

Para sevgisi ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması

Turkish adaptation of the love of money scale: Validity and reliability study

Hayri Cengiz¹ 

Öz

Bu çalışmada Tang ve Chiu (2003) tarafından geliştirilen Para Sevgisi Ölçeğinin (the love of money scale) Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini Denizli ilinde yer alan ve üretim sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin çalışanları oluşturmaktadır. Bu kapsamda örneklemden farklı zamanlarda alınan toplam 335 veri ile analiz süreci gerçekleştirilmiştir. Örneklemden elde edilen verilerle ölçeğe ait güvenilirlik ve geçerlilikler sınanmış, açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiş, son olarak ölçeğe ait birleşim ve ayrışım geçerlilikleri test edilmiştir. Elde edilen sonuçlarda toplam varyansın %80,31'inin açıklandığı 17 ifadeli ve 4 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Ölçeğe ait uyum değerleri ise kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almıştır ($\chi^2/df=1,75$; CFI= 0,97; GFI= 0,88; AGFI= 0,84; NFI= 0,96; TLI= 0,96; RMSEA= 0,06). Ölçeğin boyutlarına ait güvenilirlik değerleri 0,86 ile 0,95 arasında değiştiği ve birleşim ile ayrışım geçerliliklerinin sağlandığı ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre Para Sevgisi Ölçeğinin Türkçe versiyonunun geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Para Sevgisi, Ölçek Uyarlama, Geçerlik, Güvenilirlik

Jel Kodları: M10, M12, L20

Abstract

The love of money scale developed by Tang and Chiu (2003) in this study was adapted into Turkish. The research sample consists of employees of an enterprise operating in the manufacturing sector in Denizli province. In this context, the analysis process was carried out with 335 data taken from the sample at different times. With the data obtained from the sample, the reliability and validity of the scale were tested, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were performed, and finally, the convergent and discriminant validities of the scale were tested. In the results, a 4-dimensional structure with 17 items was obtained, and 80.31% of the total variance was explained. The fit values of the scale were within acceptable limits ($\chi^2/df=1.75$; CFI= 0.97; GFI= 0.88; AGFI= 0.84; NFI= 0.96; TLI= 0.96; RMSEA= 0.06). The reliability values of the dimensions of the scale ranged between 0.86 and 0.95, and the convergent and discriminant validities were met. According to these results, the Turkish version of the love of money scale is a valid and reliable measurement tool.

Keywords: Love of Money, Scale Adaptation, Validity, Reliability

Jel Codes: M10, M12, L20

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Isparta, Türkiye,
hayricengiz@sdu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3394-349X

Başvuru/Submitted: 25/10/2024

Revizyon/ Revised: 15/12/2024

Kabul/Accepted: 11/01/2025

Yayın/Online Published: 25/03/2025

Atf/Citation: Cengiz, H., Para sevgisi ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, bmij (2025) 13 (1): 1-14 doi:

<https://doi.org/10.15295/bmij.v13i1.2468>

Extended Abstract

Turkish adaptation of the love of money scale: Validity and reliability study

Literature

The constant desire for what money brings with it and the behaviours that this desire may lead to in organisations have become the focus of the attention of various researchers. The behaviours of individuals who attach such importance to money to obtain more money and how these behaviours will affect the dynamics of the organisation are essential. It has been observed that studies focusing on the effect of the love of money on unethical behaviours, which are related to many negativities, and it has been revealed that the love of money is an essential determinant of unethical behaviours (Tang & Liu, 2012; Tang & Chen, 2008). Moreover, it is seen that the love of money negatively affects organisational citizenship (Tang et al., 2008; Widiani et al., 2009), increases selfishness by reducing helping behaviour and damages relationships with other colleagues (Tang et al., 2008; Wang & Krumhuber, 2017; Stajkovic et al., 2022). A limited number of studies show that love of money can positively affect organisations. When the studies conducted in this context are examined, it has been concluded that the love of money predicts individual motivation and increases creative work behaviour (Susanto, 2021; Stajkovic et al., 2022).

Research subject

The subject of this study is to reveal the Turkish validity and reliability analyses of the love of money scale developed by Tang and Chiu (2003), which is popular in the international literature for its use in Turkish culture.

Research purpose and importance

The study aims to test the validity and reliability of the love of money scale in Turkish and make it available to future researchers. The love of money scale measures individuals' importance to money and what it brings with it. Therefore, cash is considered a symbol of wealth and success in Turkish culture and is highly valued. From this point of view, by adapting the scale into Turkish and presenting it to the use of Turkish academicians, it is considered that it can be a pioneer in measuring the love of money and revealing the dynamics affected by the love of money in the organisational context.

Contribution of the article to the literature

This study tested the validity and reliability of the love of money scale, a popular measurement tool in international literature adapted to various cultures to measure individuals' attitudes towards money in the Turkish language and culture. This study enables Turkish researchers to reliably measure individuals' perceptