşık ve çok boyutlu bir süreçtir. Genetik yatkınlıklarla başlayan bu süreç, çevresel etkiler ve bireyin yaşantılarıyla birlikte şekillenmekte ve bireyin kendine özgü kişilik yapısının ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Pervin & Cervone, 2010).

3. KİŞİLİK KAVRAMINA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Kişilik kavramı, psikoloji biliminin temel araştırma alanlarından biri olup, bireyin içsel dünyasını ve dış çevresiyle olan ilişkilerini anlamlandırmada önemli bir yere sahiptir. Kişiliğin ne olduğu, nasıl oluştuğu ve nasıl sınıflandırılabileceğine ilişkin farklı kuramsal bakış açıları geliştirilmiştir. Bu kuramlar, bireyin davranışlarını, duygusal yapısını, benlik gelişimini ve sosyal uyum süreçlerini farklı perspektiflerden ele alarak açıklamayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede; psikanalitik, analitik ve bireysel psikoloji gibi kuramsal yaklaşımlar, kişiliğin dinamik doğasına ışık tutan önemli modeller sunmaktadır.

Bu doğrultuda, kişilik kavramına farklı bakış açıları sunan başlıca teorik yaklaşımlar ele alınarak kuramcılarının kişilik tanımlarına, temel varsayımlarına ve açıklayıcı modellerine yer verilecektir;

3.1. ERİKSON’UN BENLİK VE KİŞİLİK KURAMI

Erik Erikson, kişilik gelişimini yaşam boyu devam eden sekiz aşamalı bir psikososyal gelişim modeliyle açıklamıştır. Tablo 1’de, Erikson’un geliştirdiği sekiz aşamalı psikososyal gelişim kuramı evreleri ve her evrede karşılaşılan temel çatışmalar özetlenmiştir.

Tablo-1. Erikson’un Psikososyal Gelişim Kuramı

Evreler	Yaş Aralığı	Psikososyal Çatışmalar
1. Gelişim Evresi	0-1	Temel Güvene Karşı Güvensizlik Duygusu
2. Gelişim Evresi	1-3	Özerkliğe Karşı Kuşku ve Utanç Duygusu
3. Gelişim Evresi	3-6	Girişimcilığe Karşı Suçluluk Duygusu
4. Gelişim Evresi	6-12	Başarılı Olmaya Karşı Yetersizlik Duygusu
5. Gelişim Evresi	12-18	Kimlik Kazanmaya Karşı Kimlik Karmaşası
6. Gelişim Evresi	18-35	Yakınlığa Karşı Yalıtılmışlık
7. Gelişim Evresi	35-60	Üretkenliğe Karşı Durgunluk
8. Gelişim Evresi	60 +	Benlik Bütünlüğüne Karşı Umutsuzluk

Kaynak: Şen, 2015:51

Freud’un psikanalitik kuramından etkilenmekle birlikte, benlik (ego) gelişimini merkeze alan yaklaşımı ile bireyin toplumsal çevreyle olan etkileşimini ön plana çıkarmıştır. Erikson’a göre her gelişim aşamasında birey, belirli bir psikososyal krizle karşılaşır ve bu krizi çözme biçimi kişiliğin yapı taşlarını oluşturur (Şen, 2015:44-45). Örneğin, gençlik döneminde yaşanan “kimlik kazanımına karşı rol karmaşası” krizi, bireyin benlik algısını ve toplumsal konumunu doğrudan etkiler.

3.2. FREUD’UN KİŞİLİK KURAMI

Sigmund Freud, kişiliği id (it), ego (benlik) ve süperegö (üst benlik) olmak üzere üç temel yapısal unsurdan oluşan dinamik bir sistem olarak tanımlar. İd, bireyin dürtüsel ve haz odaklı yönünü temsil ederken; süperegö, toplumun ahlaki ve normatif kurallarını içselleştiren yapıdır. Ego ise bu iki yapı arasında denge kuran, gerçeklik ilkesine göre hareket eden düzenleyici sistemdir. Freud’a göre kişilik gelişimi çocukluk döneminde şekillenir ve bilinçdışı süreçler, bireyin davranışlarını büyük ölçüde etkiler (Freud, 1923; akt. Oktuğ, 2007: 12).

3.3. JUNG’UN KİŞİLİK KURAMI

Carl Gustav Jung, Freud’un kuramından ayrılarak kişiliği daha kapsamlı bir bilinçdışı yapı üzerine temellendirmiştir. Jung’a göre kişilik, bilinç, kişisel bilinçdışı ve kolektif bilinçdışı olmak üzere üç katmandan oluşur. Özellikle kolektif bilinçdışı, insanlık tarihinde ortak olan “arketipler” aracılığıyla bireyin davranışlarını şekillendirir. Kişilik gelişimi, bireyin “bütünleşme” süreci olan bireyleşme (individuation) ile tamamlanır. Jung, içedönüklük ve dışadönüklük kavramlarını da

kişilik kuramına dahil ederek modern kişilik tipolojilerinin temelini atmıştır (Jung, 1964'ten akt. Gökçe, 2006: 42–43).

3.4. ADLER'İN KURAMI

Alfred Adler, kişiliğin temelinde bireyin toplum içinde yer edinme ve üstünlük çabası bulunduğunu ileri sürmüştür. Freud'dan farklı olarak, insan doğasını sosyal bir bağlamda ele alan Adler, bireylerin yaşam tarzlarını ve hedeflerini kişiliklerinin belirleyici unsurları olarak görmüştür. Adler'e göre çocuklukta yaşanan aşağılık duygusu, bireyde telafi etme ihtiyacını doğurur ve bu da kişiliğin gelişimini yönlendirir. Adler'in kuramı, bireyin yaşam amacına ulaşma biçimini merkeze alarak kişiliği bütünsel bir bakışla değerlendirmiştir (Adler, 1937'ten akt. Aytekin & Aytekin, 2023: 41–42).

3.5. HORNEY'İN KİŞİLİK KURAMI

Karen Horney, Freud'un psikanalitik yaklaşımını eleştirerek, kişilik gelişiminin yalnızca biyolojik dürtülerle açıklanamayacağını, bireyin içinde bulunduğu sosyal ve kültürel çevrenin de belirleyici bir rol oynadığını savunmuştur (Burger, 2006). Horney'e göre kişilik gelişiminin merkezinde bireyin çocukluk döneminde yaşadığı sevgi, ilgi ve güven eksikliği yer alır. Örneğin çocuk çevresinden yeterli düzeyde kabul görmezse bu durum onda "temel kaygı" (basic anxiety) oluşturur. Bu kaygı, bireyin yalnız, savunmasız ve tehdit altında hissetmesine neden olur (Erden ve Akman, 2020).

Bu temel kaygı, bireyde çeşitli uyum stratejileri geliştirerek başa çıkma eğilimlerini tetikler. Horney bu stratejileri üç başlık altında toplar:

1. **Başkalarına yönelme (uyumlu tip):** Sevgi ve onay alma amacıyla boyun eğici ve bağımlı ilişkiler kurar.
2. **Başkalarına karşı olma (saldırgan tip):** Güç kazanmak için baskın ve saldırgan davranışlar sergiler.
3. **Başkalarından uzaklaşma (çekingen tip):** Güvende kalmak için insan ilişkilerinden geri çekilir, mesafe koyar (Horney, 1945; Bacanlı, 2001).

Horney'e göre bu stratejiler bireyin kişiliğini biçimlendiren temel davranış kalıplarına dönüşür. Kişilik, bireyin temel kaygı ile baş etme biçimiyle yakından ilişkilidir. Dolayısıyla Horney'in yaklaşımı kişiliğin gelişiminde psikososyal bağlamın ve bireyler arası ilişkilerin önemini vurgulayan çağdaş bir kuramsal çerçeve sunar (Kavut, 2018).

Kişilik kavramına ilişkin geliştirilen kuramsal yaklaşımlar, bireyin doğuştan gelen eğilimleri, bilinçdışı süreçleri, sosyal çevresi ve kültürel bağlamı farklı yönlerden ele alarak kişiliğin çok boyutlu doğasına ışık tutmaktadır. Freud'un psikanalitik kuramıyla temellenen bu alan, zamanla Erikson, Jung, Adler ve Horney gibi kuramcıların katkılarıyla genişlemiş; bireyin kimlik gelişimi, sosyal uyum çabaları ve yaşam deneyimleriyle şekillenen dinamik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu kuramlar, kişiliği anlamada farklı kavramsal yollar sunsalar dahi ortak nokta olarak kişiliğin yaşam boyu gelişen, değişen ve bireyin tüm yaşam alanlarını etkileyen temel bir yapı olduğu konusunda birleşmektedir.

4. BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ENVANTERİ

Kişilik araştırmalarında bireyler arası farklılıkları bilimsel olarak değerlendirmek amacıyla geliştirilen en yaygın ve geçerliği yüksek modellerden biri, Beş Faktör Kişilik Kuramı (Five Factor Model – FFM) ve bu kuram temel alınarak oluşturulan Beş Faktör Kişilik Envanteri'dir. Literatürde “Big Five” ya da “NEO-PI-R” olarak da adlandırılan bu model, bireyin kişilik yapısını evrensel kabul gören beş temel boyut üzerinden açıklamayı hedeflemektedir (McCrae & Costa, 1987; Goldberg, 1990; Digman, 1990'tan akt. Turhan & Tiftik, 2022: 190–192).

Model kişilik yapısını beş ana boyutta ele almaktadır:

- Dışadönüklük
- Uyumluluk
- Sorumluluk
- Duygusal Denge (Nevrotiklik)
- Deneyime Açıklık

Bu boyutlar, bireylerin davranışsal eğilimlerini sistematik biçimde analiz etme olanağı sunar. McCrae ve Costa (1992) tarafından geliştirilen NEO Kişilik Envanteri, söz konusu beş boyutu ve her birine ait alt özellikleri ölçerek kişilik yapılarını çok boyutlu biçimde değerlendirmeye imkân tanımaktadır.

Beş Faktör Kişilik Modeli kapsamında bireyin kişilik yapısını oluşturan bu temel boyutlar aşağıda başlıklar hâlinde açıklanmıştır:

- **Dışadönüklük – İçe Dönüklük:** Bu boyut bireyin sosyal etkileşim arayışı, enerjik oluşu ve pozitif duygulara yatkınlığını yansıtır. Dışadönük bireyler daha konuşkan, dışa açık ve aktifken; içedönük bireyler daha çekingen, sessiz ve bireysel faaliyetlere yönelme eğilimindedirler (McCrae & Costa, 1992).
- **Uyumluluk:** Başkalarına karşı sıcak, yardımsever ve iş birliğine açık olmayı ifade eder. Bu boyutta yüksek puan alan bireyler empatik, hoşgörülü ve uzlaşmacı; düşük puan alanlar ise daha rekabetçi, kuşkucu ve mesafeli olabilir (Goldberg, 1990).
- **Sorumluluk (Öz Disiplin):** Bireyin planlı, organize, sorumluluk sahibi ve hedefe yönelik davranışlarını kapsar. Sorumluluk düzeyi yüksek bireyler güvenilir ve düzenlidir; düşük puanlı bireyler ise daha dağınık ve erteleme eğilimindedir (Barrick & Mount, 1991).
- **Duygusal Denge (Nevrotiklik):** Bireyin stres, kaygı, öfke gibi olumsuz duygulara ne ölçüde yatkın olduğunu gösterir. Yüksek puan alan bireyler duygusal dalgalanmalara daha açıkken, düşük puan alan bireyler daha soğukkanlı ve psikolojik olarak dengelidir (Costa & McCrae, 1992).
- **Deneyime ve Yeniliğe Açıklık:** Yaratıcılık, hayal gücü, entelektüel merak ve farklı fikirlere açıklıkla ilişkilidir. Açık bireyler yeni deneyimlere açıktır; geleneksel yapılı bireyler ise daha tutucu, somut ve pratik yönelimlidir (McCrae vd., 2005).

Beş Faktör Kişilik Modeli, kişilik özelliklerinin evrensel, ölçülebilir ve bilimsel bir sistematik içinde değerlendirilmesini sağlayan kuramsal bir çerçeve sunmaktadır. Bu model, bireyler arası farklılıkları beş temel boyut üzerinden

tanımlayarak kişilik yapısının daha bütüncül ve karşılaştırılabilir bir şekilde ele alınmasına olanak tanır. Özellikle sosyal bilimlerde, bireyin davranış kalıplarının öngörülmesi ve kişilik temelli analizlerin yapılması açısından bu modelin kapsayıcı yapısı önemli bir avantaj sağlamaktadır. Günümüzde modelin, hem bireysel değerlendirme süreçlerinde hem de örgütsel bağlamda kullanılabilirliği ve geçerliği geniş ölçüde kabul görmektedir (Tekin, 2012:116-117).

5. KİŞİLİK VE KARAR VERME

Karar verme süreci, bireyin karşılaştığı alternatifler arasında seçim yaparak belirli bir sonuca ulaşma çabasıdır. Bu süreç yalnızca bilişsel yeterliklerle değil, aynı zamanda bireyin kişilik özellikleriyle de doğrudan ilişkilidir. Kişilik bireyin çevresini nasıl algıladığı, değerlendirdiği ve tepki verdiği konusunda belirleyici bir yapıdır. Dolayısıyla karar alma tarzlarını da şekillendirmektedir (McCrae & Costa, 1992; Pervin & Cervone, 2010).

Karar verme davranışı bireyden bireye farklılık gösterebilmekte ve bu farklılıkların temelinde çoğu zaman kişilik özellikleri yer almaktadır. Örneğin, dışadönük bireylerin risk alma eğilimlerinin daha yüksek olabileceği, sorumluluk düzeyi yüksek bireylerin ise daha planlı ve temkinli kararlar alma eğiliminde olduğu araştırmalarda ortaya konmuştur (Judge & Zapata, 2015: 1150; Levin vd., 1998: 415). Nevrotiklik düzeyi yüksek bireyler, karar anlarında daha fazla stres yaşayabilirken; deneyime açıklık düzeyi yüksek bireyler, yeni seçenekleri değerlendirme ve yaratıcı çözüm üretme konusunda daha yetkindir (McCrae vd., 2005).

Yerli literatürde benzer şekilde, kişilik özelliklerinin karar verme tarzlarını etkilediği bulgulanmıştır. Yapılan araştırmalarda, bireylerin kişilik yapılarının özellikle karar sürecindeki duygusal ve bilişsel tepkiler üzerinde belirleyici olduğu; örneğin, duygusal dengesizlik (nevrotiklik) düzeyi yüksek bireylerin daha fazla kararsızlık yaşadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, kişilik özelliklerinin karar alma sürecine yön veren içsel eğilimleri etkilediği görülmektedir (Kalı Soyer, Keskinoglu & İme, 2021).

Karar verme sürecinde kişilik faktörlerinin etkisi yalnızca bireysel yaşamla sınırlı kalmamakta, örgütsel bağlamda da yönetsel kararların niteliğini doğrudan etkilemektedir. Özellikle yönetici pozisyonundaki bireylerin kişilik özelliklerinin, liderlik davranışlarını ve dolayısıyla stratejik karar süreçlerini etkilediği ifade edilmektedir (Sünbül & Şener, 2020:101-102). Bu nedenle, bireylerin kişilik özelliklerinin doğru biçimde anlaşılması, yalnızca psikolojik değerlendirme açısından değil, aynı zamanda karar verme süreçlerinin etkinliği açısından da büyük önem taşımaktadır.

Özetle, kişilik ve karar verme davranışı birbirinden bağımsız değil; aksine birbiriyle sürekli etkileşim hâlinde olan psikolojik yapılardır. Kişiliğin karar süreçleri üzerindeki etkisini anlamak, hem bireysel farkındalığı artırmakta hem de daha bilinçli ve tutarlı kararların alınmasına katkı sağlamaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

ÖZGEÇİLİK

1. ÖZGEÇİLİK

Özgecılık (altruizm) kavramı, tarihsel olarak ahlak felsefesinden köken almış ve zamanla psikoloji, sosyoloji ve davranış bilimlerinde önemli bir araştırma konusu hâline gelmiştir. Terim, ilk kez Fransız filozof Auguste Comte tarafından 19. yüzyılın ortalarında “başkalarının iyiliği için kendini feda etme eğilimi” anlamında kullanılmıştır (Comte, 1851’ten akt. Karadağ & Mutaçlılar, 2009). Comte, bireyin toplumsal sorumluluğunu yerine getirmesinin en yüksek ahlaki davranış biçimi olduğunu savunmuş ve bu davranışı "bencil olmayan, karşılık beklemeyen iyilik" olarak tanımlamıştır (Comte, 1851’ten akt. Ümmet, Ekşi & Otrar, 2012). Bu yaklaşım, ilerleyen dönemlerde sosyal psikolojide özgecılık üzerine yapılan kuramsal ve deneysel çalışmalara temel oluşturmuştur.

Özgecılık günümüzde, bireyin kendi çıkarlarını gözetmeksizin, başkalarının iyiliğini önceleyerek karşılık beklemeden yardım etme eğilimini ifade eden bir davranış biçimi olarak tanımlanmaktadır (Avşaroğlu & Nurkoyuncu, 2021). Psikoloji ve sosyal bilim literatüründe farklı perspektiflerle ele alınsa da, özünde bireyin gönüllü olarak başkalarına yönelik faydalı davranışlarda bulunması özgeciliğin temelini oluşturur. Bu tanım, altruizm kavramının özsel özelliğini vurgulayan ve “başka birinin iyiliği için, kişinin kendi çıkarını düşünmeden davranması” yaklaşımını destekleyen çağdaş çalışmalarla da uyumludur (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2025). Bu yönüyle özgecılık, hem bireysel bir kişilik özelliği hem de toplumsal bütünlüğü destekleyen önemli bir değer sistemi olarak değerlendirilmektedir.

Özgecılık, bireyin yalnızca içsel bir yardım etme isteğiyle değil, aynı zamanda empati kurma kapasitesi ve toplumsal sorumluluk bilinciyle şekillenen çok yönlü bir davranıştır (Peng vd., 2024; Ishtiyak vd., 2024). Güncel araştırmalar, empati düzeyi yüksek bireylerin başkalarının duygularına karşı daha duyarlı olduklarını ve bu duyarlılığın yardım etme davranışlarını artırdığını göstermektedir.

Ishtiyak ve arkadaşlarının (2024) yürüttüğü çalışmada, empati ile prososyal davranış arasında oldukça güçlü bir ilişki bulunmuş; empatik bireylerin yardım etmeye daha yatkın olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, Peng ve arkadaşları (2024:2) gerçekleştirdiği çalışmada, kişilerarası ilişkiler ile özgecilik arasındaki bağın önemli bir bölümünün empati yoluyla oluştuğu ve bireylerin sosyal sorumluluk düzeyinin bu ilişkiyi güçlendirdiği ortaya konmuştur. Bu bulgular, özgeciliğin empati ve toplumsal sorumluluk gibi psikososyal etkenlerle iç içe geçmiş bir yapı olduğunu göstermektedir.

Yerli yazında "özgecilik" kavramı, Batı'daki karşılığı olan *altruism* teriminin Türkçedeki eşdeğeri olarak kullanılmaya başlanmıştır. İlk sistematik çevirilerden biri, Vexliard'ın (1965) *Pitirim A. Sorokin'in Yaratıcı Özgecilik Psikolojisi* adlı çalışmasının Türkçeye aktarımıdır. Vexliard, özgeciliği "başkalarının iyiliğini gözetme" şeklinde tanımlamış ve bu davranışı sosyal dayanışma ile etik değerlerle ilişkilendirmiştir (Vexliard, 1965' ten akt. Almaçak, 2021). Kavram, özellikle 2000'li yıllarda eğitim psikolojisi literatüründe ön plana çıkmış; örneğin Karadağ ve Mutaçlılar (2009) tarafından yapılan çalışmada, öğretmenlerin özgecilik davranışları "topluma katkı sunan eylemleri karşılık beklemeden gerçekleştirme eğilimi" olarak tanımlanmış ve bu eğilimin eğitim ortamlarında nasıl şekillendiği incelenmiştir (Mutaçlılar, 2009:77-78).

Ersanlı ve Çubuker (2015), özgeciliği başkalarının ihtiyaçlarına karşı duyarlı olma, bu ihtiyaçlara karşılık verme ve toplumsal faydayı öncelik tutma olarak ele almışlardır. Ersanlı ve Çubuker (2015)'in geliştirdiği Özgecilik Ölçeği'nde, bireyin karşılık beklemeden yardım etme eğilimi ile empatik yaklaşım arasında güçlü bir ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Yeşilkaya, özgecilik davranışını bireyin sosyal yaşamda edindiği deneyimlere, ahlaki değerlerine ve toplumsal normlara bağlamış; bu davranışın özellikle kolektif bilinç, sosyal sorumluluk ve empati kavramları ile yakından ilişkili olduğunu vurgulamıştır (Yeşilkaya, 2018:481-482). Özgecilik, bu bağlamda sadece bireysel bir eğilim değil; aynı zamanda toplumun bir arada yaşama kapasitesini güçlendiren bir sosyal tutumdur.

Konuya sosyolojik bir açıdan yaklaşan Mutağçılar (2009) ise özgecılık davranışının yalnızca bireysel değil, kültürel ve toplumsal dinamiklerle de şekillendiğini savunmuştur. Ayrıca özgeciliğin birey-toplum etkileşimi bağlamında ele alınması gerektiğini ve özgecılık düzeyinin toplumsal yardımlaşma ve dayanışma kültürünü etkilediğini belirtmiştir.

Benzer biçimde, Şimşek, Çelik ve Akgemici (2015), özgeciliğin sosyal ilişkilerde güven, saygı ve dayanışmayı güçlendirdiğini ve bireyler arası etkileşimin niteliğini artırdığını ifade etmektedir. Bu bağlamda özgecılık, sadece bir kişilik özelliği değil, aynı zamanda sosyal uyumu kolaylaştıran ve toplumsal barışı destekleyen önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Özgecılık kavramı, tarihsel süreçte yalnızca bireysel bir tutum ya da davranış biçimi olarak değil, aynı zamanda farklı disiplinler tarafından çeşitli yönleriyle ele alınan çok boyutlu bir olgu olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, özgeciliğin kapsamını daha iyi anlayabilmek adına kavram; felsefi, dini, sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlar çerçevesinde farklı bakış açılarıyla incelenmektedir. Aşağıda, bu yaklaşımlar ayrı alt başlıklar hâlinde ele alınarak özgeciliğin düşünsel temelleri, bireysel ve toplumsal yansımaları ayrıntılı biçimde açıklanacaktır.

1.1. FELSEFİ ÖZGECİLİK

Felsefi açıdan özgecılık, bireyin ahlaki bir yükümlülük duyarak başkalarının iyiliğini kendi çıkarlarının önünde tutması gerektiğini savunan düşünce biçimi olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşımın temelinde, bireyin yalnızca kendine değil, aynı zamanda topluma karşı da etik sorumluluklar taşıdığı fikri yer almaktadır (Nagel, 1970). Özgecılık kavramı felsefi bağlamda özellikle Auguste Comte tarafından sistemleştirilmiş ve “altruisme” terimi ilk kez Comte’un 1851 tarihli *Système de politique positive* adlı eserinde kullanılmıştır. Comte’a göre, özgecılık insan doğasının en yüksek ahlaki gelişim düzeyini temsil eder ve birey toplumsal faydayı bireysel çıkarlardan üstün tutmalıdır (Comte, 1851’den akt. Almacak, 2021:16).

Özgeciliğin tanımıyla ilgili farklı felsefi yaklaşımlar, bireyin yardım davranışlarını yalnızca sonuçları açısından değil, aynı zamanda niyet ve ahlaki

sorumluluk bağlamında da değerlendirmektedir. Bu kapsamda, Kant'ın deontolojik yaklaşımı, başkalarına yardım etmeyi bir ahlaki ödev olarak görürken; bireyin eylemlerini içsel bir görev bilinciyle gerçekleştirmesi gerektiğini savunur (Stanford Encyclopedia of Philosophy, Altruism 2025).

Özgeciliğe dair farklı bir perspektif sunan Nagel, özgeci davranışların değersiz bir fedakârlık değil; bireyin gönüllü olarak iyilik yapma isteğiyle şekillendiğini belirtmektedir (Nagel, 2020:169). Ona göre özgecilik ve ahlaki davranışlar insanın doğasında doğrudan bulunmaz; bu tutumlar bireyin bilinçli tercihiyle gelişir (Nagel, 2020'ten akt. Almacak, 2021:17). Bu görüşler, özgeciliğin yalnızca duygusal bir tepki değil, aynı zamanda etik ilkelere dayalı bir bilinç ve sorumluluk anlayışı içerdiğini ortaya koymaktadır.

1.2. DİNİ ÖZGECİLİK

Dini özgecilik, bireyin inanç sisteminden kaynaklanan ahlaki sorumlulukla başkalarına yardım etmeyi bir ibadet ve erdem olarak görmesi temeline dayanır. Hemen hemen tüm büyük dinî öğretilerde özgecilik, bireysel kurtuluşun veya manevî yücelmenin bir yolu olarak kabul edilmektedir (Batson, 2011). Yardımlaşma, paylaşma, fedakârlık ve karşılıksız iyilik yapma gibi davranışlar, dinî metinlerde sıkça teşvik edilmiştir.

İslam dininde, özgecilik "ihsan", "infak" ve "sadaka" kavramlarıyla ifade edilmektedir. Kur'an-ı Kerim'de "Kendileri zaruret içinde bulunsalar bile başkalarını kendilerine tercih ederler" (Haşr Suresi, 59/9) ayeti, özgeciliğin yüksek bir erdem olarak kabul edildiğini göstermektedir. İslam'da sosyal yardımlaşma ve başkalarına hizmet anlayışı, Hz. Muhammed'in hayatında sıkça örneklendirilmiş ve ümmete model olarak sunulmuştur. Bu çerçevede Thalgi (2024), İslam'ın özgecilik anlayışının toplum yararına sürdürülebilir sosyal yapılar oluşturmayı hedeflediğini vurgulamaktadır. Bu anlayış sadece bireysel sorumluluk değil, toplumsal dayanışma ve sosyal adaletin temel taşlarından biri olarak değerlendirilmiştir.

Hristiyanlıkta, özgecilik "komşunu kendin gibi sev" ilkesiyle temellenmiştir (Markos 12:31). İsa Peygamber'in öğretileri, bireyin yalnızca ailesine değil, tüm

insanlığa karşı merhametli ve cömert olması gerektiğini vurgular. Bu bağlamda özgecilik, Tanrı'nın sevgisini yansıtanın bir biçimi olarak kabul edilir (Grant, 2001).

Yahudilikte özgecilik anlayışı en temelde “Tzedakah” kavramı ile ifade edilir. İbranice kökenli bu terim doğrudan “adalet” ya da “doğruluk” anlamına gelmekle birlikte, dini bağlamda hayırseverlik, yardımseverlik ve sosyal sorumluluk anlamında kullanılmaktadır (Dorff, 2005). “Tzedakah”, gönüllü bir iyilikten ziyade, her bireyin özellikle ihtiyaç sahiplerine karşı yerine getirmesi gereken etik ve dini bir yükümlülük olarak kabul edilmektedir (Levenson, 2006). Bu yönüyle özgecilik, Yahudi inanç sisteminde yalnızca bir erdem değil, aynı zamanda toplumsal adaletin tesis edilmesine katkı sunan bir görevdir.

Özgecilik kavramı açısından bakıldığında Tzedakah uygulamaları; bireyin karşılık beklemezsizin başkalarının iyiliği için çaba göstermesinin, dini ve sosyal sistemle nasıl bütünleşebileceğini göstermektedir. Yardım etmenin yalnızca varlıklı bireylerin değil, toplumun tüm kesimlerinin sorumluluğu olduğuna inanılır ve bu durum, özgecilik davranışlarının toplumsal düzeyde içselleştirilmesini sağlar (Schimmel, 1997). Dolayısıyla Tzedakah, bireysel iyilikten çok daha öte, toplumun dayanışma ve adalet ilkeleri doğrultusunda şekillenen yapısal bir özgecilik biçimidir.

Budizm ve Hinduizm gibi doğu dinlerinde ise özgecilik, “karma” ve “nirvana” kavramları ile ilişkilidir. Başkalarına zarar vermemek (ahimsa), iyilikte bulunmak ve kendini başkalarının refahı için adanmak, bireyin ruhsal tekâmülü için temel ilkelerden biridir (Dalai Lama, 1999).

Dini özgecilik anlayışı bireyin yalnızca dünyevi çıkarlar için değil, aynı zamanda kutsal bir yükümlülük duygusuyla hareket etmesini sağlar. Bu yönüyle dini özgecilik, yalnızca bireysel değil aynı zamanda toplumsal dayanışmayı ve sosyal bütünleşmeyi destekleyen güçlü bir motivasyon kaynağıdır (Harputlu, 2015).

1.3. SOSYOLOJİK ÖZGEÇİLİK

Sosyolojik bağlamda özgecilik yalnızca bireysel bir tercih ya da kişilik özelliği değil; aynı zamanda toplumsal yapı, kültürel değerler, normlar ve sosyal

rollerle şekillenen kolektif bir davranış biçimi olarak ele alınmaktadır (Durkheim, 1897; Erden ve Akman, 2020).

Emile Durkheim, bireyin kendisini topluma adanması kendi çıkarlarını ikinci plana atarak toplumsal faydayı öncelemesini “bencil olmayan benlik” yaklaşımıyla açıklamış; bu tür davranışların toplumsal dayanışma ve düzenin sürekliliği açısından önemli olduğunu vurgulamıştır. Özgecilik, bu yönüyle sosyal bütünleşmeyi ve kolektif bilinci pekiştiren bir unsur olarak değerlendirilir (Durkheim, 1897; Erden ve Akman, 2020).

Kültürel yapılar da özgecilik davranışını yönlendiren önemli etmenlerdendir. Özellikle kolektivist kültürlerde bireyler, topluluk yararını gözeterek davranışlara daha fazla yönelirler ve bu davranış biçimi sosyal olarak teşvik edilir. Türkiye gibi kolektivist değerlere sahip toplumlarda, özgecilik hem ahlaki bir sorumluluk hem de sosyal bir beklenti olarak algılanmaktadır (Triandis, 1995; Kağıtçıbaşı, 2010).

Sonuç olarak sosyolojik bakış açısıyla özgecilik, bireylerin içinde yaşadıkları toplumsal yapıyla şekillenen ve bu yapının sürekliliğine katkı sunan bir sosyal olgu olarak değerlendirilmektedir. Bu tür davranışlar yalnızca bireysel değil; aynı zamanda kolektif düzeyde anlam kazanmakta ve toplumun bütünlüğüne hizmet etmektedir.

1.4. PSİKOLOJİK ÖZGECİLİK

Psikolojik özgecilik, bireyin içsel motivasyonla herhangi bir dış ödül veya karşılık beklemeden başkalarının yararına davranışta bulunma eğilimini ifade eder. Bu yaklaşım, bireyin yardımseverliğini içsel güdüler, ahlaki sorumluluklar, duygusal duyarlılık ve toplumsal değerlerle temellendirir. Özgeci birey çoğu zaman karşılık beklemeden ve kendi çıkarını ikinci plana atarak hareket eder (Parmaksız, 2020:288).

Psikolojik özgecilik, bireyin değerler sistemine ve sosyal öğrenme süreçlerine dayalı olarak gelişir. Özellikle bireyin erken dönem deneyimleri, aile ortamı ve sosyal çevrede gözlemlenen yardım davranışları özgecilik eğiliminin oluşmasında belirleyici bir rol oynar. Sosyal öğrenme kuramı doğrultusunda değerlendirildiğinde, yardımseverlik ve diğerkâmlık gibi davranış kalıplarının model alma yoluyla

öğrenildiği ve zamanla içselleştirildiği ifade edilmektedir (Orçin, Demir & Özcan, 2025:67-68). Bu nedenle özgecilik sadece içsel bir özellik değil; aynı zamanda sosyal çevreden edinilen yaşantılarla beslenen dinamik bir süreçtir.

Ayrıca psikolojik özgecilik, bireyin psikolojik sağlamlık düzeyi ve genel iyilik hâli ile de yakından ilişkilidir. Yapılan araştırmalarda özgeci eğilimleri yüksek bireylerin daha dayanıklı, olumlu sosyal ilişkiler kurma becerisi gelişmiş ve yaşamdan doyum alma düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Orçin, Demir & Özcan, 2025). Bu bulgular, özgeciliğin bireysel refah ve toplumsal uyum açısından destekleyici bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, psikolojik özgecilik bireyin içsel dünyasında şekillenen bir eğilim olmakla birlikte sosyal bağlamdan bağımsız düşünülemez. Bireyin kişilik özellikleri, öğrenme geçmişi, değer yönelimi ve çevresel faktörlerin etkileşimiyle biçimlenen bu eğilim, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde olumlu sonuçlar doğurabilecek nitelikte bir sosyal davranış biçimi olarak kabul edilmektedir.

2. RASYONELLİK VE ÖZGEÇİLİK

Geleneksel iktisat yaklaşımlarında bireylerin kararlarını yalnızca kendi çıkarlarını maksimize etmek için aldığı kabul edilir (Kahneman, 2011; Thaler, 2016). Bu anlayışa göre, karşılık beklemeden başkaları için yapılan fedakârlıklar yani özgecilik davranışları ekonomik rasyonaliteyle çelişir. Ancak son yıllarda yapılan araştırmalar, bireylerin karar alma süreçlerinde sadece maddi değil, duygusal, ahlaki ve sosyal unsurların da etkili olduğunu göstermektedir (Loewenstein, 2000). Bu nedenle, özgecilik gibi davranışlar artık irrasyonel değil bireyin içsel tatmin veya sosyal uyum gibi farklı türde faydalar gözettiği daha geniş bir rasyonalite anlayışı içinde değerlendirilmektedir (Andreoni, 1995; Batson, 2011).

Andreoni (1990) tarafından “saf olmayan (impure) özgecilik” biçiminde tanımlanan sıcak parıltı (warm-glow) etkisi, bireylerin yardım etme davranışına duygusal bir ödül beklentisiyle motive olabildiğini göstermektedir (Taşdirek, 2019; Pelenk, 2019:125). Bu model, bireyin sadece dışsal fayda değil; yaptığı iyilikten hissettiği içsel memnuniyetle de karar verdiğini ortaya koyar. Türkiye’de yapılan

akademik çalışmalar da davranışsal iktisat perspektifinden sıcak parıltı ile özgecilik arasındaki ilişkiyi onaylamaktadır; Örneğin, Taşdirek (2019:81), sıcak parıltı etkisinin bireyleri gönüllü katkıda bulunmaya yönlendirdiğini belirtmektedir. Bu bağlamda özgecilik, yalnızca karşılıksız bir fedakârlık değil; bireyin içsel haz, psikolojik tatmin ve sosyal onay algısı gibi içeriksel faydaları da gözeterek hareket ettiği bir davranış biçimi olarak değerlendirilir. Böylece özgecilik, tamamen irrasyonel bir tutum olmaktan çıkarak bireyin hem duygusal motivasyonlarını hem de toplumsal değerleri dikkate aldığı genişletilmiş bir rasyonalite anlayışı içinde anlam kazanır.

Ayrıca, davranışsal iktisat alanında Fehr ve Schmidt'in (2005) eşitsizlikten kaçınma modeli ile psikoloji alanında geliştirilen empati temelli karar alma kuramları, bireylerin kararlarını sadece ekonomik rasyonaliteyle değil, aynı zamanda duygusal ve ahlaki değerlendirmelerle şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede empati, toplumsal normlar ve kişisel değerler gibi faktörler, bireyin yalnızca kendi çıkarlarını değil; başkalarının ihtiyaçlarını da dikkate alarak hareket edebileceğini göstermektedir (Fehr & Schmidt, 2005'ten akt. Taşdirek, 2019:71).

Dolayısıyla, özgecilik ve rasyonellik ilk bakışta birbirine zıt gibi görünen kavramlar olsa da bireylerin karar alma süreçleri çok boyutlu olarak ele alındığında, bu iki kavramın bir arada var olabileceği anlaşılmaktadır. Özgecilik davranışları genişletilmiş fayda tanımı içinde değerlendirildiğinde bireyin yalnızca dışsal değil, içsel motivasyonlarla da rasyonel tercihlerde bulunabileceğini göstermektedir.

2.1. RASYONALİTE VE ÖZGECİLİK

Rasyonalite, gündelik dilde genellikle akla ve mantığa uygun ölçülü, aşırıya kaçmayan ve makul davranışları tanımlamak için kullanılmaktadır. Aynı zamanda belirli bir amaca ulaşmak için en uygun aracın seçilmesi de rasyonel davranış kapsamında değerlendirilmektedir (Yılmaz, 2023:25). Klasik iktisat kuramlarında bireyler, kendi çıkarlarını maksimize etmeye odaklı “homo economicus” olarak kabul edilir (Işık, 2023). Bu bakış açısına göre, karşılık beklemeden başkaları için yapılan fedakârlıklar yani özgecilik davranışları ekonomik rasyonalite çerçevesinde

irrasyonel olarak değerlendirilir. Ancak bu yaklaşım insan davranışlarının duygusal, ahlaki ve sosyal yönlerini açıklamada yetersiz kalmaktadır.

Davranışsal iktisat ve karar teorisi literatürü bireylerin sınırlı bilişsel kapasite, zaman baskısı ve duygusal etkiler altında “sınırlı rasyonelite” ile hareket ettiğini ortaya koymaktadır. Örneğin Kim ve Hwang (2015), sınırlı rasyoneliteye sahip bireylerin zamanla özgeci tercihleri geliştirebildiğini göstermiştir. Benzer şekilde, Golovics (2015) davranışsal iktisat çerçevesinde özgecilik gibi sosyal tercihlerin iktisadi modellerde giderek daha fazla yer bulduğunu belirtmektedir. Bu çalışmalar, bireylerin yalnızca maddi fayda değil sosyal normlar, empati ve adalet algısı gibi değerleri de karar süreçlerine dahil ettiğini göstermektedir.

Witzig’in (2024) yakın tarihli deneysel çalışması ise bilişsel yükün arttığı durumlarda bireylerin daha özgeci tercihlerde bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular özgeciliğin irrasyonel bir davranış değil bireyin duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını gözetten bir tercih olduğunu göstermektedir. Bu nedenle özgecilik, yalnızca bireysel çıkar maksimizasyonu ile açıklanamayacak kadar çok boyutlu bir yapıya sahiptir ve genişletilmiş rasyonelite anlayışı çerçevesinde değerlendirilmelidir.

Psikoloji alanındaki çalışmalar da özgeciliğin farklı türde faydalar sağlayabileceğini göstermektedir. Batson (1991), bireyin yardım ederken empati kurduğunu ve bu yolla içsel bir tatmin yaşadığını belirtmiştir.

Davranışsal iktisat alanında yapılan araştırmalar, bireylerin sadece maliyeti düşürüp faydayı artırmakla kalmayıp; aynı zamanda sosyal normlar, adalet duygusu ve empatiye dayalı rasyonel tercihler yaptığını göstermektedir (Fehr & Fischbacher, 2003; Graf vd., 2021). Örneğin, Fehr ve Fischbacher’ın klasik “üçüncü taraf yaptırım” çalışmaları, bireylerin adalet normlarını korumak için maddi çıkarlarını feda edebileceğini ortaya koymuştur. Son zamanlarda yapılan araştırmalarda ise “watching-eye” (izleniyormuş hissi veren göz görselleri) etkisinin, bireylerde empatik ve prososyal davranışları artırdığı gözlemlenmiştir (Dear, Dutton & Fox, 2019). Türkiye örneklerinde, Özkara ve Taş (2022) özel sektörde yürüttükleri bir çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça çalışanların empati ve özgeci

davranışlarında anlamlı bir yükseliş saptamıştır. Bu veriler, özgecilik davranışlarının yalnızca duygusal değil; stratejik ve sosyal birer karar olduğunu da net biçimde ortaya koymaktadır.

2.2. RASYONEL BİREY VE ÖZGEÇİLİK ZİTLİĞİ

Klasik ekonomi ve karar teorileri çerçevesinde şekillenen “rasyonel birey” modeli, bireyin tüm davranışlarının kendi çıkarlarını maksimize etme amacına hizmet ettiğini varsayar. Bu anlayışa göre birey, sınırsız bilgiye erişebilen, seçenekler arasında tutarlı tercihler yapabilen ve maliyet-fayda hesaplamaları ile en uygun kararı alabilen bir varlıktır (Von Neumann & Morgenstern, 1944; Becker, 1976). Bu model, özgecilik gibi karşılık beklemeden yapılan yardım davranışlarını açıklamakta yetersiz kalmaktadır; zira özgeci birey, çoğu zaman kendi çıkarını geri plana atmakta, hatta bazı durumlarda tamamen göz ardı etmektedir.

Özgecilik, tanım gereği, başkasının refahını kendi çıkarından üstün tutma eğilimidir (Batson, 1991). Bu durum, fayda maksimizasyonunu temel alan geleneksel rasyonalite kuramları ile doğrudan çelişir. Rasyonel birey, kararlarını kendi faydasını maksimize etme ilkesi doğrultusunda alırken, özgeci birey, başkalarının refahını gözeterek kimi zaman kendi çıkarlarından feragat edebilir. Bu nedenle, özgecilik ve rasyonalite kavramları, davranışsal iktisat literatüründe sıklıkla birbiriyle çelişen yaklaşımlar olarak değerlendirilmektedir (Sen, 1977; Fehr & Fischbacher, 2003; Camerer, 2011).

Bununla birlikte, bu zıtlık günümüzde daha esnek bir çerçevede yeniden değerlendirilmektedir. Davranışsal iktisat ve sosyal psikoloji alanındaki araştırmalar, bireylerin yalnızca ekonomik değil, ahlaki, duygusal ve sosyal motivasyonlarla da karar aldığını göstermiştir (Loewenstein & Lerner, 2003). Örneğin, empati, aidiyet, vicdan ve sosyal onay gibi içsel ve dışsal motivasyonlar, bireyleri özgeci davranışlara yöneltebilir. Bu davranışlar bireysel faydayı doğrudan artırmasa da, bireyin duygusal tatmini, sosyal statüsü ya da ahlaki bütünlüğü açısından dolaylı fayda sağlayabilir (Cialdini vd., 1987; Andreoni, 1990).

Rasyonel birey-özgecilik karşıtlığını yeniden değerlendiren yaklaşımlar, bireylerin yalnızca maddi değil; aynı zamanda psikolojik, sosyal ve ahlaki faydaları da gözeterek karar verdiklerini ileri sürmektedir. Bu yaklaşım klasik fayda teorisinin sınırlarını genişleterek, özgeci davranışların da bireysel çıkarla çelişmeyebileceğini savunur. Nitekim yardımsever davranışlar bireylerde manevi tatmin, aidiyet hissi veya ahlaki huzur gibi kişisel anlamlar taşıyabileceği için, yalnızca başkalarının değil, bazen bireyin kendisinin de değer dünyasıyla örtüşen sonuçlar doğurabilmektedir (Pelenk, 2019; Üzümcü ve ark. 2019:106).

Dolayısıyla, özgecilik ve rasyonalite kavramları geleneksel literatürde birbirine zıt yapılar olarak değerlendirilmiş olsa da çağdaş kuramsal yaklaşımlar bu zıtlığın mutlak olmadığını ortaya koymaktadır. Bireyin özgeci davranışları daha geniş bir fayda tanımı içinde değerlendirildiğinde, rasyonel çerçeveye uyumlu hale gelebilmektedir. Bu durum bireyin hem içsel değerlerini hem de çevresel etkileri dikkate alarak çok boyutlu kararlar aldığını göstermektedir.

3. ÖZGECİLİK VE KARAR VERME

Karar verme süreci, özellikle işletme ve finans alanlarında yöneticiler açısından stratejik bir öneme sahiptir. Yöneticiler kâr maksimizasyonu, risk yönetimi, yatırım planlaması ve kaynak tahsisi gibi çok boyutlu konularda karar alırken hem rasyonel analizlere hem de bireysel değer yargılarına dayalı değerlendirmelerde bulunurlar (Bazerman ve Moore, 2013). Bu süreçte, yöneticilerin kişilik özellikleri ve ahlaki eğilimleri karar kalitesini doğrudan etkileyebilir. Bu bağlamda, özgecilik gibi sosyal ve etik temelli eğilimler, yönetsel karar alma süreçlerine farklı bir boyut kazandırmaktadır.

Özgecilik, bireyin başkalarının yararına herhangi bir karşılık beklemeden fayda sağlamaya yönelik davranışlarını ifade eder (Özkara, Taş & Aydın, 2022:365-366). Özgeci yöneticiler, sadece şirketin finansal başarısını değil çalışanların refahı, paydaş ilişkileri ve toplumsal etkileri de dikkate alan daha bütüncül kararlar alabilirler. Bu tür bir yaklaşım örneğin temettü dağıtımı, ücretlendirme politikaları, işten çıkarma kararları veya sosyal sorumluluk yatırımları gibi konularda kendini gösterebilir. Bu tür kararlar kısa vadeli finansal kazançları

sınırlandırabilir, ancak uzun vadede kurumsal güven, çalışan sadakati ve sürdürülebilirlik açısından olumlu sonuçlar doğurabilir (Donaldson & Preston, 1995; Freeman vd., 2004).

Finans literatüründe baskın olan neoklasik yaklaşım, yöneticilerin rasyonel davranarak yalnızca hissedarların değerini maksimize etmeyi amaçladığını varsaymaktadır (Terteriz ve Akkaya, 2021). Ancak davranışsal finans ve örgütsel psikoloji çalışmaları, bireysel farklılıkların ve kişilik özelliklerinin karar süreçlerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur (Kahneman & Tversky, 1979 Hambrick & Mason, 1984). Bu çerçevede, özgecilik gibi kişilik temelli eğilimlerin yöneticilerin temettü politikası borçlanma stratejileri ve yatırım tercihleri gibi temel finansal kararlarında etkili olabileceği düşünülmektedir.

Özgeci eğilimi yüksek yöneticiler, sadece şirketin hissedarlarını değil çalışanları, müşterileri ve toplumu da gözetken kararlar alabilir. Bu yaklaşım, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında veya uzun vadeli yatırım planlamalarında daha çok görünür hale gelir (Bénabou & Tirole, 2010). Ayrıca özgecilik, yöneticilerin kısa vadeli baskılardan ziyade uzun vadeli istikrar ve etik sorumluluğa yönelmelerini sağlayabilir.

Dolayısıyla, özgecilik yalnızca bireyler arası ilişkilerde değil aynı zamanda yönetsel ve finansal karar süreçlerinde de belirleyici bir kişilik özelliği olarak önem kazanmaktadır. Özgeci eğilim taşıyan yöneticiler kararlarını sadece hissedarların çıkarları doğrultusunda değil; çalışanların refahı, çevresel etkiler, müşteri memnuniyeti ve genel toplumsal fayda gibi çok boyutlu kriterleri göz önünde bulundurarak alma eğilimindedirler. Bu yönüyle özgecilik özellikle etik ikilemlerde, temettü dağıtımı, işten çıkarma, kaynak paylaşımı ve kurumsal sosyal sorumluluk gibi kritik kararlarda yöneticinin tutumunu belirleyebilir (Jensen & Meckling, 1976; Bénabou & Tirole, 2010).

Günümüzde şirketlerin yalnızca finansal performansları değil aynı zamanda sosyal sorumlulukları ve paydaşlara karşı etik tutumları da kamuoyu ve yatırımcılar tarafından titizlikle izlenmektedir. Bu nedenle özgecilik temelli kararlar artık yalnızca bireysel etik yansımalar değil kurumsal itibarı, marka değerini ve

sürdürülebilirlik performansını doğrudan etkileyen stratejik kararlar olarak değerlendirilmektedir (Van Het Hof & Hoştut, 2021; Özkara, Taş & Aydın, 2022). Bu bağlamda yöneticilerin kişilik özelliklerinden biri olarak değerlendirilen özgeciliğin, temettü politikaları gibi finansal kararlar üzerinde nasıl bir rol oynadığı sorusu hem kuramsal hem de uygulamalı açıdan dikkat çekici bir araştırma konusudur.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FİNANSAL KARARLAR VE TEMETTÜ DAĞITIMI

Şirketlerin uzun vadeli başarısı ve sürdürülebilirliği yalnızca operasyonel verimlilik ve kârlılıkla değil, aynı zamanda yöneticilerin aldıkları finansal kararların etkinliğiyle de doğrudan ilişkilidir. Finansal kararlar; yatırım, finansman, temettü dağıtımı ve likidite yönetimi gibi temel alanlarda alınan stratejik tercihlerden oluşur. Bu kararlar, hem şirketin içsel dinamiklerini hem de yatırımcıların, paydaşların ve piyasaların algısını önemli ölçüde şekillendirmektedir (Brigham ve Ehrhardt, 2016). İşletmelerin finansal yönetim süreci bu kapsamda şirketin değerini artırmayı ve sürdürülebilir bir sermaye yapısı oluşturmayı amaçlamaktadır. Özellikle halka açık şirketlerde alınan bu kararlar, sermaye piyasalarının işleyişi ve yatırımcı güveni açısından kritik öneme sahiptir.

Bu bağlamda, temettü dağıtımı şirketlerin en önemli finansal kararlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Temettü politikaları hem şirketin iç kaynak kullanımına hem de dış paydaşlara yönelik taahhütlerine dair önemli ipuçları sunar. Şirketin kârını ortaklarıyla hangi ölçüde ve ne sıklıkla paylaşacağına yönelik kararlar, yönetim stratejileriyle doğrudan ilişkilidir ve yatırımcıların şirkete olan güvenini şekillendirmede belirleyici rol oynar (Baker & Powell, 2012).

1. KÂR VE ŞİRKETLERDE KÂRIN ORTAYA ÇIKIŞI

Kâr, işletmelerin temel varlık sebebini oluşturan en önemli ekonomik göstergelerden biridir. En genel anlamıyla kâr, işletmenin faaliyetleri sonucunda elde ettiği toplam gelir ile katlandığı toplam maliyet arasındaki olumlu farkı ifade eder (Akyüz ve Ertel, 1987' den akt. Erdaş, 2017:51). İşletmeler, üretim ve hizmet süreçlerinde kaynaklarını etkin kullanarak satış gelirleri yoluyla ekonomik değer yaratmayı ve bu değer bir kısmını ortaklarıyla paylaşmayı hedefler. Bu çerçevede kâr, yalnızca finansal bir çıktı değil aynı zamanda işletmenin etkinliğinin ve sürdürülebilirliğinin de bir ölçüsüdür.

İktisat literatüründe kâr kavramı farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Klasik iktisat yaklaşımında kâr, üretim faktörlerinden sermayeye ödenen bir getiri olarak

değerlendirilirken; Keynesyen yaklaşımlar kârı, talep düzeyine bağlı olarak değişkenlik gösteren bir fonksiyon olarak yorumlamaktadır (Samuelson & Nordhaus, 2010). Modern finans ve işletme literatüründe ise kâr, hem içsel verimliliğin hem de piyasadaki rekabet gücünün bir yansımasıdır. Özellikle muhasebe ve finans alanlarında kâr türleri; brüt kâr, faaliyet kârı, vergi öncesi kâr ve net dönem kârı gibi ayrımlarla incelenmektedir (Karaca, 2014).

Kârın ortaya çıkışı ise, işletmelerin temel fonksiyonlarını (üretim, pazarlama, yönetim ve finansman) etkin biçimde yerine getirmesine bağlıdır. Bu süreçte maliyetlerin düşürülmesi, satışların artırılması, kaynakların verimli kullanımı ve stratejik planlama gibi unsurlar kritik rol oynar (Horngren vd., 2013). Ayrıca, kârın sürekliliği ve istikrarı da yatırımcılar açısından önemli bir sinyal niteliğindedir. Özellikle halka açık şirketlerde dönemsel kâr rakamları, hisse senedi fiyatları üzerinde doğrudan etkiye sahiptir ve yatırım kararlarında belirleyici olmaktadır (Gitman & Zutter, 2012).

Türkiye'de ise kâr kavramı, Türk Ticaret Kanunu (TTK) ve Vergi Usul Kanunu (VUK) çerçevesinde yasal ve mali boyutlarıyla tanımlanmaktadır. TTK'ya göre işletmelerin dağıtılabilir kârı, net dönem kârından geçmiş yıl zararlarının, vergilerin ve yasal yedek akçelerin düşülmesiyle elde edilir (TTK, 2011). Bu durum, şirketlerin sadece kâr elde etmelerini değil, aynı zamanda bu kârın nasıl değerlendirileceğine ilişkin kararları da gündeme getirir.

Sonuç olarak kâr hem işletme içi finansal yönetimin başarısını hem de dış paydaşlara sunulan değer büyüklüğünü temsil eden çok boyutlu bir kavramdır. Bu kavram, bir sonraki bölümde ele alınacak olan temettü politikalarının belirlenmesinde temel hareket noktasıdır. Çünkü dağıtılabilir kârın varlığı ve sürdürülebilirliği, temettü stratejilerinin uygulanabilirliğini doğrudan etkilemektedir.

Kâr kavramı çeşitli türlerde sınıflandırılabilir; Bunlar,

- **Ticari Kâr:** Muhasebe ilkeleri doğrultusunda düzenlenen finansal tablolarda yer alan ve gelirlerle giderler arasındaki farkın hesaplanmasıyla elde edilen kârdır. İşletmenin genel faaliyetlerinden sağladığı ekonomik faydayı yansıtır.

Ancak, bu kâr türü vergi mevzuatına göre değil, muhasebe standartlarına göre belirlenir (Karapınar, 2010).

- **Mali Kâr:** Vergi mevzuatına uygun olarak hesaplanan ve Gelir İdaresi Başkanlığı'na sunulan kâr türüdür. Bu kâr, ticari kârın vergi yasalarına göre düzeltilmesiyle elde edilir. Bu nedenle ticari kâr ile mali kâr arasında farklılıklar doğabilmektedir. Söz konusu farklar, kanunen kabul edilmeyen giderlerin eklenmesi veya istisna gelirlerin düşülmesi gibi düzenlemelerden kaynaklanır (Pekdemir, 2008).
- **Safi (Net) Kâr:** Ticari veya mali kârdan vergiler, geçmiş yıl zararları ve yasal yedek akçeler gibi yükümlülüklerin çıkarılmasıyla geriye kalan ve ortaklara dağıtılabılır nitelikte olan kârı ifade eder. Bu kâr türü, temettü politikalarının belirlenmesinde esas alınan kârdır (Akgüç, 2013).

Özetle, işletmelerin kârlılık düzeyleri yalnızca finansal performansın bir göstergesi değil, aynı zamanda geleceğe yönelik stratejik kararların da temel belirleyicisidir. Ticari, mali ve net kâr gibi farklı kâr türleri, şirketin hem içsel dinamiklerini hem de yasal ve paydaşlara yönelik sorumluluklarını yansıtan kritik finansal göstergelerdir. Bu bağlamda, kârın ne şekilde kullanılacağı ve ortaklarla nasıl paylaşılacağı sorusu, şirketlerin finansal yönetiminde önemli bir karar alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kararların başında ise temettü politikaları gelmektedir.

2. TEMETTÜ (KÂR PAYI) KAVRAMI

Temettü, şirketlerin dönem sonunda elde ettikleri net kâr üzerinden ortaklarına yaptıkları kâr payı dağıtımıdır. Sermaye şirketlerinde, bu uygulama yatırımcının şirkete yaptığı finansal katkının karşılığını alma süreci olarak değerlendirilmektedir (Demir, 2001'den akt. Ertuğrul, 2024:273). Temettü ödemesi, sadece bir finansal getiri aracı değil, aynı zamanda yatırımcıya verilen güvenin ve işletme yönetiminin istikrarına duyulan inancın bir göstergesidir (Brealey, Myers & Allen, 2014).

Şirketler temettü kararı verirken, mevcut kârlılık düzeylerinin yanı sıra nakit akışı durumu, yatırım ihtiyaçları ve piyasa beklentileri gibi birçok unsuru dikkate alır. Lintner'in (1956) yaptığı öncü çalışmalarda, firmaların temettü kararlarında istikrarı ön planda tuttıkları ve kâr dalgalanmalarına rağmen temettü oranlarını kolay kolay değiştirmedikleri tespit edilmiştir.

Türkiye'de temettü uygulamaları, Türk Ticaret Kanunu (TTK, 2011) ve Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) düzenlemeleri çerçevesinde yürütülmektedir. Özellikle halka açık şirketlerde temettü politikaları, yatırımcı ilişkilerinde şeffaflık ve öngörülebilirlik açısından önem arz etmektedir (SPK, 2014).

3. TEMETTÜ DAĞITIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Temettü dağıtım kararları, bir işletmenin finansal yönetiminde stratejik öneme sahip olup çok sayıda içsel ve dışsal faktörün etkisi altındadır. Bu faktörler, şirketin mevcut kaynakları, uzun vadeli planları, piyasa koşulları ve yatırımcı beklentileri gibi çeşitli değişkenlerden beslenir. Yönetim, temettü politikasını belirlerken yalnızca kâr elde etme durumunu değil, aynı zamanda bu kârın dağıtılmasının şirketin gelecekteki mali yapısına olan etkilerini de dikkate almak zorundadır (Erdaş, 2017:51).

Yönetimlerin temettüye ilişkin stratejik kararları alırken dikkate aldığı başlıca unsurlar aşağıda açıklanmaktadır.

3.1. FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ

Temettü ödeme kapasitesi üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Literatürde büyük ölçekli şirketlerin genellikle daha istikrarlı ve düzenli temettü dağıtma eğiliminde olduğu belirtilmektedir (Denis & Osobov, 2008). Bu şirketler, finansal piyasalarda daha görünür ve itibarlı olmaları sayesinde hem daha düşük sermaye maliyetine erişebilmekte hem de yatırımcı güvenini koruyabilmektedir. Küçük ölçekli firmalar ise genellikle büyüme ve kaynak oluşturma önceliği taşıdıklarından, temettü ödemeleri daha düşük veya düzensiz olabilir (Fama & French, 2001).

3.2. ŞİRKETİN LİKİDİTE DURUMU

Şirketin kısa vadeli borçlarını ödeme gücü, yani likidite durumu, temettü dağıtım kararlarında önemli bir etkidir. Şirket kâr etmiş olsa bile, yeterli nakit bulunmadığı sürece hissedarlara temettü ödemesi yapılamaz. Bu nedenle, sadece muhasebe kârına değil, aynı zamanda eldeki nakit akışına da bakılması gerekir. Son yıllarda yapılan araştırmalar da bu durumu desteklemektedir. Örneğin Mazouz ve arkadaşları (2022), nakit likiditesi yüksek olan firmaların daha düzenli temettü dağıttığını göstermiştir. Benzer şekilde Stereńczak & Kubiak (2022), çalışmasında şirketin hisse senedi likiditesinin de temettü politikalarını doğrudan etkilediğini belirtmiştir.

3.3. KALDIRAÇ ORANI

Kaldıraç oranı, bir şirketin varlıklarını finanse ederken borç kullanım düzeyini ifade eden ve borç/özsermaye oranı gibi göstergelerle ölçülen finansal bir göstergedir (Simit, 2023:55). Bu oran firmanın ne ölçüde dış kaynaklara bağımlı olduğunu gösterir. Kaldıraç oranı yüksek olan işletmeler borç yükümlülüklerini yerine getirme önceliği nedeniyle temettü dağıtım konusunda daha ihtiyatlı davranma eğilimindedir. Özellikle kredi verenlerin risk algısı ve geri ödeme beklentileri, yönetimin temettü kararlarını sınırlandırabilmektedir. Yapılan güncel araştırmalarda da finansal kaldıraç düzeyinin, firmaların temettü politikalarında belirleyici bir unsur olduğu ortaya konulmuştur. Örneğin, Al-Najjar ve Kilincarslan (2019), gelişmekte olan piyasalarda faaliyet gösteren şirketlerde borç oranının artmasının temettü ödemelerini olumsuz etkilediğini belirtmektedir.

3.4. BORÇ ÖDEME GÜCÜ

Borç ödeme gücü şirketin kredileri ve faiz yükümlülükleriyle başa çıkabilme kapasitesidir ve temettü dağıtımında kritik bir etken olarak öne çıkar. Çünkü şirket nakit kaynaklarını öncelikle borçlara ayırmak zorunda kalırsa, temettü ödeme olanakları kısıtlanabilir. Örneğin, Can ve Acar (2024) tarafından yapılan bir

çalışmada, BİST'teki şirketlerin kredi temerrüt takas (CDS) primlerinin yükseldiği dönemlerde temettü dağıtım oranlarının anlamlı şekilde düştüğü saptanmıştır. Bu sonuç, borç stokunun artmasının temettü politikasını doğrudan etkilediğini göstermektedir.

3.5. YATIRIM PLANLARI

Temettü kararlarını doğrudan etkileyen önemli bir içsel faktördür. Genişleme hedefi olan veya yeni projelere yatırım yapmayı planlayan şirketler kârlarını dağıtmak yerine bünyede tutmayı tercih edebilir. Bu yaklaşım sürdürülebilir büyüme hedefi taşıyan şirketlerde yaygındır ve uzun vadeli değer yaratma stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilir (Baker & Powell, 2012).

3.6. ENFLASYON

Enflasyon oranı gibi makroekonomik değişkenler de temettü politikalarında etkili olabilmektedir. Yüksek enflasyon dönemlerinde şirketler artan maliyetleri ve satın alma gücündeki azalmayı dikkate alarak temettü ödemelerini kısıtlayabilir ya da geciktirebilir. Aynı zamanda yatırımcılar da temettü gelirlerinin reel değerini koruma konusunda daha hassas davranmakta ve temettü politikalarını buna göre değerlendirmektedir (Ross vd., 2011).

Tüm bu faktörler bir arada değerlendirildiğinde temettü kararlarının yalnızca şirketin kârlılığına değil; aynı zamanda stratejik planlamasına, risk yapısına, kaynak yönetimine ve ekonomik çevreye bağlı olarak şekillendiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle, temettü politikası, finans yöneticilerinin denge gözeterek aldığı çok boyutlu bir karar alanıdır.

4. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKALARI

Şirketler dönem sonunda elde ettikleri kârın ortaklara dağıtımı konusunda farklı stratejiler izleyebilirler. Temettü dağıtım politikaları işletmenin finansal yapısı, büyüme stratejisi, nakit akışı ve yatırımcı beklentileri gibi çeşitli faktörler göz önünde bulundurularak şekillendirilir (Baker & Powell, 2012). Aşağıda literatürde yaygın olarak tanımlanan temettü dağıtım politikaları açıklanmıştır:

4.1. ARTIK TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu politika temettü ödemelerini işletmenin yatırım harcamalarından arta kalan kâra dayandırır. Öncelik yatırım projelerine kaynak ayırmaya verilir; yatırım ihtiyaçları karşılandıktan sonra geriye kalan kısım ortaklara dağıtılır. Bu nedenle temettü miktarları yıldan yıla değişiklik gösterebilir. Özellikle büyüme odaklı şirketler tarafından tercih edilen bu modelde, hissedar getirisi sabitlikten uzak olabilir (Brigham & Ehrhardt, 2016).

4.2. SABİT TUTARDA TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu modelde şirket belirli bir tutarda temettüyü her yıl ödemeyi taahhüt eder. Temettü ödemesi şirketin yıllık kârlılığına doğrudan bağlı olmaksızın sabit tutulur. Bu yaklaşım yatırımcıya güven verir; ancak işletmenin zorlayıcı dönemlerinde temettü yükümlülüğü şirketi finansal baskı altına sokabilir (Ross vd., 2011).

4.3. SABİT ORANDA TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu politikada temettü dağıtılabilir kârın belirli bir yüzdesi olarak belirlenir. Yani kâr arttıkça temettü artar, kâr azaldıkça temettü azalır. Bu sistemde yatırımcılar şirketin finansal performansına paralel olarak getirilerini değişken şekilde elde ederler (Akgüç, 2013).

4.4. HER YIL ARTAN TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu strateji her yıl düzenli olarak temettü miktarını artırmayı hedefler. Böylece yatırımcılara istikrarlı ve büyüyen bir gelir beklentisi sunulur. Şirket bu politikayı sürdürebilmek için nakit yönetimini dikkatli planlamalıdır. Yatırımcıların her yıl artan oranda kâr payını diğer kâr dağıtım şekillerine göre daha fazla tercih ettiklerini saptamıştı (Özaltın, Ersoy ve Bekci, 2015'ten akt. Dereli, 2017:56).

4.5. UZLAŞMAYA DAYANAN TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu politika sabit temettü ile değişken temettü yaklaşımını birleştirir. Şirketler belirli bir minimum temettü ödemesi taahhüt eder; ancak uygun finansal koşullarda bu miktarın üzerinde ödeme de yapabilirler. Bu sayede hem istikrar hem esneklik

sağlanmış olur. Özellikle belirsizliklerin yüksek olduğu dönemlerde uygulanan hibrit bir yaklaşımdır (Gürbüz ve Ergincan, 2004).

4.6. İSTİKRARLI TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu modelde şirket piyasa koşulları ve kârlılık dalgalanmalarından bağımsız olarak temettü ödemelerini sürdürülebilir bir seviyede tutmaya çalışır. Yatırımcı güvenini artıran bu yaklaşım özellikle uzun vadeli yatırımcılar için tercih sebebidir. Lintner'in (1956) klasik çalışmasında da belirtildiği üzere, şirketler genellikle temettü politikasında istikrarı tercih etme eğilimindedir.

4.7. OPTİMAL TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI

Bu politika işletmenin hem yatırım projelerini finanse edebilmesini hem de hissedarlara tatmin edici düzeyde temettü ödemesini hedefler. Maksimum firma değeri yaratmayı amaçlayan bu yaklaşım temettü ve yeniden yatırım arasında etkin bir denge kurmayı önceler. Modern finans literatüründe optimal temettü politikası, firmanın uzun vadeli sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayan stratejik bir araç olarak görülmektedir (Allen ve Michaely, 2003).

5. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASI VE PİYASA DEĞERİ İLİŞKİSİ

Şirketlerin temettü politikaları, yalnızca ortaklara yapılan nakit ödemelerle sınırlı kalmayıp aynı zamanda piyasa değeri ve yatırımcı algısı üzerinde de doğrudan etkili olmaktadır. Düzenli ve güvenilir şekilde temettü ödeyen şirketler, yatırımcılar tarafından daha istikrarlı ve güçlü finansal yapıya sahip kuruluşlar olarak değerlendirilmektedir (Modigliani & Miller, 1961; Ham vd., 2024).

Sinyal teorisi bağlamında yapılan güncel araştırmalar temettü artışlarının şirketin gelecekteki kazanç potansiyeline ilişkin olumlu bir sinyal verdiğini ve bu durumun hisse senedi değerlerini yükseltebildiğini göstermektedir (Suresh ve Pooja, 2022). Bu çerçevede, yatırımcılar iç kaynak kullanımına yönelen şirketleri daha riskli algılamakla, temettü ödemesi yapan firmaları daha güvenilir ve değerli bulma eğilimindedir.

Ayrıca Türkiye piyasasında yapılmış çalışmalar temettü ödeme eğilimlerinin borsa değerini uzun vadede anlamlı şekilde yükselttiğini göstermektedir (Ertuğrul, 2024). Örneğin, Arslan ve Çakır (2018) tarafından yapılan bir çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin temettü dağıtım oranlarının hisse senedi getirileri ve piyasa değeri üzerinde anlamlı etkiler oluşturduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde, Arslan ve Karan (2006) temettü politikasının, firma değeri üzerinde yatırımcı davranışları aracılığıyla dolaylı etkiler doğurduğunu ileri sürmektedir.

Tüm bu bulgular ışığında temettü dağıtım politikalarının, yatırımcı psikolojisi, piyasa algısı ve bilgi asimetrisini dengeleme işlevi aracılığıyla şirketlerin piyasa değeri üzerinde doğrudan ve dolaylı etkiler yarattığı görülmektedir. Bu nedenle, yöneticiler temettü kararlarını alırken yalnızca şirket içi finansal durumları değil, sermaye piyasalarının dinamiklerini ve yatırımcı davranışlarını da göz önünde bulundurmalarıdır.

5.1. TEMETTÜ VE ŞİRKET PİYASA DEĞERİ İLİŞKİSİ

Temettü politikaları yatırımcılar açısından şirketin finansal istikrarı ve geleceğe yönelik beklentilerine dair önemli bir gösterge olarak değerlendirilmekte; bu nedenle, şirketin piyasa değeri üzerinde doğrudan ve dolaylı etkiler yaratabilmektedir (Brav vd., 2005). Temettü ödemeleri, özellikle bilgi asimetrisi koşullarında yöneticilerin olumlu sinyal verme aracı olarak kullanılmakta; bu durum yatırımcı algısını güçlendirmekte ve hisse fiyatlarını destekleyebilmektedir (Frankfurter & Wood, 2002).

Piyasadaki yatırımcılar istikrarlı temettü ödeyen firmaları genellikle düşük riskli ve güvenilir şirketler olarak değerlendirmekte; bu da ilgili şirketlerin piyasa değerinin artmasına katkı sağlamaktadır (Baker vd., 2001). Ayrıca, temettü ödemeleri ile hisse senedi getirileri arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğunu ortaya koyan çok sayıda ampirik çalışma mevcuttur (DeAngelo, DeAngelo & Skinner, 2004).

Bu bağlamda, temettü politikaları yalnızca kârın dağıtımıyla ilgili bir tercih değil, aynı zamanda şirket değerini etkileyen stratejik bir araç olarak önem kazanmaktadır.

5.2. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTKASININ ŞİRKET PİYASASI DEĞERİ ÜZERİNDE ETKİLİ OLMADIĞINI İLERİ SÜREN YAKLAŞIMLAR

Temettü politikalarının şirketin piyasa değeri üzerindeki etkisine ilişkin yaklaşımlar özellikle yatırımcı davranışları, bilgi asimetrisi ve piyasa tepkileri temelinde şekillenmektedir. Bu teorilere göre, şirketlerin temettü dağıtım tercihleri yatırımcılar için önemli bir bilgi kaynağı oluşturmakta ve bu tercihler, şirketin değeri üzerinde doğrudan belirleyici olabilmektedir.

5.2.1. Modigliani-Miller Yaklaşımı (Kar Payı İlişkisizlik Yaklaşımı)

Modigliani ve Miller yaklaşımına göre bir firmanın sermaye yapısında meydana gelen değişiklikler firma değeri ve ağırlıklı ortalama sermaye maliyeti üzerinde anlamlı bir etki yaratmamaktadır. Borçlanma oranının artması firma riskini yükselterek özsermaye maliyetini artırmakta; bu durum ağırlıklı ortalama sermaye maliyetini dengelemektedir. Dolayısıyla, sermaye yapısındaki değişiklikler firma değerini değiştirmemektedir. Bu çerçevede, firma değerini artırabilecek temel unsur, firmanın yatırım kararlarının etkinliği olduğu ifade edilmektedir (Modigliani & Miller, 1958'ten akt. Konak,2023:14-15).

5.2.2. Artık Gelir Yaklaşımı (Residual Theory)

Artık gelir yaklaşımına göre temettü ödemeleri işletmenin yatırım projeleri için gerekli fonları ayırdıktan sonra elde kalan gelirle gerçekleştirilmelidir. Bu teori şirketin kârından yatırım fırsatlarının tümü değerlendirildikten sonra arta kalan kısmın temettü olarak dağıtılabileceğini savunur. Dolayısıyla temettü ödemelerinin firmanın gelecekteki piyasa değeri üzerinde belirleyici bir unsur olarak görülmesi bu yaklaşım çerçevesinde anlamlı bulunmamaktadır. Bu görüşe göre işletmeler kârlı ve stratejik yatırım projeleri lehine temettü dağıtımından vazgeçebilir; temettü, öncelikli bir unsur değildir. Bu nedenle söz konusu yaklaşımı benimseyen yatırımcılar için temettü ödenip ödenmemesi önemli değildir; asıl önemli olan, ilerleyen dönemlerde

elde edilecek yüksek temettü potansiyeli ya da hisse senedi fiyatındaki değer artışıdır (Dereli, 2017:33).

5.2.3. Müşteri Etkisi Yaklaşımı (Clientele Effect Hypothesis)

Bu yaklaşım, farklı yatırımcı gruplarının temettü tercihleri olduğuna dikkat çekmektedir. Örneğin, sabit gelir isteyen emeklilik fonları gibi yatırımcılar düzenli temettü ödeyen firmaları tercih ederken sermaye kazancı hedefleyen yatırımcılar temettüsüz hisselerle yönelebilir. Bu nedenle, şirketin belirlediği temettü politikası, belirli bir “müşteri grubu”nu kendine çeker ve bu durum şirketin hisse senedi talebini ve dolayısıyla piyasa değerini etkileyebilir (Allen, Bernardo & Welch, 2000). Böylece temettü politikası, yatırımcı profiline uygunluk düzeyine göre firma değeri üzerinde etkili olur.

5.3. TEMETTÜ DAĞITIM POLİTİKASININ ŞİRKET PİYASA DEĞERİ ÜZERİNDE ETKİSİ OLDUĞU YÖNÜNDEKİ YAKLAŞIMLAR

Temettü dağıtım politikalarının şirket değerini etkileyip etkilemediği konusu, finans literatüründe uzun yıllardır tartışılmaktadır. Bu kapsamda bazı yaklaşımlar, temettü politikalarının firmanın piyasa değeri üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığını, asıl belirleyici unsurun şirketin yatırım kararları ve kârlılığı olduğunu ileri sürmektedir. Aşağıda bu görüşü destekleyen temel teorilere yer verilmiştir:

5.3.1. Eldeki Kuş Teorisi

Myron Gordon ve John Lintner tarafından geliştirilen “eldeki kuş” teorisi temettü dağıtım politikalarının şirket değerini etkilediğini savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre temettü ödemelerinde yaşanan azalmalar şirketin sermaye maliyetinde artışa yol açmaktadır. Teorinin temel dayanağı yatırımcıların temettü gelirine verdikleri değerin aynı tutardaki sermaye kazancına kıyasla daha yüksek olmasıdır. Bunun nedeni temettü ödemelerinin daha az risk içermesi ve sermaye kazancına olan bağımlılık arttıkça, sermaye maliyetinin de artma eğilimi

göstermesidir. Şayet şirketler yatırımlarını iç kaynaklarla finanse ederlerse, bu yatırımlardan elde edilecek getiriler uzun vadeye yayılacaktır. Bu durum ise, yatırımcıların firma performansına ilişkin beklentilerinin artmasına neden olabilecektir (Ercan ve Ban, 2010'den akt. Kaya ve Şanlı, 2019:110).

5.3.2. Vergi Farklılığı Teorisi

Bu teoriye göre düşük düzeyde temettü ödemesi şirketin sermaye maliyetini azaltarak pay senetlerinin piyasa değerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu görüşün temelinde temettü gelirlerinin sermaye kazançlarına kıyasla daha yüksek oranda vergilendirilmesi yer almaktadır. Türkiye uygulamasında pay senetlerinin belirli bir süre elde tutulması hâlinde bu senetlerin satışından doğan sermaye kazançlarının vergiden muaf tutulması yatırımcıların temettü gelirine mesafeli yaklaşmasına yol açmaktadır (Okka, 2015:629). Bu çerçevede hissedarlarını vergi yükü altına sokmak istemeyen işletmeler, temettü ödemelerini doğrudan nakit dağıtımı şeklinde değil; hisse senedi geri alımı gibi alternatif yöntemlerle gerçekleştirmeyi tercih edebilmektedir (Gürel, 2008'ten akt. Kaya ve Şanlı, 2019:110).

5.3.3. Walter Formülü

Walter (1963), kâr payı dağıtım politikasının firma değeri üzerinde etkili olduğunu savunarak geliştirdiği modelde kârın dağıtılması ya da işletme içinde tutulması kararının, yatırım getiri oranı (G_y) ile sermaye maliyeti (S_m) arasındaki ilişkiye bağlı olduğunu ileri sürmüştür.

Eğer yatırım getirisi sermaye maliyetinden yüksekse ($G_y > S_m$), şirket kârı dağıtmak yerine yatırımlarda kullanılmalı; tersi durumda ($G_y < S_m$) ise tüm kâr payı olarak dağıtılmalıdır. Eğer iki oran eşitse ($G_y = S_m$), kârın dağıtılması ya da yatırımlara yönlendirilmesi arasında firma değeri açısından fark bulunmamaktadır.

Modelde firma değeri gelecekte beklenen temettüler ile işletme içi yatırımlardan elde edilecek getirilerin bugünkü değeri olarak hesaplanmaktadır. Bu yönüyle Walter Modeli, temettü politikalarının firma değeri üzerinde doğrudan

belirleyici olabileceğini savunan yaklaşımlar arasında yer almaktadır (Walter, 1963’ den akt. Dereli, 2017:37-38).

5.3.4. Sinyalleme Yaklaşımı (Signalling Theory)

Her ne kadar sinyalleme teorisi temettü politikalarının firma değeri üzerinde etkili olduğunu ileri sürse de bazı araştırmacılar bu sinyalin tek başına yeterli olmadığını savunmakta ve yatırımcıların sadece temettü ödemelerine değil, genel finansal performansa da odaklandığını belirtmektedir (Bhattacharya, 1979; Miller ve Rock, 1985’ten akt. Kılıç, Buğan & Özbezek, 2016:1135). Bu bakış açısına göre, piyasa değeri temettüye bağlı olarak değil, tüm finansal göstergelerin bütününe göre şekillenir.

5.3.5. Vekâlet Maliyeti Yaklaşımı

Vekâlet teorisine göre, yöneticiler ile hissedarlar arasındaki çıkar çatışması temettü ödemeleri yoluyla kontrol altına alınabilir. Ancak bazı görüşlere göre, iyi yönetim ve kurumsal şeffaflık sağlandığında temettü politikalarının vekâlet maliyetlerini azaltmadaki rolü zayıflar ve bu durumda temettülerin şirket değeri üzerindeki etkisi de azalabilir (Jensen & Meckling, 1976).

Temettü dağıtım politikalarının şirketin piyasa değeri üzerindeki etkisine ilişkin literatürde birbirinden farklı ve zaman zaman çelişkili yaklaşımlar yer almaktadır. Bazı teoriler, temettülerin yatırımcı davranışlarını yönlendirdiğini, şirket hakkında sinyaller verdiğini ve dolayısıyla piyasa değerini etkilediğini öne sürerken; bazı yaklaşımlar ise yatırım kararlarının, temettü politikasına kıyasla şirket değerlemesinde çok daha belirleyici olduğunu savunmaktadır. Bu çerçevede, temettü politikalarının piyasa değeri üzerindeki etkisi, şirketin içinde bulunduğu piyasa koşulları, yatırımcı profili, vergi yapısı ve bilgi asimetrisi düzeyi gibi çok sayıda faktöre bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Dolayısıyla, temettü politikaları şirket değerini etkileyen tek ve mutlak bir unsur olmaktan ziyade, şirketin genel finansal stratejileri içinde bütüncül bir etken olarak değerlendirilmelidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAVRAMSAL İLİŞKİLER VE LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmanın bu bölümünde; yöneticilerin kişilik özellikleri, temettü dağıtım kararları ve özgecilik davranışları arasındaki ilişkiler ele alınmakta, bu ilişkileri destekleyen literatür bulgularına yer verilmektedir.

1. YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE TEMETTÜ DAĞITIM KARARLARI İLİŞKİSİ

Yöneticilerin bireysel farklılıkları işletmelerin finansal karar süreçleri üzerinde önemli etkiler yaratabilmektedir. Özellikle Beş Faktör Kişilik Modeli (FFM), bireylerin davranışsal eğilimlerini açıklamada güçlü bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Bu modele göre; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık gibi boyutlar, yöneticilerin karar alma biçimlerini şekillendirebilir (McCrae & Costa, 1999).

Bu bağlamda literatürde yapılan bazı çalışmalar kişilik özelliklerinin temettü politikalarıyla doğrudan ilişkili olabileceğini ortaya koymaktadır. Örneğin, Setayesh ve Karimipoor (2020) tarafından İran’da gerçekleştirilen bir çalışmada, yöneticilerin uyumluluk düzeyinin temettü ödemelerini azaltma yönünde etkili olduğu, buna karşılık sorumluluk düzeyinin artmasının ise temettü ödeme eğilimini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu bulgu, sorumluluk düzeyi yüksek yöneticilerin yatırımcıyı memnun etme ve mali istikrarı koruma yönünde daha temkinli ve öngörülebilir kararlar alabildiğini göstermektedir. Benzer şekilde, Malmendier ve Tate (2005), aşırı özgüven düzeyi yüksek olan yöneticilerin yatırım kararlarında temettü dağıtımına öncelik vermeyip, şirket içi büyümeye ve genişlemeye yönelik tercihlerini ön plana çıkardığını ortaya koymuştur. Bu bulgu, yöneticilerin bireysel psikolojik eğilimlerinin temettü politikalarını doğrudan etkileyebileceğine işaret etmektedir.

Yöneticilerin kişilik özelliklerinin finansal kararlara olan etkisi yalnızca temettü politikalarıyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda karar verme biçimlerine, liderlik tarzlarına ve örgütsel sonuçlara da yansımaktadır. Bu kapsamda

gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar, kişilik faktörlerinin kurumsal kararlar üzerindeki etkisini farklı örneklem grupları ve yöntemlerle incelemiştir.

Kao (2005), Çin'in Şangay bölgesinde faaliyet gösteren geleneksel Tayvan yatırım şirketleri yöneticileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada liderlik tarzları ile karar verme modelleri arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Nicel araştırma yöntemi kullanılan çalışmada, veri toplamak amacıyla Lider Davranışı Algılama Anketi-XII ve Genel Karar Verme Stili Ölçeği uygulanmıştır. Temsili liderlik modelinin yaş ve deneyim gibi demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

Oğuz (2009), Türkiye genelinde yedi coğrafi bölgede bulunan 21 ildeki kamu ilköğretim okullarında görev yapan 404 yönetici ve 401 öğretmenin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmada, okul yöneticilerinin karar verme stilleri ile demografik değişkenler arasındaki ilişkileri incelemiştir. Nicel araştırma yöntemi ile yürütülen çalışmada anket tekniği kullanılmıştır. Bulgular, özellikle sezgisel karar verme stilinin mesleki kıdeme bağlı olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

Çavuş ve Biçer (2016), Adana ilinde faaliyet gösteren çeşitli sektörlerdeki kurumlarda çalışan 43 finans yöneticisi ve 43 diğer departman yöneticisi olmak üzere toplam 86 yöneticiyle yürüttükleri araştırmada, anket yöntemiyle elde edilen veriler doğrultusunda, finans yöneticilerinin kararlarında daha sistematik ve rasyonel hareket ettikleri, ani ve bağımlı karar tarzlarından uzak durdukları belirlenmiştir.

Keysan (2018), Denizli ilindeki finans sektöründe görev yapan bankacı, sigortacı ve finans çalışanlarıyla gerçekleştirdiği çalışmada, değerlendirmeye uygun bulunan 251 anketi analiz etmiştir. Bulgular, katılımcıların öz-yeterlilik algısı ile yaş, cinsiyet, eğitim ve internet kullanımı gibi değişkenler arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, öz-yeterliliğin yüksek olması, dikkatli ve rasyonel karar alma eğilimini desteklediği yönünde bulgular elde edilmiştir.

Sünbül (2020) tarafından yürütülen çalışmada, kamu güvenliği alanında faaliyet gösteren bir kurumda görev yapan orta ve üst düzey yöneticilerin kişilik özellikleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Beş Faktör Kişilik Özellikleri ölçeği ile Ohio State Üniversitesi'nin geliştirdiği liderlik davranışları

ölçeğine dayalı olarak yapılandırılan anket formu, yöneticilerin astları tarafından doldurulmuştur. Bu yönüyle araştırma, yönetsel davranışların takipçilerin algısı üzerinden değerlendirilmesine odaklanmıştır. Elde edilen bulgular, yöneticilerin kişilik özellikleri ile liderlik davranışları arasında doğrudan anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir. Ancak, gerek yöneticilerin gerekse astların mesleki tecrübelerinin bu davranışlar üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tambe ve Krishnan (2000), Hindistan’da gerçekleştirdikleri araştırmada, yöneticilerin liderlik tarzları ile karar verme stilleri arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Çalışmada dönüşümcü liderlik tarzına sahip yöneticilerin rasyonel karar alma eğiliminde oldukları; kaçınmacı karar stilleriyle bu liderlik tarzı arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, karar verme biçimlerinin çalışan bağlılığı, memnuniyeti ve işi bırakma eğilimi üzerinde de etkili olduğu belirlenmiştir.

Üngüren (2011), Antalya’da faaliyet gösteren beş yıldızlı 15 otelde görev yapan 106 departman yöneticisi ve 821 çalışan ile gerçekleştirdiği çalışmada, yöneticilerin mizaç ve karakter özellikleri ile karar verme stilleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Bulgular, kişilik özelliklerinin örgütsel sonuçlar (iş tatmini ve örgütsel bağlılık) üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Yalçın, Şeker ve Bayram (2014), İstanbul Sanayi Odası (İSO) verilerine göre Türkiye’nin ilk 500 büyük sanayi kuruluşu arasında yer alan Kayseri merkezli işletmelerde görev yapan üst ve orta düzey yöneticilerle yürüttükleri çalışmada, kişilik özellikleri ve duygusal zekâ ile yönetim bilişim sistemleri (YBS) kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Anket yoluyla toplanan veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuş; sonuçlar, kişilik ve duygusal zekâ özelliklerinin teknolojik karar süreçlerine anlamlı düzeyde etki ettiğini göstermiştir.

Yörük Karakılıç (2024), Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesi’nde üretim faaliyeti gösteren işletmelerde görev yapan 225 yönetici ile gerçekleştirdiği çalışmada, yöneticilerin kişilik özellikleri ile yönetim tarzı tercihleri ve işletme performansı arasındaki ilişkileri analiz etmiştir. Bulgular, nörotisizm ve gelişime açıklık kişilik boyutlarının işletme performansı üzerinde anlamlı etkiler yarattığını;

yöneticinin tercih ettiği yönetim tarzının bu etkiyi anlamlı biçimde farklılaştırdığını ortaya koymuştur.

Tüm bu çalışmalar bir arada değerlendirildiğinde, yöneticilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin yalnızca bireysel karar eğilimlerini değil; aynı zamanda örgütsel performansı, yönetim tarzı tercihini ve finansal karar süreçlerini de etkileyen önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Literatürde sunulan bulgular, bu çalışmanın kuramsal temelini oluşturmada yol gösterici niteliktedir. Bu doğrultuda, çalışmanın izleyen bölümünde yer verilen analizlerle kişilik özelliklerinin temettü kararları üzerindeki etkisi ampirik olarak test edilmektedir.

2. YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖZGECİLİK İLİŞKİSİ

Bireylerin kişilik özellikleri yalnızca iş yaşamındaki performanslarını değil aynı zamanda sosyal etkileşimlerini, empati düzeylerini ve yardım etme davranışlarına yönelik eğilimlerini de önemli ölçüde etkilemektedir. Bu bağlamda, Beş Faktör Kişilik Modeli kapsamında özellikle “uyumluluk” (agreeableness) ve “sorumluluk” (conscientiousness) boyutlarının özgecilik davranışlarıyla yakından ilişkili olduğu çeşitli çalışmalarda ortaya konmuştur (Graziano & Eisenberg, 1997; John & Srivastava, 1999). Uyumluluk düzeyi yüksek bireyler başkalarının ihtiyaçlarına karşı duyarlılık gösterme, iş birliği yapma ve yardımsever davranışlar sergileme eğilimindedir. Benzer şekilde, sorumluluk düzeyi yüksek bireyler ise etik değerleri benimseyen, görev bilinciyle hareket eden ve sosyal sorumluluk sahibi bireyler olarak tanımlanmaktadır.

Kişilik özellikleri ile özgecilik arasındaki ilişki hem psikoloji hem de davranışsal iktisat literatüründe sıkça ele alınan bir konudur. Carlo, Hausmann, Christiansen ve Randall (2003) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada; yüksek sorumluluk duygusuna sahip, empatik eğilimleri güçlü ve düşük nevroitiklik düzeyine sahip bireylerin özgeci davranışlar sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, özgeciliğin yalnızca anlık ya da durumsal bir davranış biçimi olmadığını; aksine bireyin kalıcı kişilik örüntüleriyle doğrudan ilişkili, yapısal bir psikolojik eğilim olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede değerlendirildiğinde, özgecilik yönetsel karar alma süreçlerinde dikkate alınması gereken temel bireysel faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Yıldırım ve Topçuoğlu (2016), özgeciliği bireyin kişisel çıkar gözetmeksizin başkalarının iyiliğini önceleyen davranış kalıpları olarak tanımlamış; özgecilik düzeyi yüksek bireylerin daha fazla sosyal sorumluluk üstlendiklerini ve toplumsal dayanışmaya daha yatkın olduklarını ortaya koymuştur. Bu tanım, özgeciliğin yalnızca bireysel düzeyde değil aynı zamanda örgütsel bağlamda da sosyal fayda üretme potansiyeli taşıyan bir eğilim olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda, yöneticilerin empatik, paylaşımcı ve toplumsal faydayı önceleyen kararlar alma biçimlerinin, yalnızca kişilik örüntülerinin değil, aynı zamanda sosyal sorumluluk anlayışlarının da bir yansıması olabileceği düşünülmektedir.

Öte yandan kişilik özelliklerinin bireysel davranışlar üzerindeki etkisi, davranışsal finans ve karar verme kuramlarında da önemli bir tartışma konusudur. Geleneksel finans anlayışı, birey davranışlarını uzun yıllar boyunca rasyonel seçim teorisi çerçevesinde değerlendirmiş; bireylerin yalnızca kendi çıkarlarını maksimize etmeye odaklanan kararlar aldığı varsayımını benimsemiştir (Yıldız, 2020; Ateş & Genç, 2015). Bu yaklaşım çerçevesinde değerlendirildiğinde özgecilik gibi bireyin karşılık beklemeksizin başkalarının yararına davranışlarda bulunması, klasik rasyonalite anlayışıyla çelişmektedir. Zira bireyin kendi çıkarını ikinci plana atması, homo economicus modeliyle örtüşmemektedir.

Ancak son yıllarda gelişen davranışsal finans yaklaşımları, bireylerin kararlarını her zaman tam bilgiyle ve mutlak rasyonellikle almadıklarını; duygusal, bilişsel ve sosyal etkenlerin bu süreçte belirleyici olduğunu savunmaktadır. Bu bağlamda geliştirilen sınırlı rasyonalite (bounded rationality) yaklaşımı, özgecilik gibi geleneksel modellerde açıklanması güç davranış biçimlerinin analizinde önemli bir teorik zemin sunmaktadır (Ateş & Genç, 2015; Yıldız, 2020).

Yönetsel bağlamda yürütülen bazı araştırmalar da kişilik özelliklerinin sosyal değerlerle olan etkileşiminin karar alma süreçlerinde etkili olduğunu göstermektedir. Örneğin Nadkarni ve Herrmann (2010), yüksek düzeyde uyumluluğa sahip yöneticilerin daha iş birliğine yatkın, uzlaşmacı ve sosyal faydayı önceleyen kararlar

alma eğiliminde olduklarını belirlemiştir. Bu doğrultuda, bu çalışmada yöneticilerin kişilik özellikleri ile özgecilik eğilimleri arasındaki ilişki ele alınmış ve elde edilen bulgular, belirli kişilik boyutlarının özgecilik üzerinde anlamlı etkiler yaratabileceğine yönelik kuramsal beklentileri desteklemiştir.

Bu kuramsal çerçeveye ek olarak, yöneticilerin kişilik özellikleri ile özgecilik eğilimleri arasındaki ilişkileri ele alan çeşitli ampirik araştırmalar, bu iki değişken arasında anlamlı ve sistematik bağlar bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu kapsamda yapılan çalışmalar, yöneticilerin belirli kişilik boyutlarının özgecilik davranışlarını şekillendirdiğini göstermektedir.

Örneğin, Dede (2009) tarafından bankacılık sektöründe görev yapan 223 yönetici üzerinde yürütülen çalışmada, Beş Faktör Kişilik Modeli'ne dayalı olarak uygulanan anket verileri regresyon analizi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, özellikle uyumluluk kişilik özelliğinin örgütsel vatandaşlık davranışının özgecilik (yardımseverlik), nezaket ve vicdanlılık alt boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Bu sonuç, uyumluluk düzeyi yüksek yöneticilerin daha fazla özgeci davranış sergileme eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Benzer şekilde, Ceyhan (2018) tarafından Antalya'da beş yıldızlı otellerde çalışan 397 kişiyle gerçekleştirilen araştırma, dışadönüklük kişilik boyutunun örgütsel vatandaşlık davranışı alt boyutları olan vicdanlılık, sivil erdem, nezaket ve özgecilik ile anlamlı pozitif ilişkiler taşıdığını ortaya koymuştur. Bu bulgu, dışadönük bireylerin özellikle hizmet sektöründe daha yüksek düzeyde özgeci davranışlar gösterebildiklerine işaret etmektedir.

Furnham, Treglown, Hyde ve Trickey (2016) ise İngiltere'de 4.000'in üzerinde yöneticiyle gerçekleştirdikleri iki aşamalı nicel araştırmada, kişilik özelliklerinin özgecilik üzerindeki etkilerini incelemiştir. Beş Faktör Kişilik Modeli'ni temel alan bu çalışmada; uyumluluk, sorumluluk ve açıklık gibi olumlu kişilik özelliklerinin özgecilik ile pozitif yönde ilişkili olduğu; buna karşın duygusal dengesizlik ve içe dönüklük gibi özelliklerin ise özgecilik eğilimini azalttığı

saptanmıştır. Ayrıca, “uyum sağlama” eğiliminde olan yöneticilerin “başarı odaklı” yöneticilere kıyasla daha özgeci kararlar alma eğiliminde oldukları belirlenmiştir.

Aşkar ve Çinkır (2021) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise Türkiye genelinde çeşitli illerde görev yapan 239 okul müdürü örneklem olarak seçilmiştir. Nicel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada, Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği ile Özgeci Davranışlar Ölçeği kullanılmış; dışadönüklük, uyumluluk, özdenetim ve deneyime açıklık kişilik boyutlarının artmasıyla birlikte, yardımseverlik ve sosyal destek sağlama gibi özgeci davranışların da arttığı tespit edilmiştir. Öte yandan, duygusal tutarsızlık ile özgecilik arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Araştırma, özellikle uyumluluk özelliğinin okul yöneticileri arasında en baskın kişilik boyutu olduğunu ortaya koyarak, kişilik özelliklerinin sosyal davranışlar üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Pradeep ve arkadaşları (2022) tarafından Hindistan’da gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, psikoloji ve psikoloji dışı bölümlerde öğrenim gören toplam 228 üniversite öğrencisiyle veri toplanmıştır. Araştırma bulguları, açıklık, dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin özgecilikle pozitif yönde ilişkili olduğunu; ancak uyumluluk ve duygusal denge ile anlamlı bir ilişki bulunmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca öğrencilerin bölümleri arasında özgecilik düzeyi açısından anlamlı bir fark saptanmamıştır. Bu bulgular, kişilik-özgecilik ilişkisinin bağlam ve kültürel farklılıklar temelinde değişkenlik gösterebileceğini göstermektedir.

Avacı (2023) tarafından yürütülen ve LinkedIn üzerinden ulaşılan 530 orta ve üst düzey insan kaynakları profesyonelinin katıldığı çalışmada; öz yeterlilik algısı ile özgecilik arasındaki ilişki, iş yeri maneviyatı ve örgüt iklimi değişkenlerinin aracılık rolü çerçevesinde incelenmiştir. Araştırmada Özgecilik Ölçeği, Öz Yeterlilik Ölçeği, İş Yeri Maneviyatı Ölçeği ve Örgüt İklimi Ölçeği kullanılarak veriler toplanmıştır. Bulgular, öz yeterlilik algısının özgeciliği pozitif yönde etkilediğini; ayrıca iş yeri maneviyatı ve örgüt iklimi algılarının bu ilişki üzerinde kısmi bir aracılık etkisine sahip olduğunu göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, farklı örneklem ve yöntemlerle yürütülen bu araştırmalar, yöneticilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin –özellikle

dışadönüklük, uyumluluk, açıklık ve sorumluluk– özgecilik eğilimlerini anlamlı düzeyde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, örgütsel bağlamda sosyal sorumluluk, empati, yardımseverlik ve iş birliği gibi değerlerin gelişiminde kişilik yapısının belirleyici bir faktör olduğunu; yönetsel karar süreçlerinin ise yalnızca rasyonel temellere değil, aynı zamanda duygusal, etik ve toplumsal bileşenlere de dayandığını göstermektedir.

3. ÖZGECİLİK VE TEMETTÜ DAĞITIM KARARLARI İLİŞKİSİ

Özgecilik, bireyin kendi çıkarını ikinci planda tutarak başkalarının yararına yönelik davranışlar sergilemesi olarak tanımlanmakta ve sosyal psikoloji literatüründe uzun süredir incelenen temel bir kavramdır (Batson, 1991). Bu eğilim, yöneticilerin karar alma süreçlerine yansıdığına klasik rasyonalite anlayışının ötesine geçen, daha bütüncül ve paydaş odaklı bir yönetim yaklaşımını gündeme getirmektedir.

Literatürde, özgecilik düzeyi yüksek yöneticilerin kurumsal kararlarında yalnızca kısa vadeli finansal çıkarları değil, yatırımcıların ve diğer paydaşların beklentilerini de gözetme eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Penner ve diğ., 2005). Grant ve Mayer (2009) tarafından yapılan çalışmada, yöneticilerdeki özgecilik eğiliminin çalışanlara ve dış paydaşlara karşı daha sorumlu, adil ve destekleyici davranışlarla ilişkilendirildiği ve bu yönelimin karar alma süreçlerinde de etkili olduğu ifade edilmiştir.

Bu noktada Batson'un (1991) geliştirdiği Empati-Altruizm Hipotezi, bireylerin başkalarının acılarını gözlemlediklerinde empatik bir bağ kurduklarını ve bu bağın özgeci davranışları tetiklediğini ileri sürmektedir. Bu yaklaşıma göre, empati düzeyi arttıkça yardım etme davranışı da artmakta; birey yalnızca dışsal ödül ya da sosyal onay için değil, içsel duygusal süreçler nedeniyle de yardım etmeye yönelmektedir (Batson, 2011). Bu kuramsal çerçeve, finansal zorluk yaşayan paydaşlara karşı yöneticilerin geliştirebileceği özgeci tutumların da duygusal bir temeli olabileceğine işaret etmektedir. Özellikle ekonomik kriz dönemlerinde artan enflasyon, gelir kaybı veya yatırımcıların satın alma gücünün azalması gibi olumsuz

koşullar, yöneticilerin empatik algılarını harekete geçirerek temettü dağıtımı konusunda daha duyarlı ve paylaşımcı kararlar almalarına neden olabilir.

Bu doğrultuda yönetsel tutumların şekillenmesinde toplumsal yapıların rolü de göz ardı edilemez. Toplumsal bağların güçlü olduğu toplumlarda özgeci davranışların daha yaygın olduğu gözlemlenmektedir. Bireyler arasında güvene dayalı ilişkilerin geliştiği, topluluk üyeleri arasında karşılıklı yardımlaşmanın norm haline geldiği sosyal yapılarda, özgecilik davranışları daha sık görülmektedir (Putnam, 2000; Yavuzer, 2011). Özgecilik bu yönüyle, sosyal sermayenin oluşumunda ve sürdürülmesinde etkili bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Coleman, 1988).

Türkiye’de gerçekleştirilen güncel çalışmalar da bu ilişkiyi desteklemektedir. Örneğin, Özсарı (2021) tarafından Akdeniz Bölgesi’ndeki kamu kurumlarında yapılan bir araştırmada, sosyal sermaye düzeyi yükseldikçe özgecilik eğiliminin de anlamlı şekilde arttığı belirlenmiştir. Ayrıca, bu durumun bireylerin bilgi paylaşımı ve gönüllülük gibi prososyal davranışlarını da pozitif yönde etkilediği rapor edilmiştir. Benzer şekilde, Ekmekçi (2023), sosyal sermaye teorisinin temel bileşenlerinden olan normlar ve güven unsurlarının, bireylerde karşılıksız yardım davranışlarının artmasında kritik bir rol oynadığını ifade etmektedir. Bu bağlamda, güvene dayalı sosyal yapılar yalnızca bireylerin değil, aynı zamanda kurumların da özgeci tutumları desteklemesinde belirleyici olmaktadır.

Yöneticilerin kişisel değerleri ve sosyal sorumluluk anlayışları, sadece sosyal projelere yönelik kararlarla sınırlı kalmayıp aynı zamanda finansal stratejiler üzerinde de belirleyici olabilmektedir. Bu bağlamda, özgecilik gibi değer temelli tutumların, şirketlerin temettü dağıtım kararları üzerindeki etkisi son yıllarda davranışsal finans literatüründe artan bir ilgiyle ele alınmaktadır.

Brodback, Guenster ve Mezger (2018), Almanya’nın Münster kentinde 306 bireyle yürüttükleri çalışmada, özgeciliğin yatırım kararları üzerindeki etkisini incelemiş ve özgecilik düzeyi yüksek bireylerin sosyal sorumlu yatırımlara yönelme eğiliminin daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Prasetyo, Anwar ve Ikbал (2022) de Endonezya’da 220 bireysel yatırımcıdan elde edilen verilerle

yaptıkları çalışmada, özgeciliğin sosyal ve çevresel sorumluluk taşıyan yatırımlara yönelimi artırdığını; egoist tutumların ise bu eğilimi azaltıcı rol oynadığını belirtmiştir. Bu bulgular, yöneticilerin kişisel değerlerinin temettü gibi finansal kararları da etkileyebileceğine dair davranışsal bir temel sunmaktadır.

Temettü dağıtım kararlarının yapısal belirleyicilerini analiz eden Ersoy ve Çetenak (2015), Borsa İstanbul'da işlem gören imalat sektöründen 141 şirketin 10 yıllık verisini kullanarak sahiplik yoğunluğunun temettü ödeme eğilimi üzerindeki etkisini gözlemlemiştir. Sahiplik yoğunluğu arttıkça temettü ödeme eğilimi de artmaktadır. Bu bulgu, temettü kararlarının sadece finansal verilerle değil, yönetsel yapı ve karar vericilerin değer yapılarıyla da ilişkili olduğuna işaret etmektedir.

Benzer bir yaklaşımla, Seth ve Mahenthiran (2022), Hindistan'da 115 halka açık şirket üzerinde yaptıkları çalışmada, temettü dağıtımı ile kurumsal sosyal sorumluluk (CSR) uygulamalarının firma değeri üzerindeki etkisini analiz etmiştir. CSR uygulamaları güçlü olan firmaların aynı zamanda daha fazla temettü dağıttığı ve bu iki stratejinin birlikte kullanıldığında şirket değerini artırdığı görülmüştür. Bu durum, yöneticilerin temettü kararlarını yalnızca finansal getiri amacıyla değil, aynı zamanda sosyal sorumluluk duyarlılığıyla da verdiklerine işaret etmektedir.

Xu, Lin ve Wang (2024) tarafından yürütülen ve Çin'deki aile şirketlerini odağa alan bir başka çalışmada ise, yöneticilerin ebeveynlik deneyimlerinin temettü politikalarına etkisi incelenmiştir. Özellikle kız çocuğu sahibi olmanın, yöneticilerde empati, sorumluluk ve paylaşma gibi özgeci değerleri güçlendirdiği ve bu durumun daha fazla temettü ödeme eğilimiyle ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, bireysel yaşam deneyimlerinin dahi finansal kararlar üzerinde etkili olabileceğini ve özgeciliğin temettü politikalarında dolaylı ama anlamlı bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

Michiels, Uhlaner ve Dekker (2017) tarafından Belçika'da gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, 492 aile şirketi üzerinde yönetsel profesyonelleşmenin temettü kararlarına etkisi incelenmiştir. Daha profesyonel yönetim yapılarına sahip şirketlerin temettü dağıtım olasılığının daha yüksek olduğu görülmüş, bu da aile içi duygusal

bağlar ve özgecilik eğilimlerinin profesyonel mekanizmalarla desteklenerek daha adil temettü politikalarını teşvik edebileceğini göstermiştir.

Son olarak, Abzug ve Webb (1997) tarafından yürütülen kavramsal çalışma, şirketlerin bağış kararlarını açıklarken sadece ekonomik rasyonaliteye değil, aynı zamanda altruizm, etik görev ve yönetsel fayda gibi değer temelli motivasyonlara da dikkat çekmiştir. Özgeciliğin şirket içi karar alma süreçlerinde "warm-glow" etkisi yarattığı ve bu duygusal tatminin sosyal sorumluluk kadar temettü politikalarında da belirleyici olabileceği ileri sürülmüştür.

Özellikle halka açık şirketlerde, temettü dağıtımı, yatırımcılara yönelik doğrudan bir mali geri dönüş anlamına geldiğinden, yöneticilerin bu kararı verirken yatırımcıların memnuniyetini ne ölçüde önemsedikleri önem taşımaktadır. Özgecilik düzeyi yüksek olan yöneticiler, yatırımcı güveni ve kurumsal itibarı uzun vadeli bir değer olarak değerlendirebilir ve bu doğrultuda daha sürdürülebilir ve istikrarlı temettü politikaları benimseyebilir.

Ancak özgecilik ve temettü dağıtım kararları arasındaki ilişkiyi doğrudan ele alan ampirik çalışmaların literatürde oldukça sınırlıdır. Bu nedenle bazı araştırmalarda özgecilik kavramı doğrudan temettü kararlarıyla ilişkilendirilmemiş olsa da, sosyal sorumluluk, etik değerler, kişisel motivasyonlar veya bireysel yaşam deneyimlerinin finansal kararlar üzerindeki etkilerini ele almaları bakımından konuya dolaylı katkı sunmaktadır. Bu bağlamda, özgecilik temelli bireysel eğilimlerin temettü politikalarına etkisini doğrudan analiz eden özgün çalışmaların artması, hem davranışsal finans alanına hem de yönetsel karar süreçlerine yeni açılımlar getirme potansiyeli taşımaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

YÖNETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN TEMETTÜ DAĞITIM TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖZGEÇİLİĞİN ARACILIK ROLÜ

1. VERİ VE YÖNTEM

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Sermaye piyasaları günümüzde yatırımcılar için alternatif birikim ve değer artırma aracı olarak öne çıkmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde finansal piyasalara duyulan ilgi artış göstermektedir. Türkiye’de Borsa İstanbul (BİST), bireysel ve kurumsal yatırımcılar açısından hem kazanç beklentileri hem de yatırım esnekliği bakımından dikkat çekici bir platform haline gelmiştir. Yatırımcıların borsaya yönelmesinde, kısa vadede yüksek getiri elde etme arayışı, portföy çeşitlendirme imkânları ve piyasaların likidite düzeyi gibi faktörler etkili olmaktadır. Bununla birlikte, ekonomik belirsizlikler ve yüksek enflasyon ortamı da yatırımcıların geleneksel tasarruf yöntemlerinden uzaklaşıp sermaye piyasalarına yönelmelerine neden olmaktadır.

Bu gelişmeler ışığında, Türkiye’deki yatırımcı kitlesinin sayısal olarak artması yalnızca bireysel yatırım davranışlarına değil, aynı zamanda şirketlerin yönetim anlayışlarına da etki etmektedir. Artan yatırımcı ilgisi, şirket yöneticilerinin karar alma süreçlerinde daha şeffaf, tutarlı ve yatırımcı odaklı davranmalarını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, yöneticilerin yatırımcı beklentilerini algılama biçimleri ve bu beklentilere karşı takındıkları tutumlar, sermaye piyasalarının istikrarı ve yatırımcı güveni açısından stratejik bir önem taşımaktadır.

Bu araştırma, özellikle BİST Halka Arz endeksinde yer alan şirket yöneticilerinin kâr payı dağıtımında ne derece gönüllü olduklarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, yöneticilerin kişilik özellikleri ile temettü dağıtım kararları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve bu ilişkide özgeçilicilik eğilimlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir aracı rol oynayıp oynamadığını belirlemektir. Bu kapsamda, yönetsel bireysel farklılıkların finansal karar alma

süreçlerine etkisi, yatırımcı beklentileri ve kurumsal performans açısından değerlendirilmesidir.

Temettü politikaları, bir şirketin elde ettiği kârı hissedarlarına nasıl ve ne ölçüde dağıtacağını, yatırımcıların şirkete olan güvenini ve yatırım yapma sürecini doğrudan etkileyen önemli bir faktördür. Şirketler, temettü politikalarını belirlerken finansal durumlarını, gelecekteki yatırım planlarını ve hissedarlarının beklentilerini göz önünde bulundurmaktadırlar.

Özgecilik eğilimi, bireylerin başkalarının yararına olacak şekilde, kendi çıkarlarını geri planda tutarak hareket etmelerini ifade eder. Bu bağlamda, özgecilik eğilimleri yüksek olan yöneticiler, hissedarların finansal refahını artırmayı öncelikli bir hedef olarak görebilir ve bu doğrultuda daha fazla temettü dağıtım kararı alabilirler. Özgeci davranış, yöneticilerin yatırımcıları memnun etmek için kâr payı dağıtımına ne kadar istekli olduklarını ve bu süreçte hangi ölçüde fedakârlık yapmaya hazır olduklarını da gösterir.

Bu çalışmada BİST Halka Arz Endeksi'nin tercih edilme nedeni, endeksin son yıllarda artan yatırımcı ilgisini ve şirketlerin kurumsal yönetim anlayışlarındaki dönüşümü yansıtmaya kapasitesidir. Halka arz edilen şirketler, kamuya açıklık, şeffaflık ve yatırımcı güveni açısından daha yüksek bir sorumluluk taşımakta; bu durum, yönetsel kararların ölçülebilirliğini ve analiz edilebilirliğini artırmaktadır. Ayrıca, halka arz süreci gereği bu şirketlerin temettü politikalarına daha sistematik ve stratejik yaklaşımları gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, yatırımcı ilişkilerinde duyarlılığın yüksek olduğu bu firmalarda yöneticilerin bireysel özelliklerinin karar süreçlerine yansımalarını incelemek, anlamlı ve temsil gücü yüksek bulgular üretmeyi mümkün kılmaktadır.

Bu doğrultuda araştırma, halka açık şirket yöneticilerinin temettü dağıtım kararlarında kişilik özelliklerinin etkisini değerlendirmekte; özellikle özgecilik eğiliminin bu ilişkideki aracı rolünü ortaya koymayı hedeflemektedir. Özgecilik düzeyinin, yöneticilerin yatırımcı beklentilerine ne ölçüde duyarlılık gösterdiği ve temettü politikalarında ne derecede paylaşımcı davrandığı üzerindeki etkisi analiz edilerek, bireysel eğilimlerin kurumsal finansal kararlara yansımaları bütüncül bir

şekilde ele alınacaktır. Böylece araştırma, hem uygulama alanı açısından güncel hem de kuramsal düzeyde özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

1.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Şirket yöneticilerinin temel hedeflerinden biri, işletmenin sürdürülebilirliğini sağlarken aynı zamanda ortakların servetini maksimize etmektir. Bu doğrultuda alınan temettü dağıtım kararları; şirketin büyüme stratejisini, piyasa değerini ve pay sahiplerinin kazançlarını doğrudan etkilemektedir. Temettü politikaları, yalnızca finansal göstergelerle değil; aynı zamanda yöneticilerin bireysel özellikleri ve karar alma biçimleriyle de şekillenmektedir (Akgüç, 1998).

Bu çerçevede, yöneticilerin kişilik özellikleri ve özellikle özgecilik eğilimleri, temettü kararlarında belirleyici bir rol oynayabilmektedir. Özgecilik, bireyin başkalarının faydasını gözetme yönündeki eğilimini ifade ederken, yöneticilerin yatırımcı çıkarlarını ön planda tutma motivasyonlarını da doğrudan etkileyebilmektedir. Bu özellik, yöneticilerin temettü dağıtımında daha istekli davranmalarına ve yatırımcı memnuniyetini artırmaya yönelik kararlar almalarına neden olabilir. Dolayısıyla temettü politikalarının şekillenmesinde yöneticilerin yalnızca finansal analizlere değil, aynı zamanda kişilik temelli eğilimlerine de dayalı kararlar verdikleri ileri sürülebilir.

Bu doğrultuda, yöneticilerin kişilik özellikleri, yönetsel karar alma süreçlerini anlamada önemli bir açıklayıcı değişken olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Beş Faktör Kişilik Kuramı kapsamında yer alan dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık boyutları; bireylerin davranış biçimlerini, sosyal ilişkilerini ve karar alma yaklaşımlarını sistematik biçimde analiz etmeye olanak tanımaktadır (Renn, Allen ve Huning, 2005). Bu kişilik boyutları, yöneticilerin sadece işletme içi ilişkilerinde değil, aynı zamanda yatırımcılarla kurdukları etkileşimlerde ve finansal tercihlerini belirlerken sergiledikleri tutumlarda da etkili olabilmektedir. Fontaine (2006), bireylerin karar alma süreçlerinde yalnızca kendi çıkarlarını değil, toplumsal sorumluluk bilinci ve özgecilik gibi değer temelli güdülerini de göz önünde bulundurduklarını vurgulamaktadır. Öte yandan Andersen (2006), kişilik özelliklerinin yönetsel davranışlar üzerinde doğrudan, yönetsel

etkinlik üzerinde ise dolaylı etkiler yarattığını ifade ederek, kişilik yapısının örgütsel sonuçlar üzerindeki etkisini teorik olarak desteklemektedir.

Kişilik özellikleri ile özgecilik eğilimleri arasındaki ilişki bireylerin sosyal davranışlarını ve başkalarına yönelik tutumlarını anlamada önemli bir çerçeve sunmaktadır. Beş Faktör Kişilik Modeli kapsamında yer alan uyumluluk, dışadönüklük ve sorumluluk boyutları bireylerin empati kurma, iş birliği yapma ve yardım etme eğilimleriyle bağlantılıdır. Uyumluluk düzeyi yüksek bireyler daha şefkatli ve iş birliğine yatkın davranışlar sergilerken; dışadönük bireylerin sosyal sorumluluk içeren faaliyetlere daha fazla katılım gösterdikleri gözlemlenmektedir (Habashi, Graziano & Hoover, 2016). Bu bağlamda yöneticilerin kişilik yapıları, özgecilik eğilimlerini biçimlendirebilir ve karar alma süreçlerinde yalnızca bireysel değil, toplumsal faydayı da dikkate almalarını sağlayabilir.

Özgeci eğilim, özellikle yatırımcı faydasını önceleyen temettü dağıtımı gibi yönetsel finansal kararlarda etkili olabilmektedir. Özgeci yöneticiler, bireysel çıkarların ötesine geçerek paydaş refahını gözeten kararlar alma eğilimindedir (Batson, 2011). Bu doğrultuda özgecilik düzeyi yüksek yöneticilerin yatırımcı beklentilerine daha duyarlı yaklaştıkları ve temettü politikalarında daha gönüllü davranabildikleri değerlendirilmektedir. Özgeciliğin paylaşımcı davranışları desteklediği ve sosyal sorumluluk anlayışını güçlendirdiği yönündeki bulgular, bu görüşü desteklemektedir (Eisenberg & Miller, 1987'den akt. Batson:2011). Böylece, temettü kararları yalnızca ekonomik rasyonaliteye değil; etik ve sosyal duyarlılıklara da dayandırılabilir.

Bu kapsamda özgecilik, kişilik özellikleri ile temettü dağıtım kararları arasındaki ilişkide aracı bir rol üstlenebilir. Kimi bireyler dışadönük, sorumlu ya da uyumlu kişilik özelliklerine sahip olabilir; ancak bu özelliklerin yatırımcı yararına odaklanan finansal kararlara yansımaları doğrudan değil sosyal eğilimler üzerinden dolaylı şekilde gerçekleşebilir. Özgecilik, yöneticilerin sahip olduğu kişilik yapılarını daha paylaşımcı ve duyarlı yönetsel tercihlere dönüştürerek, kişisel eğilimlerin örgütsel karar süreçlerine etkisini anlamada önemli bir işlev görebilir. Bu çerçevede

özgecilik yalnızca bireysel bir değer değil, aynı zamanda yönetsel davranışları şekillendiren açıklayıcı bir değişken olarak da değerlendirilebilir.

Bu çerçevede, yöneticilerin sahip olduğu kişilik özelliklerinin, hem özgecilik düzeylerini hem de temettü dağıtım tercihlerini şekillendirdiği; özgeciliğin ise bu iki değişken arasında aracı bir rol üstlenebileceği öngörülmektedir. Literatürde yer alan kuramsal ve ampirik bulgular doğrultusunda, araştırma modeli bu varsayımlar temelinde kurgulanmış ve aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1- Yöneticilerin kişilik özelliklerinin temettü dağıtım tercihleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

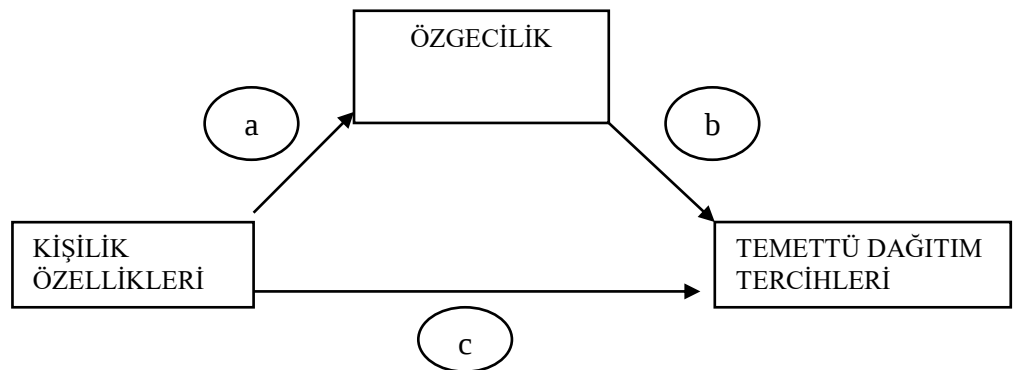
H2- Yöneticilerin kişilik özellikleri onların özgecilik tutumları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H3- Yöneticilerin özgecilik tutumları onların temettü dağıtım tercihleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

H4- Yöneticilerin kişilik özelliklerinin onların temettü dağıtım tercihleriyle ilişkisinde özgeciliğin aracı rolü vardır.

Literatür incelemesinin ardından Şekil 1’de araştırmanın modeli sunulmuştur.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Şekil-1’de, yöneticilerin kişilik özelliklerinin temettü dağıtım tercihleri üzerindeki etkisini ve bu ilişkide özgeciliğin aracı rolünü incelemeyi açıklamaktadır. Model, Hayes’in (2013) geliştirdiği PROCESS makro Model 4’e dayanmaktadır ve aracılık analizine uygun olarak yapılandırılmıştır. Bu doğrultuda, kişilik özelliklerinin temettü tercihleri üzerindeki doğrudan etkisinin yanı sıra, özgecilik eğilimi üzerinden dolaylı bir etkiye sahip olup olmadığı test edilmektedir. Böylece, yöneticilerin kişisel özelliklerinin ve değer temelli tutumlarının, temettü politikalarının oluşumuna nasıl yansıdığı açıklatmak istenmektedir.

1.3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

1.3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Borsa İstanbul (BİST) Halka Arz Endeksi’nde yer alan 96 şirkette görev yapan toplam 520 yönetici oluşturmaktadır. Bu endeksin tercih edilme nedeni, halka arz edilen şirketlerin yöneticilerinin yatırımcı ilişkilerine yönelik daha duyarlı, şeffaf ve paydaş beklentilerine karşı sorumluluk bilinciyle hareket etme eğiliminde olmalarıdır. Halka arz süreci, yönetsel karar almada daha sistematik, ölçülebilir ve kurumsal yönetim ilkelerine uygun bir yapı ortaya koymakta; bu durum söz konusu yöneticileri araştırmanın amacı doğrultusunda uygun ve temsil gücü yüksek bir örneklem haline getirmektedir. Ana kütleden %95 güven düzeyi ve %5 hata payı esas alınarak örneklem büyüklüğü belirlenmiştir (Sekaran, 2003). Örneklemeye ilişkin sayıların belirlenmesinde Sekaran’ın (2013) çalışması temel alınmış ve uygun örneklem büyüklüğü hesaplanmıştır. Bu doğrultuda, tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak toplam 219 katılımcıya ulaşılmıştır. Veriler, e-posta ve yüz yüze anket uygulamaları yoluyla toplanmış; daha nitelikli ve geçerli veriler elde edebilmek amacıyla bir istatistik ve danışmanlık şirketi aracılığıyla elde edilmiştir. Veriler, SPSS 27.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Tablo 2. Çeşitli Evren Büyüklüklerine İlişkin Örneklem Sayıları					
N	S	N	S	N	S
150	108	300	169	700	248
160	113	350	185	800	260
170	118	400	196	900	269
180	123	450	212	1000	278
190	127	500	217	10000	370
200	132	550	226	50000	381
250	152	600	234	1000000	384

Kaynak: Sekaran, 2013.

Araştırmada ulaşılan 219 kişilik örneklem büyüklüğü, Sekaran'ın (2013) örneklem tablosuna göre belirlenen düzeyde olup, evrenin temsil edilebilirliği açısından yeterli kabul edilmektedir. Bu durum, çalışmadan elde edilen bulguların geçerliliğini artırmaktadır (Büyüköztürk, 2020).

1.3.2. Veri Toplama Araçları

1.3.2.1. On-Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ)

Beş Faktör Kişilik Kuramı, zamanla farklı ölçüm araçlarıyla geliştirilmiş; uzun ölçeklerin yanı sıra kısa ve pratik formları da literatüre kazandırılmıştır. Bu kapsamda, Gosling, Rentfrow ve Swann (2003) tarafından geliştirilen On Maddelik Kişilik Ölçeği (Ten-Item Personality Inventory – TIPI), kişilik boyutlarını kısa sürede değerlendirme imkânı sunan, pratik ve etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır. Araştırmada, söz konusu ölçeğin Türkçeye uyarlanmış hali olan On Maddelik Kişilik Ölçeği (OMKÖ) kullanılmıştır. Atak (2013), TIPI'nin Türkçe formunu uyarlayarak geçerlik ve güvenirlik analizlerini gerçekleştirmiş ve TIPI-TR'nin sınırlı zamanlı uygulamalar için güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu ortaya koymuştur.

OMKÖ, Beş Faktör Kişilik Modeli temelinde yapılandırılmış olup;

- Dışadönüklük
- Yumuşak başlılık (uyumluluk)
- Duygusal denge
- Deneyime açıklık

- Özdenetim-sorumluluk

Olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Her boyutta ikişer madde yer almakta ve toplamda 10 maddeden oluşan ölçek, bireylerin kişilik özelliklerini kısa ve öz bir biçimde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ölçek derecelendirmesi 5’li Likert tipindedir. Yanıt seçenekleri şu şekilde sunulmuştur: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum.

OMKÖ, beş faktör modelini esas alır ve kişiliği şu beş alt boyutta değerlendirir:

- **Dışa dönüklülük - İçe dönüklük:** Bu boyut bireyin sosyal, enerjik ve dışa dönük olma eğilimini ölçer. Yüksek olması kişinin sosyal ve enerjik olduğunu, düşük olması ise daha içe dönük ve sakin bir yapıya sahip olduğunu gösterir.
- **Yumuşak başlılık - Hırçınlık:** Bu boyut bireyin diğer insanlarla olan ilişkilerindeki uyumluluğu ve dostça olma eğilimini ölçer. Yüksek olması kişinin daha yumuşak başlı ve uyumlu olduğunu, düşük olması ise daha hırçın ve rekabetçi olduğunu işaret eder.
- **Sorumluluk - Dağınıklık:** Bu boyut bireyin düzenli, dikkatli ve sorumluluk sahibi olma eğilimini ölçer. Yüksek olması, kişinin organize ve güvenilir olduğunu düşük olması ise daha dağınık ve plansız olduğunu gösterir.
- **Duygusal denge - Duygusal dengesizlik:** Bu boyut bireyin duygusal istikrarını ve stresle başa çıkabilme kapasitesini ölçer. Yüksek olması kişinin sakin ve dengeli olduğunu, düşük olması ise daha kaygılı ve duygusal olarak dengesiz olduğunu ifade eder.
- **Deneyime açıklık/zekâ - Gelişmemişlik:** Bu boyut bireyin yeniliklere, sanata ve yeni deneyimlere açıklığını ölçer. Yüksek olması kişinin yaratıcı ve açık fikirli olduğunu, düşük olması ise daha geleneksel ve değişime kapalı olduğunu gösterir.

Her maddede anlamca zıt iki sıfat birlikte sunulmakta ve katılımcılardan bu sıfatlara ne ölçüde katıldıklarını derecelendirmeleri istenmektedir (Atak, 2013: 312–

319). Kısa sürede uygulanabilirliği sayesinde özellikle zaman sınırlı araştırmalarda pratik bir çözüm sunmaktadır.

Beş Faktör Modeli'nin kültürler arası geçerliliği de çok sayıda çalışmayla desteklenmiştir. McCrae ve arkadaşlarının (2005) yürüttüğü çok kültürlü araştırmalarda, ABD, Almanya, Hindistan, Çin, Brezilya, Japonya, Gana, Kore, Polonya, Estonya ve Türkiye gibi 50'den fazla ülkede modelin beş boyutunun büyük ölçüde tutarlılık gösterdiği belirlenmiştir (McCrae ve diğ., 1998; McCrae & Allik, 2002). Türkiye özelinde ise Bacanlı, İlhan ve Aslan (2009) tarafından geliştirilen Beş Faktör Kişilik Ölçeği, Türk kültürüne özgü ifadelerle yapılandırılmış olup yaygın biçimde kullanılmaktadır. Araştırma kapsamında 285 üniversite öğrencisine uygulanan Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT), kısa ve iki uçlu sıfat çiftlerinden oluşmakta; yapılan geçerlik ve güvenirlik analizleri sonucunda ölçeğin psikometrik açıdan yeterli düzeyde olduğu ve geçerli bir kişilik değerlendirme aracı olarak kullanılabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Bacanlı, İlhan ve Aslan, 2009:262).

Beş Faktör Kişilik Modeli, yalnızca bireysel kişilik özelliklerini açıklamakla kalmayıp; liderlik, iş performansı, akademik başarı, sosyal uyum ve karar verme gibi birçok alanda da öngörü gücü yüksek bir kuramsal temel sunmaktadır (Judge ve diğ., 2002). Bu yönüyle model, hem teorik hem de uygulamalı araştırmalarda güçlü ve yaygın biçimde kabul gören bir kişilik değerlendirme yaklaşımıdır.

1.3.2.2.Özgecilik Ölçeği (ÖZÖ)

Katılımcıların özgecilik eğilimlerini ölçmek için 2015 yılında Ersanlı ve Çabuker tarafından geliştirilen Özgecilik (Diğerkâmlık) Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, toplamda 20 maddeden oluşmakta olup özveri ve bencillik olmak üzere iki alt boyut içermektedir bunlar;

- Özveri alt boyutunu ölçen maddeler:
1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20
- Bencillik alt boyutunu ölçen maddeler:
6, 10, 12, 13, 17

Maddelerin yanıtlandırma yöntemi 5'li likert ölçeği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Likert ölçeğinde yanıt seçenekleri şu şekilde derecelendirilmiştir: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir.

1.3.2.3. Temettü Dağıtım Kararları Ölçeği (TDKÖ)

Baker ve Powell (2001) 'ın geliştirmiş olduğu 2008 yılında da Arslan'ın Türkçe'ye uyarmasıyla "Yöneticilerin Temettü Dağıtımına İlişkin Algıları" Ölçeği kullanılmıştır. Ayrıca, Brav, Graham, Harvey ve Michaely (2005) ve Bancel, Bhattacharyya ve Mittoo (2005) geliştirmiş olduğu Kuzucu (2015)' nun çalışmasında kullandığı anket formu ile birlikte derleme soru formu oluşturulmuştur. Ölçek derecelendirmesi 5'li likert tipindedir.

1.3.3. Analizler

1.3.3.1. Faktör Analizi

Faktör analizi çok sayıda gözlenen değişken arasındaki ilişkileri inceleyerek bu değişkenlerin altında yatan daha az sayıdaki gizil (latent) yapıyı ortaya çıkarmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistiksel tekniktir. Temel olarak değişkenler arasındaki korelasyon yapısını özetleyerek anlamlı faktörler oluşturur ve böylece veri setinin boyutunu azaltarak yorumlamayı kolaylaştırır (Yong & Pearce, 2013; akt. Büyüköztürk, 2020). Bu yöntem özellikle sosyal bilimlerde psikolojik, tutumsal veya davranışsal özellikler gibi doğrudan ölçülemeyen kavramların ortaya konulmasında yaygın olarak kullanılmaktadır (Verywell Mind, 2023).

Faktör analizi iki ana yaklaşımdan oluşur: Açımlayıcı Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis – EFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis – CFA). Açımlayıcı faktör analizi, araştırma sürecinin başında, verinin faktör yapısına dair ön kabul bulunmadığında kullanılır ve veri içerisindeki gizil boyutları keşfetmeyi amaçlar (Büyüköztürk, 2020). Doğrulayıcı faktör analizi ise, önceden belirlenmiş kuramsal bir modelin veriye ne ölçüde uyduğunu test eder ve model uyumunu çeşitli istatistiksel göstergeler aracılığıyla değerlendirir (Brown, 2015).

Analiz öncesinde verinin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) testi ve Bartlett küresellik testi yapılmaktadır (Kaiser, 1974; Bartlett, 1954; akt. Field, 2018). Ayrıca faktör sayısının belirlenmesinde Paralel Analiz, Scree Plot (dirsek grafiği) ve özdeğer kriterleri (Kaiser kriteri) gibi tekniklerden yararlanılır (Field, 2018).

Bu araştırmada faktör analizi tercih edilmesinin başlıca nedeni ölçekte yer alan maddelerin aynı kavramsal boyutu temsil edip etmediğini belirlemek ve ölçeğin yapısal geçerliliğini sağlamaktır. Böylece, verideki değişkenlerin anlamlı faktörler altında toplanması sağlanarak hem analiz süreci basitleştirilmiş hem de elde edilen bulguların güvenilirliği artırılmıştır. Faktör analizi sayesinde çalışmada kullanılan ölçeklerin ölçmek istediği kavramları ne derece başarıyla yansıttığı istatistiksel olarak test edilmiş ve araştırma modelinin kuramsal temeli güçlendirilmiştir.

1.3.3.2. Aracılık Analizi

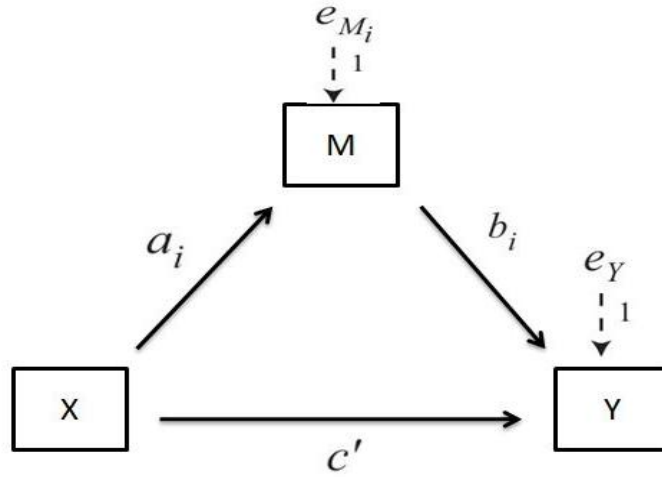
Aracılık analizi (*mediation analysis*), bir bağımsız değişkenin (X) bağımlı değişken (Y) üzerindeki etkisinin üçüncü bir değişken olan aracı değişken (M) yoluyla dolaylı olarak gerçekleşip gerçekleşmediğini test etmeye yönelik istatistiksel bir tekniktir. Bu yöntem, değişkenler arasındaki ilişkilerin yalnızca doğrudan değil, aynı zamanda dolaylı yollarla da kurulabileceğini kabul eder. Sosyal bilimlerde sıklıkla tercih edilen bu analiz yöntemi, özellikle psikolojik, sosyal ya da davranışsal mekanizmaların açıklanmasında etkili bir araçtır (Baron & Kenny, 1986; Shrout & Bolger, 2002). Böylece araştırmacılar, yalnızca “ne” sorusuna değil, aynı zamanda “nasıl” sorusuna da yanıt arayabilirler.

Klasik aracılık modeli, Baron ve Kenny (1986) tarafından geliştirilmiş olup, X’in M üzerindeki etkisi (a yolu), M’in Y üzerindeki etkisi (b yolu) ve X’in Y üzerindeki doğrudan etkisi (c’ yolu) anlamlı olduğu takdirde dolaylı etkinin varlığından söz edilebileceğini öne sürer. Ancak bu yaklaşım zamanla eleştirilmiş ve özellikle dolaylı etkinin istatistiksel anlamlılığını test etmede yetersiz kaldığı için yerini daha çağdaş modellere bırakmıştır (MacKinnon, Fairchild & Fritz, 2007).

Bu noktada Andrew F. Hayes’in geliştirdiği PROCESS Macro önemli bir katkı sunmuştur. Hayes (2013, 2018), SPSS ve diğer istatistik programları için

geliştirdiği bu eklentiyle, aracılık ve etkileşim modellerinin daha sistematik biçimde analiz edilmesine olanak tanımıştır. Bu çalışmada kullanılan Model 4, en temel aracılık modelidir ve bir bağımsız değişkenin, bir aracı değişken yoluyla bağımlı değişkeni nasıl etkilediğini incelemeye yöneliktir.

Aşağıdaki şemada Model 4'ün yapısı gösterilmektedir:



Şekil 2. Hayes Process Model-4

Model-4 yapısında, a_i ve b_i yolları dolaylı etkiyi; c' yolu ise doğrudan etkiyi temsil etmektedir. Bu model ile yapılan analizlerde temel amaç, X'in Y üzerindeki etkisinin M aracılığıyla dolaylı olarak gerçekleşip gerçekleşmediğini değerlendirmektir.

Bu değerlendirme sırasında dolaylı etkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test edebilmek için bootstrap yöntemi tercih edilmektedir. Bootstrap, parametrik varsayımlara bağlı kalmaksızın mevcut örneklemden çok sayıda yeniden örneklem (*resampling*) olarak istatistiksel çıkarım yapılmasını sağlayan esnek ve güvenilir bir yöntemdir (Chi vd., 2022). Özellikle küçük ve orta ölçekli

örneklemelerde etkilerin güven aralıkları üzerinden yorumlanmasına olanak tanır. Bu yöntemde oluşturulan 5000 alt örneklem üzerinden her bir regresyon katsayısı yeniden hesaplanır ve dolaylı etkinin güven aralığı belirlenir. Aracılık etkisinin anlamlılığı, %95 güven aralığının sıfır değerini içermemesi ile değerlendirilir (Preacher & Hayes, 2008; Hayes, 2013).

Bu araştırmada, kişilik özelliklerinin temettü dağıtım kararları üzerindeki etkisinin, özgecilik düzeyi aracılığıyla dolaylı olarak gerçekleşip gerçekleşmediğini belirlemek amacıyla Hayes'in PROCESS Macro Model 4 yapısı tercih edilmiştir. Modelin bu çalışmaya uyarlanması, bağımsız değişken olarak kişilik özellikleri (X), aracı değişken olarak özgecilik (M) ve bağımlı değişken olarak temettü dağıtım eğilimleri (Y) ele alınmıştır. Preacher ve Hayes'in (2008) önerdiği yaklaşıma uygun şekilde, analizler 5000 bootstrap örneklem üzerinden gerçekleştirilmiş ve dolaylı etkinin anlamlılığı güven aralıkları üzerinden test edilmiştir.

1.3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada veri toplamak amacıyla anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket formu dört ana bölümden oluşmaktadır;

İlk bölümde, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Bu bölümde; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, çalışma süresi, toplam iş deneyimi, görev unvanı ve aylık gelir gibi değişkenler yer alarak katılımcı profiline ilişkin temel bilgiler toplanmıştır.

İkinci bölümde, kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla Atak (2013) tarafından kullanılan On Maddeli Kişilik Ölçeği (Ten-Item Personality Inventory - TIPI) uygulanmıştır.

Üçüncü bölümde ise yöneticilerin özgecilik eğilimlerini belirlemek amacıyla Ersanlı ve Çabuker (2015) tarafından geliştirilen Özgecilik Ölçeğine yer verilmiştir.

Anketin son bölümünde, yöneticilerin temettü politikalarına ilişkin algılarını belirlemek üzere Baker ve Powell (2001) tarafından geliştirilen ve Arslan (2008) tarafından Türkçeye uyarlanan karma bir soru formu oluşturulmuştur.

Elde edilen veriler SPSS 27.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiş olup kullanılacak istatistiksel yöntemleri belirlemek amacıyla bazı ön analizler gerçekleştirilmiştir.

Değişkenlerin kategorik dağılımlarını belirlemek amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Frekans analizi yardımıyla, her bir değişkenin veri setinde kaç kez tekrarlandığını ve dağılımını belirleyerek veri setindeki olası dengesizliklerin ve örneklem yapısının anlaşılması sağlanmıştır.

Araştırmaya ilişkin demografik özelliklerin frekans ve yüzde dağılımları Tablo-3'te sunulmaktadır.



Tablo-3. Demografik Değişkenlere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları			
Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	78	35,6
	Erkek	141	64,4
Yaş	18-30 arası	25	11,4
	31-40 arası	78	35,6
	41-50 arası	84	38,4
	51-60 arası	29	13,2
	61 yaş ve üzeri	3	1,4
Eğitim Durumu	Orta Okul	0	0
	Lise	7	3,2
	Ön Lisans	45	20,5
	Lisans	108	49,3
	Yüksek Lisans	46	21,0
	Doktora	13	5,9
Aylık geliriniz?	1-30.000 TL	22	10,0
	31.000-50.000 TL	90	41,1
	51.000-75.000 TL	64	29,2
	76.000-100.000 TL	27	12,3
	101.000 TL ve üzeri	16	7,3
Şirketteki pozisyonunuz?	Yönetim Kurulu Üyesi	18	8,2
	Genel Müdür	25	11,4
	Genel Müdür Yardımcısı	53	24,2
	Departman Yöneticisi	114	52,1
	CFO Finans Müdürü	54	24,7
Şirkette çalışma süresi?	1-3 yıl	60	27,4
	4-6 yıl	55	25,1
	7-10 yıl	72	32,9
	11-14 yıl	23	10,5
	15 ve üzeri	9	4,1
Toplam iş tecrübeniz?	1-3 yıl	7	3,2
	4-6 yıl	43	19,6
	7-10 yıl	72	32,9
	11-14 yıl	55	25,1
	15 ve üzeri	42	19,2
Toplam		219	

Tablo-3'te katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları incelendiğinde; katılımcıların %64,4'ünü erkekler, %35,6'sını ise kadınlar oluşturmaktadır. Yaş dağılımı incelendiğinde, en yoğun katılımın %38,4 ile 41-50 yaş grubunda olduğu belirlenmiştir. Bunu %35,6 ile 31-40 yaş arası ve %13,2

ile 51-60 yaş arası takip etmektedir. Eğitim durumu açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların %49,3'ü lisans ve %21'i yüksek lisans mezunu olduğu; %20,5'inin ön lisans, %5,9'unun doktora ve %3,2'sinin lise mezunu olduğu belirlenmiştir.

Aylık gelir düzeyine göre katılımcıların %41,1'i 31.000-50.000 TL aralığında, %29,2'si ise 51.000-75.000 TL aralığında gelir elde etmektedir. Katılımcıların %52,1'i departman yöneticisi, %24,7'si CFO/finans müdürü iken %24,2'si genel müdür yardımcısı olarak görev yapmaktadır.

Şirketteki çalışma süresi açısından, %32,9'u 7-10 yıldır aynı şirkette çalışmakta, %27,4'ü ise 1-3 yıl aralığındadır. Katılımcıların toplam iş tecrübesi değerlendirildiğinde, %32,9'unun 7-10 yıl, %25,1'inin ise 11-14 yıl deneyime sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgular, örneklemin çoğunlukla orta yaşta ve yükseköğrenim düzeyine sahip katılımcılardan oluştuğunu belirtmektedir.

Normallik analizi, elde edilen verilerin normal dağılıma uyup uymadığını belirlemek amacıyla yapılan istatistiksel bir incelemedir. Verilerin normal dağılım göstermesi parametrik testlerin geçerli ve güvenilir biçimde kullanılabilmesi açısından önemlidir. Normalliğin değerlendirilmesinde çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları yaygın olarak kullanılır. Literatürde $\pm 1,0$ aralığı ideal normallik olarak kabul edilirken, $\pm 2,0$ aralığı sosyal bilimlerde genellikle kabul edilebilir sınırlar olarak değerlendirilmektedir (George & Mallery, 2012). Çarpıklık katsayısının negatif olması dağılımın sola, pozitif olması ise sağa çarpık olduğunu; basıklık katsayısının negatif olması dağılımın daha basık (platikurtik), pozitif olması ise daha sivri (leptokurtik) olduğunu ifade eder (Kline, 2011).

Araştırma değişkenlerine ilişkin betimleyici istatistikler Tablo-4'te gösterilmektedir.

Tablo-4. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimleyici İstatistik Sonuçları					
Değişken	N	Ort.	Stn. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
1.OMKÖ	219	3,03	,528	-,233	-,059
2.ÖZÖ	219	3,24	,645	-,400	-,388
3.TDKÖ	219	3,31	,738	-,443	-,562

Tablo-4 incelendiğinde, On Maddelik Kişilik Ölçeği (OMKÖ) için ortalama değer 3,03, Özgeciliğin Ölçeği (ÖZÖ) için 3,24 ve Temettü Dağıtım Kararları Ölçeği (TDKÖ) için ise 3,31 olarak hesaplanmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde, her üç değişkenin de normal dağılıma uygun bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 sınırları içinde olması, verilerin normal dağılıma oldukça yakın bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır (George ve Mallery, 2010). OMKÖ, ÖZÖ ve TDKÖ değişkenlerine ilişkin çarpıklık değerleri sırasıyla -0,233; -0,400 ve -0,443; basıklık değerleri ise -0,059; -0,388 ve -0,562 olarak hesaplanmıştır.

Güvenirlilik analizi, veri toplama aracının ölçtüğü kavramı tutarlı bir şekilde ölçüp ölçmediğini belirlemek amacıyla yapılır. Sosyal bilimlerde en yaygın kullanılan iç tutarlılık ölçütü Cronbach's Alpha katsayısıdır. Bu katsayı, ölçek maddeleri arasındaki korelasyonu değerlendirerek ölçeğin bütünlüğünü ortaya koyar. Genel kabul gören sınıflamaya göre Cronbach's Alpha değeri 0,60-0,70 arası "sınırlı fakat kabul edilebilir", 0,70-0,80 arası "iyi", 0,80-0,90 arası "çok iyi" ve 0,90 ve üzeri ise "mükemmel" iç tutarlılık olarak yorumlanır (Nunnally, 1978; George & Mallery, 2012).

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin Cronbach's Alpha değerleri Tablo-5'te sunulmuştur.

Tablo-5 Araştırma Değişkenlerine İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları		
Değişken	Cronbach Alfa	Yorum (Değer Aralığı)
OMKÖ	0,63	Kabul edilebilir (0,60 – 0,70)
ÖZÖ	0,91	Mükemmel ($\geq 0,90$)
TDKÖ	0,96	Mükemmel ($\geq 0,90$)

Tablo-5'te Cronbach's Alpha değerleri incelendiğinde, Özgeciliğin Ölçeği (ÖZÖ) için 0,91 ve Temettü Dağıtım Kararı Ölçeği (TDKÖ) için 0,96 katsayıları "mükemmel" düzeyde iç tutarlılığı göstermektedir.

On Maddelik Kişilik Ölçeği (OMKÖ) için elde edilen Cronbach Alfa değeri 0,63'tür. Bu değer, güvenirlik kriterleri çerçevesinde sınırlı bir iç tutarlılık düzeyini belirtse de, literatürde kısa ölçeklerde (özellikle maddelerin sayıca az olduğu ölçümlerde) düşük alfa katsayılarının beklenen bir durum olduğu belirtilmektedir

(Gosling, Rentfrow ve Swann, 2003). Bu bağlamda, OMKÖ değişkenine ilişkin iç tutarlılığın kabul edilebilir düzeyde olduğu değerlendirilmiş ve analizlerde kullanılması uygun bulunmuştur.

Sonuç olarak, elde edilen bulgular, araştırma verilerinin hem normal dağılım varsayımını karşıladığını hem de ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermekte; bu nedenle parametrik testlerin kullanılmasının istatistiksel açıdan uygun olduğu değerlendirilmektedir.

2. BULGULAR

2.1. Faktör Analizi Sonuçları

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA), aralarında ilişki olduğu varsayılan çok sayıdaki gözlenebilir değişkenin, daha az sayıdaki doğrudan gözlenemeyen değişkenler aracılığıyla yorumlanabilmesine imkân sağlayan çok değişkenli bir analiz yöntemidir (Çolakoğlu ve Büyükekşi, 2014). Bu çalışmada, veri analizi sürecinde kullanılacak olan OMKÖ, ÖZÖ ve TDKÖ ölçeklerinin faktör yapılarını belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir.

AFA'nın uygulanabilirliğini test etmek için veri setinin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Ölçütü ve Bartlett's Test of Sphericity (BTS) ile sınanmıştır. KMO testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılan bir ölçüttür. KMO değerinin 1'e yaklaşması örneklem yeterliliğinin yüksek olduğunu göstermekte olup, bu değer 0,70 ile 0,80 arasında olması "iyi", 0,80 ile 0,90 arasında olması "çok iyi" ve 0,90'ın üzerinde olması ise "mükemmel" olarak değerlendirilmektedir (Field, 2005; Kaiser, 1974; Çokluk ve ark., 2012).

Tablo-6. Kaiser-Meyer-Olkin Testi Sonuçları		
Değişken	KMO Değeri	Yorum (Değer Aralığı)
OMKÖ	0,724	İyi (0,70 – 0,80)
ÖZÖ	0,916	Mükemmel ($\geq 0,90$)
TDKÖ	0,952	Mükemmel ($\geq 0,90$)

Tablo-6’da sunulan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test sonuçları, kullanılan ölçeklerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla incelenmiştir. OMKÖ ölçeği için elde edilen 0,724’lük KMO değeri “iyi” düzeyde, ÖZÖ için 0,916 ve TDKÖ için 0,952 değerleri ise “mükemmel” düzeyde kabul edilmektedir (Kaiser, 1974; Field, 2005). Bu bulgular, veri setinin faktör analizi için yeterli örnekleme sahip olduğunu ve analizlerin güvenilir şekilde gerçekleştirilebileceğini göstermektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Bartlett Küresellik Testi (Bartlett’s Test of Sphericity) uygulanmıştır. Bu test, korelasyon matrisinin birim matristen anlamlı düzeyde farklı olup olmadığını test ederek, değişkenler arasında yeterli düzeyde ilişki bulunup bulunmadığını ortaya koyar. Başka bir ifadeyle, değişkenler arasındaki ilişkilerin faktör analizi yapılabilecek düzeyde olup olmadığını belirlemeye yardımcı olur (Field, 2009; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012).

Tablo-7. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Bartlett Testi		
Değişken	Bartlett Test of Sphericity $\chi^2(df)$	Sig (p < 0,05)
OMKÖ	$\chi^2(45)=578,996$	.001
ÖZÖ	$\chi^2(190)=2737,550$	.000
TDKÖ	$\chi^2(561)=5055,567$	.000

Bartlett testi sonucunda elde edilen p değerinin 0,05’ten küçük olması, korelasyon matrisinin faktör analizine uygun olduğunu ve değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunduğunu gösterir (Pallant, 2020).

Tablo-7’da yer alan sonuçlar incelendiğinde, On Maddelik Kişilik Ölçeği (OMKÖ) için $\chi^2(45)=578,996$; $p<0,05$, Özgecilik Ölçeği (ÖZÖ) için $\chi^2(190)=2737,550$; $p<0,05$ ve Temettü Dağıtım Kararları Ölçeği (TDKÖ) için $\chi^2(561)=5055,567$; $p<0,05$ bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar, her üç ölçek açısından da değişkenler arasında yeterli düzeyde korelasyon bulunduğunu ve veri setlerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

2.1.1. OMKÖ Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

On Maddelik Kişilik Ölçeği'ne (OMKÖ) ait yapı geçerliliğini değerlendirmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir. Analiz, ölçek maddelerinin hangi faktörlerde toplandığını ve bu faktörlerin kuramsal yapıyla uyum düzeyini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Aşağıda, OMKÖ'ye ilişkin faktör

Tablo-8. OMKÖ Açımlayıcı Faktör Analizi Dağılımı			
	Boyut		
	Boyut-1	Boyut-2	Boyut-3
10. Geleneksel, yaratıcı olmayan.	,862		
8. Alt üst olmuş, dikkatsiz.	,819		
4. Kaygılı,kolaylıkla hayâl kırıklığına uğrayan.	,770		
6. Çekingen, sessiz.	,678		
2. Eleştirel, kavgacı.	,413		
1. Dışa dönük, istekli		,907	
5. Yeni yaşantılara açık, karmaşık.		,656	
9. Sakin, duygusal olarak dengeli.		,618	
3. Güvenilir, öz-disiplinli.			,861
7. Sempatik, sıcak.			,697
Öz Değer	2,896	2,223	1,003
Açıkladığı Varyans	28,964	22,231	10,025
Açıklanan Toplam Varyans	61,220		
*Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. ^a ** Cronbach's Alpha: ,636 p<0,05			

yapısını gösteren analiz sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo-8'de On Maddelik Kişilik Ölçeği'ne (OMKÖ) ilişkin açımlayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz, temel bileşenler yöntemi (Principal Components Analysis) ve Direct Oblimin rotasyon tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) dağılımı incelendiğinde, beş faktörlü kişilik envanteri (OMKÖ) toplam varyansın %61,22'sini açıklayan 3 alt boyuta indirgenmiştir. Bunlar; Boyut-1, Varyansın %28,964'ünü açıklamakta olup 5 maddeden (2, 4, 6, 8, 10. Maddeler) oluşmaktadır. Boyut-2, Varyansın %22,231'ini açıklamakta olup 3 maddeden (1, 5, 9. Maddeler) oluşmaktadır. Boyut-3, Varyansın %10,025'ini açıklamakta 2 maddeden (3 ve 7. Madde) oluşmaktadır.

Yapılan açımlayıcı faktör analizinde, en yüksek faktör yükü Boyut-2'de yer alan “Dışa dönük, istekli” ifadesine ait olup 0,907 olarak belirlenmiştir; Bu durum, ilgili maddenin temsil ettiği kişilik boyutunu güçlü bir şekilde yansıttığını göstermektedir. En düşük faktör yükü ise Boyut-1'deki “Eleştirel, kavgacı” maddesinde 0,413 olarak hesaplanmıştır. Literatürde 0,40 ve üzeri faktör yüklerinin kabul edilebilir sınırdaki olduğu dikkate alındığında, bu madde de analizde yer alabilecek düzeyde anlamlı bir katkı sunmaktadır (Hair ve diğ., 2014).

2.1.2. ÖZÖ Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Özgecilik düzeyini ölçmek amacıyla kullanılan Özgecilik Ölçeği'ne ilişkin açımlayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilmiş ve ölçeğin faktör yapısı incelenmiştir. Analiz kapsamında, maddelerin hangi alt boyutlar altında toplandığı ve faktör yüklerinin yeterliliği değerlendirilmiştir. Tablo-9'da, ÖZÖ ölçeğine ait faktör analizine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo-9. Özgecilik Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Dağılımı			
		Boyut	
		Faktör 1	Faktör 2
8	Acil durumlarda yardım vermeyi erdemlilik olarak görürüm.	,800	
2	Toplu taşıma araçlarında ve sırada/kuyruk da bekleyen ihtiyacı olan birine yerimi/sıramı veririm.	,799	
5	Kendim için istediğim şeyi diğer insanlar içinde isterim.	,795	
1	Başkalarının sıkıntılarını dinlemek için zamanımı verebilirim.	,787	
18	Fedakârlıkta bulunmaktan mutluluk duyarım.	,781	
2	Sıkıntısı olan birine yardım etmek için gerekli özveride bulunurum	,778	
11	Tehdit altında olan (güçsüz) birine duraksamaksızın yardım ederim.	,777	
9	Çok sıkıntıda kalmış birisine geri dönüşünü düşünmeden borç veririm.	,768	
4	“Veren el, alan elden üstündür.” Diye düşünürüm.	,759	
20	Yaşlılarla sohbet etmek için zaman ayırırım.	,727	
15	Sahip olduğum maddi olanakları başkalarıyla paylaşmaktan keyif alırım.	,714	
14	Yardıma ihtiyacı olan birisini gördüğümde ona yardım etmedikçe içim rahat etmez	,690	
7	Başkalarının işlerine yardım ederken zamanı sorun etmem.	,683	
19	Kötü günler için biriktirdiğim paramı ihtiyacı olana göz kırpmadan veririm.	,641	
16	İyilik yaparken hiçbir karşılık beklemem.	,637	
13	Yardım etmeden önce çıkarlarımı düşünürüm.		,830
12	Bence her yardım ilişkisi, aslında bir çıkar ilişkisidir.		,822
6	Yararıma olmayacak hiçbir yardım davranışında bulunmam		,820
17	Genelde bireysel çıkarlarıma öncelik veririm.		,813
10	Yardım ettiğimde sömürüldüğümü düşünüyorum.		,775
Öz Değer		8,499	3,304
Açıkladığı Varyans		42,495	16,519
Açıklanan Toplam Varyans		59,014	
*Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.			
** Cronbach's Alpha: 0,915, p<0,05			

Tablo-9’da Özgecılık Ölçeği’ne (ÖZÖ) ilişkin açımlayıcı faktör analizi verilmiştir. Buna göre ÖZÖ’nün 2 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan oluştuğu ve bu 2 boyutun toplam varyansın %59,04’nü açıkladığı tespit edilmiştir. Ayrıca, birinci boyut, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 15 ve 20 numaralı maddeleri, ikinci boyut ise 7, 10, 14, 16, 17, 18 ve 19 numaralı maddelerden oluştuğu belirlenmiştir. Analiz

bulgularına göre maddelerin faktör yükleri .637 ile .830 arasında değişmekte olup, tüm maddelerde .40 ve üzeri faktör yükleri ideal olarak kabul edildiği için maddelerin faktörlere önemli katkı yaptıkları değerlendirilmiştir (Field, 2009; 666). Ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach's Alpha katsayısı ile değerlendirilmiş ve oldukça yüksek bir değer olan .915 elde edilmiştir. Bu sonuç, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Elde edilen bulgular, Özgecilik Ölçeği'nin Ersanlı ve Çubuker (2015) tarafından geliştirilen orijinal yapısıyla büyük ölçüde uyumlu olduğunu göstermektedir. Söz konusu orijinal çalışmada da ölçek iki faktörlü bir yapı göstermiş; ilk faktör “özveri” ikinci faktör ise “bencillik” boyutları olarak kavramsallaştırılmıştır. Orijinal çalışmada faktör yükleri özveri ve bencillik faktörleri için sırasıyla .87 ile .77 olarak tespit edilmiştir. Bu araştırmada da benzer şekilde güçlü faktör yük değerlerine ulaşılmıştır. Aynı şekilde, Ersanlı ve Çubuker'in çalışmasında Cronbach's Alpha değeri .76 olarak raporlanmış ve bu bulgu da mevcut çalışmadaki iç tutarlılık düzeyiyle örtüşmektedir.

Bu paralellik ölçeğin faktör yapısının farklı örneklemelerde de korunduğunu ve geçerlilik-güvenirlilik açısından tatmin edici psikometrik özelliklere sahip olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda, analizde kullanılan Özgecilik Ölçeği'nin bu araştırmanın örnekleminde de geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak işlev gördüğü sonucuna ulaşılabilir.

2.1.3. TDKÖ Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Temettü Dağıtım Kararları Ölçeği (TDKÖ) kapsamında, ölçeğin yapısal geçerliliğini değerlendirmek amacıyla Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Bu analiz ile ölçeğin hangi alt boyutlardan oluştuğu ve her bir maddenin ilgili faktörle olan ilişkisi belirlenmiştir. Tablo-10'da, TDKÖ'ye ait faktör analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo-10. Temettü Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Dağılımı				
	Boyut			
	Boyut-1	Boyut-2	Boyut-3	Boyut-4
Temettu_12	,856			
Temettu_24	,674			
Temettu_11	,643			
Temettu_23	,610			
Temettu_17	,603			
Temettu_10	,551			
Temettu_30	,530			
Temettu_13	,518			
Temettu_29	,500			
Temettu_19	,488			
Temettu_22	,473			
Temettu_20	,468			
Temettu_28	,415			
Temettu_31	,389			
Temettu_2		-,703		
Temettu_1		-,682		
Temettu_5		-,608		
Temettu_4		-,605		
Temettu_9		-,580		
Temettu_3		-,547		
Temettu_8		-,470		
Temettu_14		-,406		
Temettu_6			,738	
Temettu_15			,532	
Temettu_34			,523	
Temettu_16			,487	
Temettu_7			,410	
Temettu_32			,381	
Temettu_18			,348	
Temettu_26				-,753
Temettu_21				-,452
Temettu_25				-,440
Temettu_27				-,405
Temettu_33				
Öz Değer	16,958	1,323	1,067	1,040
Açıkladığı Varyans	49,875	3,891	3,138	3,058
Açıklanan Toplam Varyans	59,961			

Tablo-10’da, temettü dağıtım tercihlerine yönelik oluşturulan ölçekte yer alan maddelere uygulanan Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) sonuçları sunulmaktadır. Temettü ölçeğinde yer alan 34 maddeden 32’si dört faktör altında toplanmıştır. Analiz sonucunda, özdeğeri 1’in üzerinde olan dört faktör belirlenmiş ve bu dört

faktör birlikte toplam varyansın %59,96'sını açıklamıştır. Bu oran, sosyal bilimlerde yaygın kabul gören %50 eşik değerin üzerinde olduğundan, ölçeğin faktör yapısının yeterli düzeyde açıklayıcı olduğu söylenebilir (Hair ve diğ., 2014; Büyüköztürk, 2016).

İlk faktör, 16,958'lik özdeğeri ile varyansın %49,87'sini tek başına açıklamakta olup bu faktörün ölçek üzerinde baskın bir yapı sergilediği görülmektedir. İkinci, üçüncü ve dördüncü faktörlerin sırasıyla açıkladığı varyans oranları %3,89, %3,13 ve %3,05'tir. Bu bulgu, çok boyutlu bir yapının varlığını desteklemekte ve ölçeğin yalnızca tek boyutlu olmadığını göstermektedir.

Faktör yük değerleri incelendiğinde, genel olarak .30'un üzerinde değerlere ulaşıldığı görülmektedir. Örneğin, Temettu_12 maddesi birinci boyutta .856 ile yüksek düzeyde bir faktör yüküne sahiptir. Bu durum, maddenin ilgili faktörde güçlü bir temsil gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Temettu_2 (-.703), Temettu_1 (-.682) ve Temettu_5 (-.608) gibi maddeler de ikinci boyutta anlamlı biçimde yüklenmiştir.

Bununla birlikte, Temettu_33 maddesinin tüm faktörlerde elde edilen yük değerlerinin .30'un altında kaldığı, dolayısıyla faktör yapısına anlamlı bir katkı sağlamadığı tespit edilmiştir. Maddelerin faktörlere yüklenme düzeyinin düşük olması, söz konusu maddenin ilgili yapıyı temsil etme gücünün sınırlı olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2019). Ancak, ölçeğin kavramsal bütünlüğünü ve orijinal formunu korumak amacıyla bu madde analizden çıkarılmamış; yalnızca yorumlama aşamasında analitik değerlendirme dışında bırakılmıştır.

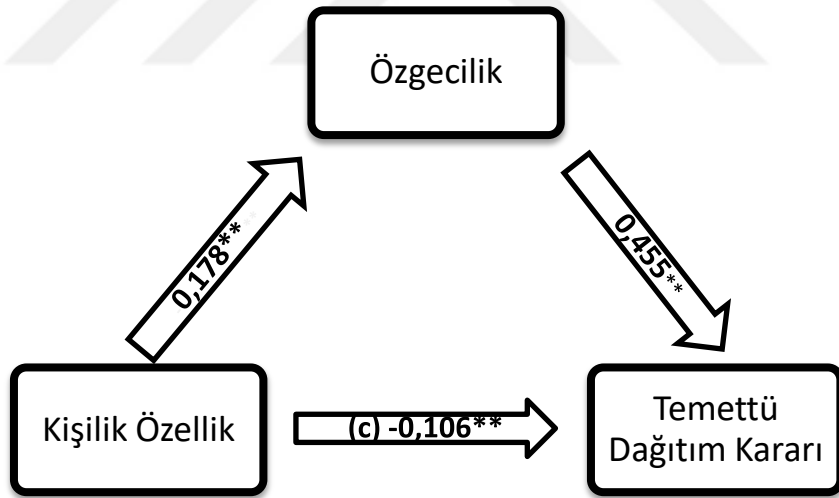
Elde edilen bulgular doğrultusunda, temettü ölçeğinin dört faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve bu yapı altında toplanan maddelerin genel olarak anlamlı faktör yüklerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, ölçeğin yapısal geçerliliğini desteklemekte ve sonraki analizlerde kullanılabilirliğini teyit etmektedir.

2.2. ARACILIK ANALİZİ SONUÇLARI

Aracılık analizi sosyal bilimlerde değişkenler arasındaki karmaşık ilişkileri incelemek ve bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin doğrudan mı yoksa bir aracı değişken üzerinden dolaylı mı gerçekleştiğini ortaya koymak amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Baron & Kenny, 1986; MacKinnon, 2007). Bu analiz neden-sonuç ilişkilerini daha ayrıntılı biçimde anlamaya ve kuramsal modelleri test etmeye olanak tanır.

Dolaylı etkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemede parametrik varsayımlara bağlı kalmadan güvenilir sonuçlar sunan Bootstrapping tekniği yaygın olarak kullanılmaktadır (Hayes, 2013). Bu yaklaşım mevcut veri setinden çok sayıda yeniden örneklem olarak güven aralıkları oluşturur ve bu aralıkların sıfır değerini içermemesi dolaylı etkinin anlamlı olduğunu gösterir (Efron & Tibshirani, 1993). Özellikle küçük ve orta ölçekli örneklerde klasik yöntemlere kıyasla daha güçlü ve esnek bir alternatif olarak öne çıkmaktadır.

Şekil 3. Aracılık Modeli



Bu çalışmada kişilik özelliklerinin temettü dağıtım kararları üzerindeki etkisinde özgeciliğin aracı rolü olup olmadığı Hayes'in (2013) geliştirdiği PROCESS Model 4 kapsamında incelenmiştir. Analizler Preacher ve Hayes'in (2008) önerileri

doğrultusunda 5.000 tekrar üzerinden Bootstrapping yöntemiyle gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur:

Tablo-11. Aracılık Analizi Sonucu						
Model	B	SH	t	P	%95 CI	
					LL	UL
Kişilik Özellikleri → Özgecilik (a)	0,178	0,052	3,419	0,001	0,075	0,28
Özgecilik → T. Dağıtım Kararı(b)	0,455	0,079	5,763	0,0	0,299	0,61
Doğrudan Etki (c)	-0,106	0,062	-1,71	0,089	-0,228	0,016
K. Özellik → Özgecilik → T.D. Kararı	0,081	0,029			0,031	0,143

Tablo-11'deki aracılık analizi sonuçları, kişilik özelliklerinin özgecilik üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir ($B = 0,178$; $p = 0,001$). Bu bulgu, kişilik özelliklerinin özgecilik düzeyini anlamlı biçimde yordadığını ve artırıcı yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, özgeciliğin temettü dağıtım kararı üzerindeki etkisi de anlamlı ve pozitifdir ($B = 0,455$; $p < 0,001$). Buna karşılık, kişilik özelliklerinin temettü dağıtım kararı üzerindeki doğrudan etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($B = -0,106$; $p = 0,089$).

Bootstrap analizine göre, dolaylı etki katsayısı $B = 0,081$ olup, %95 güven aralığı $[0,031 - 0,143]$ olarak hesaplanmıştır. Güven aralığının sıfır değerini içermemesi, dolaylı etkinin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır (Hayes, 2013; Preacher & Hayes, 2008). Bu sonuç, kişilik özelliklerinin temettü dağıtım kararlarını doğrudan değil, özgecilik aracılığıyla etkilediğini ve bu bağlamda özgeciliğin tam aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir.

Bu bulgu, literatürdeki benzer çalışmalarla da örtüşmektedir. Örneğin, Sağnak ve Kuruöz (2017) tarafından yürütülen çalışmada, özgün liderlik ile özgecilik arasındaki ilişki incelenmiş ve liderlerin özgeci tutumlarının örgütsel süreçlerde anlamlı bir yordayıcı faktör olduğu ortaya konulmuştur.

Dolayısıyla, elde edilen sonuçlar, örgütsel bağlamda alınan finansal kararların yalnızca ekonomik rasyonaliteye değil, aynı zamanda yöneticilerin kişilik özellikleri ve özgecilik düzeyleri gibi psikososyal faktörlere de dayandığını göstermektedir. Bu durum, davranışsal finans literatürünün öngördüğü gibi, karar vericilerin değerler ve sosyal eğilimler doğrultusunda hareket edebileceğine işaret etmektedir.

Bu çerçevede, araştırmada oluşturulan dört temel hipotez ilgili değişkenler arasındaki ilişkiler test edilmiştir. Her bir hipotez yapılan istatistiksel testler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Aşağıda hipotezler ayrı ayrı sunulmakta ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda yorumlanmaktadır.

H1 – Yöneticilerin kişilik özelliklerinin temettü dağıtım tercihleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Yapılan analiz sonuçlarına göre kişilik özelliklerinin temettü dağıtım kararı üzerindeki doğrudan etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($B = -0,106$; $p = 0,089$). Ayrıca toplam etki de anlamlı değildir ($p = 0,697$). Bu nedenle H1 hipotezi kabul edilememiştir. Bu bulgu, yöneticilerin kişilik özelliklerinin temettü dağıtım tercihleri üzerinde doğrudan bir belirleyici olmadığını göstermektedir.

H2 – Yöneticilerin kişilik özellikleri onların özgecilik tutumları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

Analiz sonuçlarına göre, kişilik özelliklerinin özgecilik üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır ($B = 0,178$; $p = 0,001$). Bu nedenle H2 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bulgu, yöneticilerin bireysel kişilik eğilimlerinin sosyal sorumluluk, yardımseverlik ve paylaşımcılık gibi özgecilik temelli tutumlarını anlamlı biçimde etkileyebileceğini göstermektedir.

H3 – Yöneticilerin özgecilik tutumları onların temettü dağıtım tercihleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir.

Analiz sonuçları, yöneticilerin özgecilik düzeyleri ile temettü dağıtım tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir

($B = 0,455$; $p < 0,001$). Bu nedenle H3 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bulgu, sosyal sorumluluk, empati ve paylaşım gibi değer yönelimlerinin, yatırımcı lehine karar alma süreçlerine yansıdığını ortaya koymaktadır.

H4 – *Yöneticilerin kişilik özelliklerinin onların temettü dağıtım tercihleriyle ilişkisinde özgeciliğin aracı rolü vardır.*

Hayes’in (2013) geliştirdiği PROCESS Model 4 aracılığıyla yapılan aracılık analizi sonucunda, özgeciliğin kişilik özellikleri ile temettü dağıtım tercihleri arasındaki ilişkide dolaylı etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($B = 0,081$) ve elde edilen Bootstrap güven aralığı $[0,031 - 0,143]$ sıfır değerini içermemektedir. Ayrıca, kişilik özelliklerinin temettü dağıtım tercihi üzerindeki doğrudan etkisi anlamlı bulunmadığından, bu modelde tam aracılık söz konusudur. Bu nedenle H4 hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç, özgeciliğin söz konusu ilişkide anlamlı bir aracı değişken rolü üstlendiğini ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yönetimsel karar alma süreçleri, yalnızca ekonomik göstergelere dayalı mekanik yapılar olmaktan öte, insan davranışının karmaşıklığını da içeren çok boyutlu süreçlerdir. Bu bağlamda, özellikle yatırım, finansman ve kâr dağıtımı gibi temel finansal kararlar, yöneticilerin bireysel özelliklerinden, değer yargılarından ve sosyal eğilimlerinden bağımsız değerlendirilemez. Davranışsal iktisat kuramı, klasik iktisadın varsaydığı “tam rasyonel birey” anlayışına alternatif olarak, kararların duygusal, bilişsel ve sosyal faktörlerin etkisiyle şekillendiğini savunur. Bu kuramsal çerçeveye göre, yöneticiler yalnızca nesnel veriler değil; aynı zamanda etik değerler, geçmiş deneyimler ve empatik yaklaşımlar doğrultusunda da hareket edebilmektedir. Özellikle özgecilik gibi, başkalarının faydasını gözetmeye dayalı sosyal eğilimlerin, yönetim kararlarını daha paylaşımcı ve paydaş odaklı hale getirebileceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, Borsa İstanbul’da faaliyet gösteren şirketlerin yöneticileri, hem yatırımcı beklentilerini hem de bireysel eğilimlerini gözeterek temettü kararlarını şekillendirmektedir.

Bu doğrultuda yürütülen çalışmada, Borsa İstanbul Halka Arz Endeksi'nde yer alan şirketlerin yöneticileri örneklem alınarak, kişilik özellikleri ile temettü dağıtım tercihleri arasındaki ilişkide özgecilik eğilimlerinin aracı rolü istatistiksel olarak incelenmiştir. Bulgular, yöneticilerin özgecilik düzeylerinin, kişilik özelliklerinden bağımsız olarak temettü kararlarını etkileyebildiğini göstermektedir. Bu da finansal karar alma süreçlerinin yalnızca rasyonel çıkarlar temelinde değil; bireyin içsel değerleri ve sosyal sorumluluk anlayışıyla da şekillenebileceğine işaret etmektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre; yöneticilerin kişilik özellikleri ile temettü dağıtım tercihleri arasında doğrudan ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu durum, kişilik özelliklerinin temettü kararları üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu ve doğrudan yoldan ziyade dolaylı mekanizmalar aracılığıyla etkili olabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, kişilik özelliklerinin özgecilik üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, yöneticilerin bireysel kişilik yapılarının sosyal duyarlılık ve yardımseverlik gibi özgecilik eğilimlerini şekillendirebileceğini göstermektedir. Aynı şekilde, yöneticilerin özgecilik düzeyleri ile temettü dağıtım tercihleri arasında da anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu sonuç, sosyal sorumluluk, empati ve paydaş odaklı düşüncenin finansal kararlara yansıyabileceğine işaret etmektedir.

Ayrıca, yapılan aracılık analizi sonucunda özgeciliğin, kişilik özellikleri ile temettü tercihleri arasındaki ilişkide istatistiksel olarak anlamlı bir tam aracı değişken olduğu ortaya konmuştur. Doğrudan etkinin anlamsız, dolaylı etkinin ise anlamlı bulunması, kişilik özelliklerinin temettü politikaları üzerindeki etkisinin özgecilik aracılığıyla dolaylı biçimde gerçekleştiğini göstermektedir.

Araştırma bulguları, farklı paydaş grupları açısından çok yönlü yararlar sağlamaktadır. Bu yararlar şu şekilde ifade edilebilir: Şirket yöneticileri açısından, bulgular yalnızca finansal göstergelere değil aynı zamanda değer temelli faktörlere de odaklanılması gerektiğini ortaya koymakta; özgecilik gibi sosyal eğilimlerin yatırımcı güvenini artırabileceğini, uzun vadeli kurumsal itibarı güçlendirebileceğini ve paydaş ilişkilerinde sürdürülebilir bir denge oluşturabileceğini göstermektedir.

Özgecılık eğilimi yüksek yöneticilerin temettü politikalarında yatırımcı lehine kararlar alırken şirketin sosyal sorumluluk imajını da güçlendirebileceği öngörülmektedir.

Potansiyel ve mevcut yatırımcılar açısından, bu çalışma yatırım yapılacak şirketlerde yalnızca bilanço ve finansal oranların değil yöneticilerin karar alma biçimlerinin arkasındaki değer ve eğilimlerin de dikkate alınmasının önemini ortaya koymaktadır. Yöneticilerin özgecılık düzeyleri yatırımcıların temettü istikrarı, kâr paylaşım anlayışı ve uzun vadeli kazanç beklentilerine dair daha sağlıklı öngörülerde bulunmalarına yardımcı olabilir. Böylece yatırımcılar risk-getiri dengelerini değerlendirirken yönetsel değer temelli tutumları da stratejik bir ölçüt olarak kullanabilir.

Yatırım uzmanları ve piyasa katılımcıları açısından, çalışma finansal analizlerde davranışsal boyutun dikkate alınmasının önemini vurgulamaktadır. Analistler ve portföy yöneticileri yöneticilerin kişilik özellikleri ve sosyal eğilimleri gibi unsurları değerlendirmelerine dahil ederek şirketin gelecekteki kâr dağıtım politikaları, yatırım stratejileri ve paydaş ilişkileri hakkında daha isabetli tahminler yapabilir. Bu yaklaşım yalnızca geçmiş performansa dayalı tahminlerin ötesine geçerek daha bütüncül ve proaktif değerlendirme yapılmasına imkân tanır.

Araştırmacılar açısından, bu çalışma davranışsal finans ve örgütsel psikoloji literatürünü birleştiren disiplinler arası bir araştırma modeli sunmakta; hem metodolojik hem de teorik açıdan yeni araştırmalara zemin hazırlamaktadır. Türkiye bağlamında, halka açık şirketlerde özgecılık ve temettü politikaları arasındaki ilişkileri inceleyen sınırlı sayıdaki çalışmalardan olması nedeniyle literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca ilerleyen araştırmalar için farklı sektörler, ülkeler ve kültürel bağlamlarda yapılacak karşılaştırmalı çalışmaların kapsamı ve yöntemi açısından yol gösterici olma potansiyeline sahiptir.

Politika yapıcılar açısından ise bulgular, sermaye piyasalarında yatırımcı haklarının korunması, kurumsal yönetim standartlarının güçlendirilmesi ve şeffaflık ilkelerinin geliştirilmesi amacıyla oluşturulacak düzenlemelerde yalnızca finansal performans kriterlerinin değil aynı zamanda karar vericilerin değer temelli ve paydaş

odaklı tutumlarının da dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu bakış açısı, piyasa güvenilirliğinin artmasına yatırımcıların piyasaya olan ilgisinin güçlenmesine ve sermaye piyasalarının uzun vadede daha istikrarlı bir yapıya kavuşmasına katkı sağlayabilir.

Bununla birlikte, bu araştırma belirli sınırlılıklar içermektedir. Çalışmanın örneklemini, yalnızca Borsa İstanbul Halka Arz Endeksi'nde yer alan şirketlerde görev yapan sınırlı sayıdaki yöneticiyle sınırlıdır. Bu durum, elde edilen bulguların tüm Türkiye sermaye piyasası ya da farklı sektör ve organizasyon tiplerine genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Ayrıca, araştırma tek bir ülke ve kültürel bağlamda gerçekleştirilmiştir. Oysa yöneticilerin kişilik yapıları ve özgecilik gibi sosyal eğilimleri, kültürel normlar, örgüt yapısı, sektör dinamikleri ve yasal düzenlemeler gibi birçok bağlamsal faktörden etkilenebilir. Bu nedenle, gelecekte farklı ülkelerde veya farklı piyasa yapılarına sahip bölgelerde yapılacak karşılaştırmalı araştırmalar, kültürel değişkenlerin karar alma süreçleri üzerindeki rolünü daha iyi ortaya koyabilir.

Bunun yanı sıra, çalışmada yer alan değişkenler öz-bildirim temelli ölçeklerle ölçülmüştür. Katılımcıların kendilerini ifade etme biçimi, sosyal beğenilirlik kaygısı ya da farkında olmadan verdikleri yanıtlar, ölçüm doğruluğunu sınırlayabilir. Bu tür öznel yanıtlamaların neden olabileceği sapmaları azaltmak amacıyla, ilerleyen araştırmalarda çok yöntemli veri toplama tekniklerinden yararlanılması önerilmektedir. Özellikle nitel yöntemler (örneğin derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları) ile elde edilen verilerin, nicel bulgularla desteklenmesi hem yorum gücünü artıracak hem de daha derinlemesine analizlere olanak sağlayacaktır. Ayrıca, bu çalışmada yalnızca temettü dağıtım kararları incelenmiş olup, yöneticilerin diğer finansal karar alanlarındaki (yatırım kararları, borçlanma tercihleri, risk yönetimi, likidite stratejileri gibi) tutumlarının da benzer yöntemlerle analiz edilmesi, yönetsel davranışların daha bütüncül bir çerçevede değerlendirilmesini mümkün kılacaktır. Böylece, bireysel ve sosyal özelliklerin kurumsal finansal stratejilere etkisi daha kapsamlı biçimde anlaşılabilir hale gelecektir.



KAYNAKÇA

- Abzug, R., & Webb, N. J. (1997). Rational and Extra-Rational Motivations for Corporate Giving: Complementing Economic Theory With Organization Science. *New York Law School Law Review*, 41, 1035–1069.
- Akgüç, Ö. (2013). Finansal Yönetim. İstanbul: Avcıol Yayınları
- Almaçak, Y. (2021). Yunus Emre'nin Şiirlerinin Pitirim Aleksandroviç Sorokin'in Özgecilik Teorisi Bağlamında İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Allen, F., & Michaely, R. (2003). Payout Policy. In *Handbook of the Economics of Finance*.
- Allen, F., Bernardo, A. E., & Welch, I. (2000). A Theory of Dividends Based on Tax Clienteles. *The Journal of Finance*, 55(6), 2499–2536.
- Al-Najjar, B., & Kılıcarslan, E. (2019). Dividend Policy of Publicly Listed Firms: Evidence from Turkey. *Borsa Istanbul Review*, 19(2), 135-161.
- Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Andreoni, J. (1990). Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal*, 100(401), 464–477.
- Andreoni, J. (1995). Warm-Glow Versus Cold-Prickle: The Effects of Positive and Negative Framing on Cooperation in Experiments. *The Quarterly Journal of Economics*, 110(1), 1–21.
- Arslan, M., & Meder Çakır, H. (2018). Firmaların Temettü Ödemeleri İle Firma Değeri Arasındaki İlişki Ve Bist 100'de Bir Uygulama. *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 33, Denizli, s. 169-180.
- Arslan, Ö., & Karan, M. B. (2006). Ownership and Control Structure as Determinants of Corporate Debt Maturity: A Panel Study of an Emerging Market. *Corporate Governance: An International Review*, 14(4), 312–324.
- Aşkar, N. & Çinkır, Ş. (2021). Temel Eğitim Okulları Öldürülerinin Sergiledikleri Özgeci Davranışlar İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki. *Trakya Eğitim Dergisi*, 11(2), 1087-1104.
- Atak, H. (2013). On-Maddeli Kişilik Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Nöro Psikiyatri Arşivi*, 50(4), 312–319.
- Ateş, H., & Genç, E. (2018). Bounded Rationality Approach as an Altrtnative to Rational Choice: A Critical Perspective. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 1-8
- Avcı, N. (2023). Çalışanların Öz Yeterlilik ve Özgecilik Algı Düzeyleri Arasındaki İlişkide İş Yeri Maneviyatı ve Örgüt İkliminin Aracılık Rolü. *Fiscaoeconomia*, 7(3), 2411-2436.
- Avşaroğlu, S., & Nurkoyuncu, S. (2021). Kadınlar ve Özgecilik. *International Social Sciences Studies Journal*, 11(58), 3075–3085.
- Aytekin, T., & Aytekin, H. (2023). Alfred Adler'in Bireysel Psikoloji Kuramı ve Temel İlkeleri. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 5(1), 40–47.
- Bacanlı, H. (2001). *Gelişim ve Öğrenme*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Bacanlı, H., İlhan, T., & Aslan, S. (2009). Beş Faktör Kişilik Kuramına Dayalı Bir Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 261–279.

- Baker, H. K., & Powell, G. E. (2012). Dividend Policy in Indonesia: Survey Evidence From Executives. *Journal of Asia Business Studies*, 6(1), 79–92.
- Baker, H. K., Farrelly, G. E., & Edelman, R. B. (1985). A Survey of Management Views on Dividend Policy. *Financial Management*, 14(3), 78–84.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bancel, F., Bhattacharyya, N., & Mittoo, U. R. (2005). Cross-Country Determinants of Payout Policy: A Survey of European Firms [Working paper]. University of Manitoba & ESCP-EAP.
- Bartlett, M. S. (1954). A Note on The Multiplying Factors For Various Chi Square Approximations. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 16(2), 296–298.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1–26.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Başerer Berber, Z. (2024). Özgeciliğin Ortaya Çıktığı Durumların Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(92), 1685–1697.
- Batson, C. D. (1991). *The Altruism Question: Toward A Social Psychological Answer*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Batson, C. D. (2011). *Altruism in Humans*. Oxford University Press.
- Bazerman, M. H., & Moore, D. A. (2013). *Judgment in Managerial Decision Making* (8th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Becker, G. S. (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Benabou, R., & Tirole, J. (2010). Individual And Corporate Social Responsibility. *Economica*, 77(305), 1–19.
- Bhattacharya, S. (1979). Imperfect Information, Dividend Policy, And the “Bird in The hand” fallacy. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 259–270.
- Bouchard, T. J., & McGue, M. (2003). Genetic and Environmental Influences on Human Psychological Differences. *Journal of Neurobiology*, 54(1), 4–45.
- Brav, A., Graham, J. R., Harvey, C. R., & Michaely, R. (2005). Payout Policy in The 21st century. *Journal of Financial Economics*, 77(3), 483–527.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2014). *Principles of Corporate Finance* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Brenna, M. J. (1970). Taxes, Market Valuation And Corporate Financial Policy. *National Tax Journal*, 23(4), 417–427.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2013). *Financial Management: Theory & Practice* (14th ed.). Cengage Learning.
- Broadback, D., Guenster, N., & Mezger, D. (2018). *Altruism And Egoism in Investment Decisions*. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2978660 (Erişim Tarihi:12.02.2025)
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research* (2nd ed.). New York: Guilford Press.

- Burger, J. M. (2006). *Kişilik* (İ. D. Erguvan Sarıoğlu, Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2020). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum* (27. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, A. N. & Acar, M.(2024), Ülke Kredi Temerrüt Takası Primlerinin Firmaların Temettü Politikalarına Etkisinin Panel Veri Analizi Yöntemi ile Araştırılması: BIST Temettü 25 Endeksinde Ampirik Bir Uygulama, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 69, 171-178.
- Cattell, R. B. (1965). *The Scientific Analysis of Personality*. Baltimore: Penguin Books.
- Carlo, G., Hausmann, A., Christiansen, S., & Randall, B. A. (2003). Sociocognitive and Behavioral Correlates of a Measure of Prosocial Tendencies for Adolescents. *The Journal of Early Adolescence*, 23(1), 107-134.
- Camerer, C. F. (2003). *Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction*. Princeton University Press.
- Ceyhan, S. (2018). Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Alanya.
- Chi, W. E., Huang, S., Jeon, M., Park, E. S., Melguizo, T., & Kezar, A. (2022). A Practical Guide to Causal Mediation Analysis: Illustration With A Comprehensive College Transition Program and Nonprogram Peer and Faculty Interactions. *Frontiers in Education*, 7, Article 886722.
- Comte, A. (1851). *Système de politique positive*. Paris: Carilian-Goeury.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Professional Manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Dear, K., Dutton, E., & Fox, E. (2019). Do “Watching Eyes” Influence Altruistic Behavior? *Evolution and Human Behavior*, 40(3), 269-280.
- Dede, B. (2009). Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerinde Etkileri: Bankalar Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Trabzon.
- Dereli, H. (2017). Türkiye'de Halka Açık Şirketlerde Kar Payı Dağıtım Politikalarının Hisse Senedi Değeri Üzerindeki Etkisi: BİST Üzerine Bir Araştırma. Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Digman, J. M. (1990). Personality Structure: Emergence of the Five-Factor Model. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 417-440.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.2307/258887> (Erişim Tarihi: 17.11.2024).
- Eisenberg, N., & Fabes, R. A. (1998). Prosocial Development. In W. Damon (Ed.), *Handbook of Child Psychology: Social, Emotional, and Personality Development* (pp. 646-778). New York: Wiley.
- Ekmekçi, Z. (2023). *Sosyal Sermaye Teorisi* [PDF]. İletişim Ansiklopedisi, İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi (İTAM). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7814587> (Erişim Tarihi:02.03.2025).

- Erdaş, L. (2017). Kâr Payı Dağıtım Politikasını Etkileyen İşletmelere Özgü Faktörlerin Belirlenmesi: Borsa İstanbul-30 Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Journal of Life Economics*, 4(2), 49-76.
- Ersoy, E., & Çetenak, E. (2015). Sahiplik Yoğunlaşmasının Temettü Dağıtım Kararlarına Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 15(4), 509-521.
- Erden, M., & Akman, Y. (2020). *Eğitim Psikolojisi: Gelişim – Öğrenme – Öğretim*. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Ersanlı, E., & Çubuker, B. (2015). Özgecilik Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 345-351.
- Ertuğrul, A. (2024). Kar Payı Dağıtım Politikaları Hisse Senedi Değerinin Nedeni midir? BIST Temettü Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(3), 272-283.
- Eryılmaz, A., & Ercan, L. (2011). Öznel İyi Oluşun Cinsiyet, Yaş Grupları ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36), 139-151.
- Fehr, E., & Schmidt, K. M. (1999). A Theory of Fairness, Competition, And Cooperation. *Quarterly Journal of Economics*, 114(3), 817-868.
- Fehr, E., & Fischbacher, U. (2003). The Nature of Human Altruism. *Nature*, 425(6960), 785-79.
- Fehr, E., & Schmidt, K. M. (2005). The Economics of Fairness, Reciprocity And Altruism: Experimental Evidence And New Theories (Munich Discussion Paper No. 2005-20). University of Munich, Department of Economics.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Frankfurter, G. M., & Wood, B. G. (2002). Dividend Policy Theories And Their Empirical Tests. *International Review of Financial Analysis*, 11(2), 111-138.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.
- Furnham, A., Treglown, L., Hyde, G., ve Trickey, G. (2016). The bright and dark side of altruism: Demographic, personality traits, and disorders associated with altruism. *Journal of Business Ethics*, 134, 359-368.
- George, D., & Mallery, P. (2012). *IBM SPSS Statistics 19 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Pearson.
- Gıtmán, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance*. Pearson Education.
- Grant, C. (2001). *Altruism and Christian Ethics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Graziano, W. G., & Eisenberg, N. (1997). Agreeableness: A dimension of personality. In R. Hogan, J. A. Johnson, & S. R. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp. 795-824). Academic Press.
- Graf, C., Merz, E.-M., Suanet, B., & Wiepking, P. (2023). Social Norms Explain Inconsistent Effects of Incentives on Prosocial Behavior. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 211, 429-441.

- Grant, A. M., & Mayer, D. M. (2009). Good Soldiers and Good Actors: Prosocial and Impression Management Motives as Interactive Predictors of Affiliative Citizenship Behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 900–912.
- Gürbüz, A. O., & Ergincan, Y. (2004). *Şirket değerlemesi: Klasik ve modern yaklaşımlar* (1. baskı). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Goldberg, L. R. (1990). An Alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216–1229.
- Golovics, J. (2015). Bounded Rationality and Altruism: Behaviourism in Economics. *Financial and Economic Review*, 14(2), 158–172.
- Gordon, M. J. (1963). *The Investment, Financing, and Valuation of the Corporation*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B. Jr. (2003). A Very Brief Measure of the Big-Five Personality Domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504–528.
- Gökçek, İ. (2006). *Jung'un Sınıflaması Temel Alınarak Oluşturulan Kişilik Boyutlarının Eğitici Yöneticiliğe Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Habashi, M. M., Graziano, W. G., & Hoover, A. E. (2016). Searching For the Prosocial Personality: A Big Five Approach to Linking Personality and Prosocial Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(9), 1177–1192.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Ham, K., Deng, X., De Groote, S., & Li, C. (2024). *Dividend Signalling and Investor Protection: An International Comparison*. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 20(3), 100441.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper Echelons: The Organization As a Reflection of its Top Managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193–206.
- Harputlu, İ. (2015). *Dini Tutum ve Özgeçmiş İlişkisi SDÜ Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. (2. Baskı). New York: The Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2018). *Partial, Conditional, and Moderated Mediation: Quantification, Inference, and Interpretation*. *Communication Monographs*, 85(1), 4–40.
- Horney, K. (1945). *Our Inner Conflicts*. New York: W. W. Norton & Company.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., Elliott, J. A., & Philbrick, D. (2013). *Introduction to Financial Accounting* (Pearson new international ed.). Pearson Education.
- Ishtiyag, S., Tyagi, S., Pandey, A. S., Kumari, J., Srivastava, H. K., & Chauhan, R. (2024). Relationship Between Empathy and Prosocial Behavior. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(6), <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.30999>
- Işık, E. (2023). Homoeconomicus'tan Girişimciye İktisat Sosyolojisinden Girişimcilik Sosyolojisine Bir Disiplinin Yol Haritası Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi, (7)2, 108-128.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M. W. (2002). Personality and Leadership: A Qualitative and Quantitative Review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 765–780. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.765>. (Erişim Tarihi: 26.05.2024).
- Judge, T. A., & Zapata, C. P. (2014). The Person–Situation Debate Revisited: Effect of Situation Strength and Trait Activation on the Validity of the Big Five Personality Traits in Predicting Job Performance. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1149–1179.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (2nd ed., pp. 102–138). Guilford Press.
- Kaiser, H. F. (1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>. (Erişim Tarihi:01.01.2025)
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kalaycı, ř. (Ed.). (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalı Soyer, M., Keskinoglu, M.ř., & İme, Y. (2021). Levels of Personality Traits to Predict Creative Thinking and Decision-Making Styles . *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 22(2), 1828-1863. DOI: 10.17679/inuefd.938650
- Kant, I. (1993). *Grounding for the Metaphysics of Morals* (J. W. Ellington, Çev.). Indianapolis: Hackett.
- Karaca, S. S. (2014). *Finansal Tablolar Analizi*. Nobel Yayıncılık.
- Karadağ, E., & Mutaşçılar, İ. (2009). Prososyal Davranış Ekseninde Özgencilik Üzerine Teorik Bir Çözömlleme. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 41–69.
- Karadağ, E., & Mutaşçılar, M. (2009). Eğitim Bilimlerinde Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karapınar, A. (2010). *Muhasebe İlkeleri ve Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kao, H. P. (2005). *Taiwanese Executives' Leadership Styles and Their Preferred Decision-Making Models Used in Mainland China* (Doctoral dissertation, University of the Incarnate Word). ProQuest Dissertations Publishing.
- Kavut, S. (2018). *Karen Horney ve Nevrotik Kişilik Üzerine Bir Araştırma: Blue Jasmine Örneği*. *Journal of International Social Research*, 11(55), 512–524.
- Kaya, M., & şanlı, Ö. (2019). Kâr Payı Dağıtım Politikalarının Firma Değeri Üzerine Etkisi: BIST 30 Endeksi Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi Dergisi*, 6(1), 107–116.
- Keysan, ř. (2018). Kişisel Özelliklerin Karar Verme Sürecine Etkileri: Denizli'de Finans Sektörü Çalışanları Üzerinde Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

- Kılıç, Y , Buğan, M , Özbezek, B . (2016). Asymmetric Information and Signaling Theory: Panel Causality Approach on the Relationship between Dividends and Earnings. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15 (4), 1132-1145.
- Kim, N., & Hwang, S.-H. (2015). Evolution of Altruistic Preferences Among Boundedly Rational Agents. *Korean Economic Review*, 31(2), 239–266.
- Konak, T. (2023). *Hisse Senetleri Borsa İstanbul'da İşlem Gören Şirketlerde Kaldıraç Döngüselliklerinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Kur'an-ı Kerim, Haşr Suresi, Ayet 59/9.
- Kuzgun, Y. (2000). *Rehberlik ve Psikolojik Danışma*. Nobel Yayın Dağıtım.
- La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (2000). Agency Problems and Dividend Policies Around the World. *The Journal of Finance*, 55(1), 1–33.
- Lama, D. (1999). *Ethics for the New Millennium*. Riverhead Books.
- Levenson, J. D. (2006). *Resurrection and the Restoration of Israel: The Ultimate Victory of the God of Life*. Yale University Press.
- Levin, I. P., Schneider, S. L., & Gaeth, G. J. (1998). All Frames are Not Created Equal: A Typology and Critical Analysis of Framing Effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 88(1), 411–429.
- Lintner, J. (1956). Distribution of Incomes of Corporations Among Dividends, Retained Earnings, and Taxes. *The American Economic Review*, 46(2), 97–113.
- Loewenstein, G. (2000). Emotions in Economic Theory And Economic Behavior. *The American Economic Review*, 90(2), 426–432.
- Loewenstein, G., & Lerner, J. S. (2003). The Role of Affect in Decision Making. In R. Davidson, K. Scherer, & H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of Affective Sciences* (pp. 619–642). New York: Oxford University Press.
- MacKinnon, D. P., Fairchild, A. J., & Fritz, M. S. (2007). Mediation analysis. *Annual Review of Psychology*, 58, 593–614.
- Mazouz K., Wu, Y., Ebraahim, R. & Sharma, A. (2022). Dividend Policy, Systematic Liquidity Risk, and the Cost of Equity Capital. *Journal of Financial Research*, 45(2), 275–295.
- Malmendier, U., & Tate, G. (2005). CEO Overconfidence and Corporate Investment. *The Journal of Finance*, 60(6), 2661–2700. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00813.x> (Erişim Tarihi:01.03.2025).
- McAdams, D. P. (2001). The Psychology of Life Stories. *Review of General Psychology*, 5(2), 100–122.
- McCrae, R. R., & Allik, J. (Eds.). (2002). *The Five-Factor Model of Personality Across Cultures*. New York: Kluwer Academic Plenum.
- McCrae, R. R., Costa, P. T., & Martin, T. A. (2005). The NEO–PI–3: A More Readable Revised NEO Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 84(3), 261–270.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2008). The Five-Factor Theory of Personality. O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin, *Handbook of Personality: Theory and Research* (3rd ed.) s.159-181. New York: The Guilford Press.

- Michiels, A., Uhlaner, L. M., & Dekker, J. (2017). The Effect of Family Business Professionalization on Dividend Payout. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 971–990.
- Miller, M. H., & Modigliani, F. (1961). Dividend Policy, Growth, And the Valuation of Shares. *The Journal of Business*, 34(4), 411–433.
- Nagel, T. (1970). *The Possibility of Altruism*. Oxford: Clarendon Press.
- Nagel, T. (2020). Özgecilik.(Çev. Recep Batu Günör), Ankara: Atıf Yayınları.
- Oğuz, E. (2009). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Karar Verme Stillerine İlişkin Yönetici ve Öğretmen Görüşleri. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Okka, O., (2015), Analitik Finansal Yönetim, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- Orçin, H., Demir, R., & Özcan, R. (2025). Şükranın Yordayıcısı Olarak Özgecilik ve Psikolojik Sağlamlık Özellikleri İncelenmesi. *Karaelmas Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 65–76.
- O'reilly, C. A., & Chatman, J. A. (1994). Working Smarter and Harder: A Longitudinal Study of Managerial Success. *Administrative Science Quarterly*, 39(4), 603–627.
- Oktuğ, Z. (2007). *Freud'un Kişilik Birimleri (id-ego-süperego) ile Reklam İletisinin İzleyici Üzerinde Yarattığı Etkiler Arasındaki Bağlantı: "Magnum, Kalbim Benecol ve LÖSEV Reklamları Üzerine Bir Araştırma*.Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T., & Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi (Personality Development). *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar (Current Approaches in Psychiatry)*, 4(4), 566–589.
- Özkara, Z. U., Aydın, B. & Taş, A. (2022). Algılanan Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Özgeci Davranış Üzerindeki Etkisi: Olumlu Duygu Durumunun Aracılık rolü. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(2): 364-386.
- Özsarı, A. (2021). *Relationship Between Intellectual Capital and Altruism: A Research of Mediterranean Region and Public Sports Organisations*. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 23(3), 390–396.
- Parmaksız, İ. (2020). İyimserlik, Özgecilik ve Medeni Durumun Psikolojik Dayanıklılık Üzerindeki Etkileri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 48, 285–302.
- Pelenk, S. E. (2019). Özgeci Davranışın Sosyal İnovasyona Etkisi: Teknoloji Sektöründe Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 14, 124-132. <https://doi.org/10.19168/jyasar.630565>.
- Peng, L., Jiang, Y., Ye, J., & Xiong, Z. (2024). *The Impact of Empathy on Prosocial Behavior Among College Students: The Mediating Role of Moral Identity and the Moderating Role of Sense of Security*. *Behavioral Sciences*, 14(11), 1024. <https://doi.org/10.3390/bs14111024>. (Erişim Tarihi:17.02.2025)
- Pekdemir, R. (2008). Mali Tablolar ve Analizi. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Ertuğrul, A. (2024). Kar Payı Dağıtım Politikaları Hisse Senedi Değerinin Nedeni Midir? BİST Temettü Eendeksi Üzerine Bir Uygulama. *Finans Ekonomi Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(3), 272-283. <https://doi.org/10.29106/fesa.1480484>.

- Pervin, L. A., & Cervone, D. (2010). *Kişilik: Kuram ve Araştırma* (A. Güner, Çev.). Kaknüs Yayınları. (Orijinal eser 11. baskı, 2010).
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial Behavior: Multilevel Perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365–392.
- Pervin, L. A., & John, O. P. (2001). *Personality: Theory and Research*. New York: John Wiley & Sons.
- Peterson, R. S., Smith, D. B., Martorana, P. V., & Owens, P. D. (2003). The Impact of Chief Executive Officer Personality on top Management Team Dynamics: One Mechanism by Which Leadership Affects Organizational Performance. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 795–808.
- Post, S. G. (2003). *Unlimited Love: Altruism, Compassion, and Service*. Templeton Foundation Press.
- Prasetyo, W. N., Anwar, M., & Ikbali, M. (2022). Does altruistic impact investment decision? Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Finance Research*, 4(2), 239–260. <https://doi.org/10.21580/jiafr.2022.4.2.12581> . (Erişim Tarihi:04.01.2025).
- Pradeep, P., Abraham, T., Abraham, A. A., Mathew, E., Jacob, F. G., & Nandana, V. S. (2022). Personality and Altruism Among Psychology and non Psychology Students. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 3(12), 2833–2836.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and Resampling Strategies for Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–89.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2011). *Essentials of Corporate Finance*. McGraw-Hill.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2016). *Corporate Finance* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sen, A. (1977). Rational fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory. *Philosophy & Public Affairs*, 6(4), 317–344.
- Seth, R., & Mahenthiran, S. (2022). Impact of Dividend Payouts and Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence from India. *Journal of Business Research*, 146, 571–581. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.053>.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in Experimental and Nonexperimental Studies: New Procedures and Recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422–445.
- Simit, S. E. (2023). *COVID-19 Pandemisinin Borsa İstanbul'da İşlem Gören İşletmelerin Faaliyet ve Finansal Kaldıraç Dereceleri Üzerine Etkileri: Ampirik Bir Uygulama* . Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Kayseri.
- Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2025, Şubat 26). *Altruism*. In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2025 Edition). Metaphysics Research Lab, Stanford University. <https://plato.stanford.edu/archives/spr2025/entries/altruism/> (Erişim tarihi: 4 Mart 2025).

- Stereńczak, S., & Kubiak, J. (2022). Dividend Policy and Stock Liquidity: Lessons from Central and Eastern Europe. *Research in International Business and Finance*, 62, 101727
- Sökmen, A. (2020). İşveren Markası, Duygusal Bağlılık ve Özgecilik İlişkisi: Bir Sağlık İşletmesinde Araştırma, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 4(6): 442-451.
- Suresh, N., & Pooja, M. (2022). *A Study on Determinants of Dividend Policy and Its Impact on Financial Performances: A Panel Data Analysis for Indian Listed Firms* [Preprint]. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2207.00715>. Erişim Tarihi: 01.01.2025).
- Sünbül, E. & Şener, H. E., (2020), Yöneticilerin Kişilik Özelliklerinin Liderlik Davranışlarına Etkisi: Kamu Güvenliği Alanında Görgül Bir Araştırma, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 12 (2): 98-115.
- Şen, S. (2015). *Erik Erikson'un birey ve din anlayışı*. Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta. s. 37-62.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş*. Ankara: Ekinoks Yayıncılık.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Tambe, A., & Krishnan, V. R. (2000). Leadership in Decision-Making. *Indian Management*, 39(5), 69-79.
- Taşdirek, Z. (2019). *Davranışsal İktisat Çerçevesinde Özgecilik Üzerine Bir İnceleme*. Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.
- Tekin, Ö. A. (2012). *Yabancılaşma ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Antalya Kemer'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.
- Tenteriz, Y., & Akkaya, G. C. (2021). Kurumsal Yönetim Üzerine Bir Yazın Taraması. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(10), 113-133.
- Thaler, R. H. (2016). *Misbehaving: The making of Behavioral Economics*. W. W. Norton & Company.
- Thalgi, M. J. (2024). Altruism and Social Cohesion: An Islamic Perspective of Charitable Acts for Sustainable Development. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 14(2), 42-62. <https://doi.org/10.32350/jitc.142.04>.
- Turhan, Ö., & Tiftik, C. (2022). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çatışma Yönetme Stratejilerine Etkisi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 189-193.
- Türk Ticaret Kanunu (Kanun No. 6102). (2011, 14 Şubat). *Resmî Gazete* (Sayı: 27846). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/02/20110214-1.htm>
- Üngüren, E. (2011). Psikobiyolojik Kişilik Kuramı Ekseninde Yöneticilerin Kişilik Özellikleri, Karar Verme Stilleri ve Örgütsel Sonuçlara Yansımaları. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ümmet, D. (2012). *Üniversite Öğrencilerinde Özgecilik Davranışının Transaksiyonel Analiz Ego Durumları ve Yaşam Doyumu Bağlamında İncelenmesi*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Ümmet, D., Ekşi, H. & Otrar, M. (2013). Özgecılık (Altruism) Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(26), 301–321.
- Üzümçeker, E., Gezgin, G.N., Akfırat, S. (2019). Sosyal ve Evrimsel Psikolojide İnsan Özgeciliği Bilmecesi. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 3(5), 93-110.
- Yalçın, İ., Şeker, M., & Bayram, A. (2014). Yöneticilerin Kişilik Özellikleri ve Duygusal Zekâları İle Yönetim Bilişim Sistemleri Kullanımları Arasındaki Etkileşimin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (13), 75–92.
- Yeşilkaya, M. (2018). Özgeci Davranış Olgusuna İlişkin Epistemolojik Sorunlar Üzerine Bir İnceleme: Siyah, Beyaz ve Gri. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4). 470–489.
- Yıldırım, M., & Topçuoğlu, P. (2016). Özgeciliğin Çeşitli Demografik Değişkenlerle İncelenmesi: Sakarya örneği. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32), 40–53.
- Yıldız, F. (2020). Rasyonel çim Teorisi İle Organize Suçları Anlamak. *Akademik Hassasiyetler*, 7(14), 147-171.
- Yılmaz, M. (2023). *Davranışsal İktisatta Bireylerin ve Firmaların Yatırım Kararlarını Etkileyen Bileşenlerin Rasyonalite Perspektifinde Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Manisa.
- Yong, A. G., & Pearce, S. (2013). A Beginner's Guide to Factor Analysis: Focusing on Exploratory Factor Analysis. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(2), 79–94.
- Yörük Karakılıç, N. (2024). Yöneticilerin Kişilik Özelliklerinin Yönetim tarzı Seçimindeki Rolü ve İşletme Performansı Üzerine Etkileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 1–26.
- Xu, X., Lin, C., & Wang, M. (2024). Does Parenting Daughters Increase Corporate Cash Dividends? Evidence From Chinese Family Firms. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 41, 100892.
- Van Het Hof, S. D., & Hostut, S. (2021). Türkiye’de sürdürülebilirlik raporlaması ve kurumsal itibar. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 45–63.
- Verywell Mind. (2023, May 22). Understanding Factor Analysis in Psychology. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/understanding-factor-analysis-in-psychology-7500856> (Erişim tarihi: 01 Şubat 2025).
- Witzig, N. M. (2024). Cognitive Noise and Altruistic Preferences [Preprint]. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2410.07647>. (Erişim Tarihi: 20.03.2025)

EKLER

EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

Sayın katılımcı;

Bu alışma Dr. Öğr. Üyesi Adem Böyükaslan danışmanlığında Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütölmekte olan bir lisansüstü tezi dahilinde “*Halka Açık Şirketlerin Yönetim Kurulu Üyelerinin Özgeciliğ Eğilimlerinin Belirlenmesi*” üzerine yapılacak olan bilimsel bir araştırmaı kapsamaktadır.

Bu araştırma bilimsel amaçlarla yapılmaktadır. Araştırmacılarca çalışmaya katılımınızın sizin açınızdan herhangi bir risk teşkil etmediğı düşünölmektedir. Araştırmada doğru veya yanlış cevap yoktur. Önemli olan katılımcıların soru formunu özenle ve samimiyetle cevaplandırmasıdır. Bu sebeple araştırma süresince toplanan veriler anonim olarak değeriendirilecektir ve sorulara verdiğınız yanıtlar araştırmanın hiçbir aşamasında özel bir amaçla kullanılmayacaktır. Ayrıca verdiğınız yanıtların analiz edilmesiyle ortaya çıkan bilimsel bulgular kişisel bilgileriniz ile eşleştirilmeyecek ve dolayısıyla araştırma sonucunda herhangi bir kişisel değeriendirme yapılmayacaktır. Bu soru formunu okuyup onaylamanız halinde araştırmaya katılımınızı gönöüllü olarak kabul ettiğınız varsayılacaktır.

Araştırmacılar olarak çalışmaya katılımınız ve desteğınız için teşekkürlerimizi sunarız.

Zehra SARITAŞ

Danışman: Dr.Öğr. Üyesi Adem BÖYÜKASLAN

A. Soru formunun bu bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadeler yer almaktadır.

1. Cinsiyetiniz

☐ Kadın ☐ Erkek

2. Yaşınız:

☐ 18-30 ☐ 31-40 arası ☐ 41-50 arası ☐ 51-60 ☐ 60 ve üzeri

3. Medeni Durumunuz:

☐ Evli ☐ Bekâr

4. Çocuğunuz var mı?

☐ Var ☐ Yok

5. Eğitim Durumunuz

☐ Orta Okul ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

6. Çalıştığınız şirkette şu anki pozisyonunuz nedir? (Çoklu işaretleme yapabilirsiniz)

☐ Yönetim kurulu üyesi ☐ Genel müdür ☐ Genel müdür yardımcısı

☐ Bölüm (Departman) yöneticisi ☐ CFO Finans Müdürü

7. Bu işletmede kaç yıldır çalışıyorsunuz:

☐ 1-3 yıl ☐ 4-6 yıl ☐ 7-10 yıl ☐ 11-14 yıl ☐ 15 ve üzeri

8. Toplam iş tecrübeniz nedir?

☐ 1-3 yıl ☐ 4-6 yıl ☐ 7-10 yıl ☐ 11-14 yıl ☐ 15 ve üzeri

9. Aylık geliriniz?

☐ 1-30.000 TL ☐ 31.000 - 50.000 TL ☐ 51.000 – 75.000 TL ☐ 76.000 – 100.000 TL

☐ 101.000 TL ve üzeri

10. Performansınız karşılığında ilave prim alıyor musunuz? (Yanıtınız hayır ise bir sonraki soruya geçiniz)

☐ Evet ☐ Hayır

11. Yanıtınız evet ise ilave primle çalışma nedenini belirtiniz.

☐ Şirket kârlılığı karşılığı ☐ Bireysel performans karşılığında ☐ Sözleşme gereği

☐ Takım çalışması karşılığında ☐ Diğer, lütfen belirtiniz.....

B. Soru formunun bu bölümünde katılımcıların kişilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadeler yer almaktadır.

	Aşağıda sunulan ifadelerin size hangi ölçüde uyup uymadığını 1'den 5'e kadar derecelendirilmiş seçenekler vasıtasıyla belirtiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
	“Kendimi olarak görürüm.”					
1	Dışa dönük, istekli	5	4	3	2	1
2	Eleştirel, kavgacı.	5	4	3	2	1
3	Güvenilir, öz-disiplinli.	5	4	3	2	1
4	Kaygılı, kolaylıkla hayâl kırıklığına uğrayan.	5	4	3	2	1
5	Yeni yaşantılara açık, karmaşık.	5	4	3	2	1
6	Çekingen, sessiz.	5	4	3	2	1
7	Sempatik, sıcak.	5	4	3	2	1
8	Alt üst olmuş, dikkatsiz.	5	4	3	2	1
9	Sakin, duygusal olarak dengeli,	5	4	3	2	1
10	Geleneksel, yaratıcı olmayan.	5	4	3	2	1

C. Soru formunun bu bölümünde katılımcıların özgecilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik ifadeler yer almaktadır.

	Aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	Birisine yardım etmek beni mutlu eder.	5	4	3	2	1
2	Başkalarına yardım etmek hoşuma gitmez.	5	4	3	2	1
3	Çok yakınım olmadığı sürece insanlara yardımcı olmak benim sorumluluğum değildir.	5	4	3	2	1
4	Karşılık beklemeden birileriyle ilgilenmek kendimi iyi hissettirir.	5	4	3	2	1
5	İhtiyacı olan birisine yardımcı olamazsam suçluluk hissederim.	5	4	3	2	1
6	Birisinin bir sıkıntısını giderdiğimde kendimi iyi hissederim.	5	4	3	2	1
7	Ben başkalarına yardımcı olacağıma başkaları bana yardımcı olsun diye düşünürüm.	5	4	3	2	1
8	Herhangi bir konuda yardım isteyen birisiyle ilgilenmeyi “yük” olarak görürüm.	5	4	3	2	1
9	Başkalarına yardımcı olmaktan keyif duyarım.	5	4	3	2	1
10	İhtiyacı olan birisini gördüğümde “nasıl olsa bir yardım eden olur” diye düşünürüm.	5	4	3	2	1
11	Başka insanların mutluluğu için çabalamak önemlidir.	5	4	3	2	1
12	Başkalarının rahat etmesi için kendi rahatımdan vazgeçerim.	5	4	3	2	1
13	Herhangi bir konuda yardım isteyen kimseyi geri çevirmemeye çalışırım.	5	4	3	2	1
14	Kendimden çok başkalarının iyiliği için çabalarım.	5	4	3	2	1
15	Çevremdeki kişilere bir sıkıntıları olup olmadığını sorar ve yardımcı olmaya çalışırım.	5	4	3	2	1
16	İyilik yaparken hiçbir karşılık beklemem.	5	4	3	2	1
17	Genelde bireysel çıkarlarıma öncelik veririm.	5	4	3	2	1
18	Fedakârlıkta bulunmaktan mutluluk duyarım.	5	4	3	2	1
19	Kötü günler için biriktirdiğim paramı ihtiyacı olana göz kırpmadan veririm.	5	4	3	2	1
20	Yaşlılarla sohbet etmek için zaman ayırıyorum.	5	4	3	2	1

	Aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneği işaretleyiniz. Lütfen her ifadeye mutlaka TEK BİR yanıt veriniz ve kesinlikle BOŞ BIRAKMAYINIZ.	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
18	Optimal bir temettü politikası mevcut temettü miktarları ile büyüme amaçlı yatırım fırsatları arasında bir denge kurar.	5	4	3	2	1
19	Şirketin yatırım, finansman (sermaye maliyeti) ve temettü kararları birbirleri ile ilişkilidir.	5	4	3	2	1
20	Şirket temettü politikasını sermayedarlarına azami faydayı sağlayacak şekilde hazırlamalıdır.	5	4	3	2	1
21	Şirketin nakit temettü ödeme politikasında değişiklik yapması firma değerini etkiler.	5	4	3	2	1
22	Şirketin sermaye maliyetleri genel olarak temettü politikalarından etkilenmektedir.	5	4	3	2	1
23	Şirket istenilen yatırımları tamamladıktan sonra temettü dağıtılmalıdır.	5	4	3	2	1
24	Şirketin yeni sabit sermaye yatırımlarına ayırdığı paylar genel olarak dağıtılan temettü miktarını etkilemektedir.	5	4	3	2	1
25	Yatırımcılar genel olarak temettü ödemelerini şirketin gelecekte beklentilerinin bir yansıması olarak algılamaktadırlar.	5	4	3	2	1
26	Şirket beklenmedik bir şekilde temettü ödemesini azaltırsa genel olarak hisse senedi fiyatı düşme göstermektedir.	5	4	3	2	1
27	Yatırımcılar şirketin hisse senetlerinin değerini biçmek için genelde temettü bildirimlerini kullanmaktadır.	5	4	3	2	1
28	Şirket neden temettü seviyesinde değişikliğe gitmekte olduğunu yeterli bir şekilde yatırımcılarına açıklamalıdır.	5	4	3	2	1
29	Temettü artışları büyüme potansiyelini yansıtabileceği gibi yatırım fırsatlarının bulunmadığını da gösterebileceği için karmaşık bir anlam ifade eder.	5	4	3	2	1
30	Temettü ödemelerinin mevcut nakit miktarını azalttığını, dolayısıyla da şirketimizi verimli yatırımlar yapma konusunda disipline ettiğini düşünüyoruz.	5	4	3	2	1
31	Temettü ödemelerinin yöneticilerimizi dış hissedarlarımızın çıkarlarını gözetmek doğrultusunda hareket etmeye teşvik ettiğini düşünüyoruz.	5	4	3	2	1
32	Temettü ödemelerinin bizi daha fazla dış finansman arayışına ittiğini, bunun da yatırımcılarımızın şirketimizin faaliyetlerini yakından takip etmesini sağladığını düşünüyoruz	5	4	3	2	1
33	Büyük hissedarların (aileler ve kurumsal yatırımcılar gibi) ve onların aile bireyleri gibi yönetimlere doğrudan dahil olmalarının yöneticilerimiz üzerinde daha iyi bir denetim sağladığını düşünüyoruz.	5	4	3	2	1
34	Genelde yatırımcılar belirsiz bir gelecekte elde edecekleri gelirden ziyade bugün alacakları nakit temettüyü tercih etmektedirler.	5	4	3	2	1

Ek-2. Etik Kurul Kararı

T.C.

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLERİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARARLARI

TOPLANTI SAYISI:02

KARAR TARİHİ: 21.02.2024

KARAR 2024/48

Üniversitemiz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim elemanı Dr. Öğr. Üyesi Adem BÖYÜKASLAN tarafından yürütülen (Diğer Araştırmacılar: Zehra SARITAŞ), "Halka Açık Şirketlerin Yönetim Kurulu Üyelerinin Özgeciliği Eğilimlerinin Belirlenmesi: Borsa İstanbul (BIST) Temettü Endeksi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezi kapsamında yapılan başvuruda yer alan veri toplama araçlarının, etik açıdan sakıncalı olmadığına, katılanların oy birliği ile karar verildi.

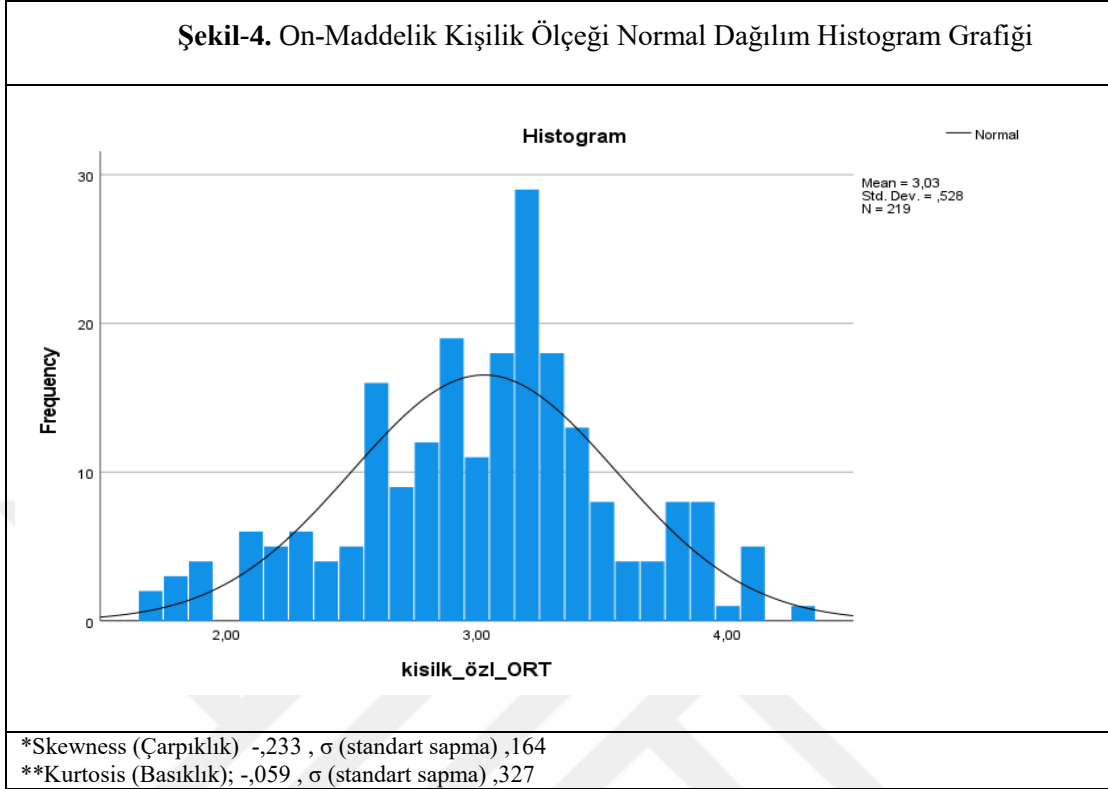
ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Mustafa GÜLER

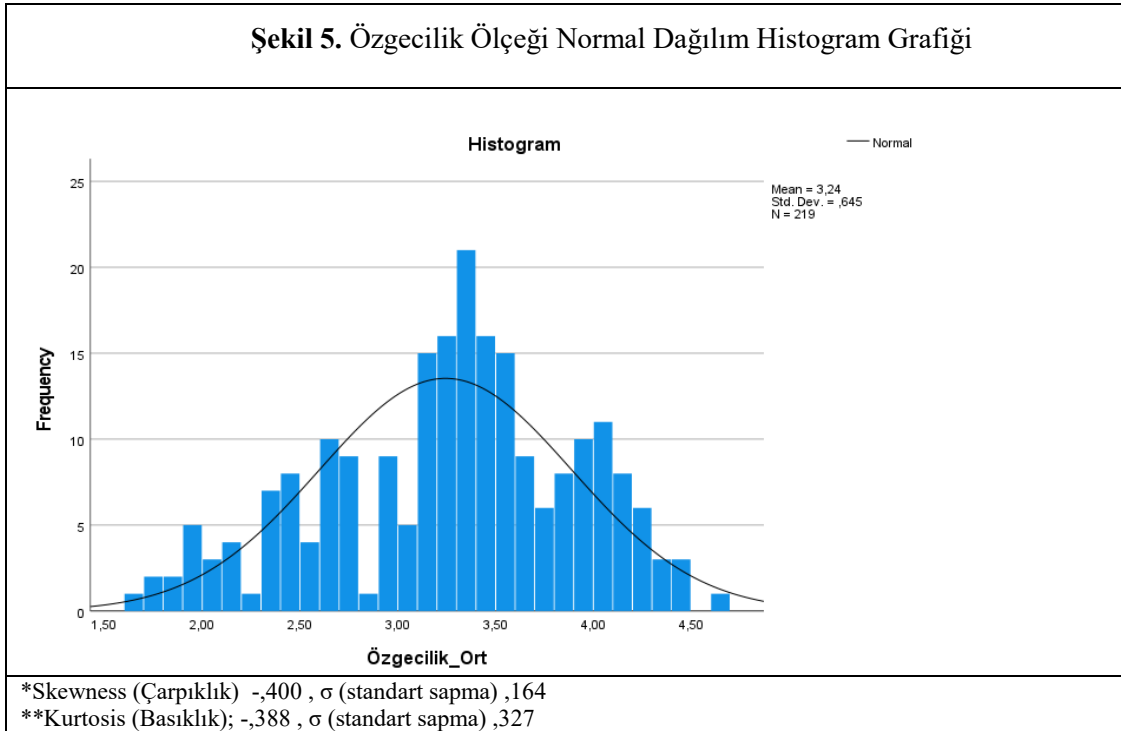
Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurul Başkanı

Ek-3. Normallik Testi Sonuçları

Şekil-4. On-Maddelik Kişilik Ölçeği Normal Dağılım Histogram Grafiği



Şekil 5. Özgecilik Ölçeği Normal Dağılım Histogram Grafiği



Şekil 6. Temettü Ölçeği Normal Dağılım Histogram Grafiği

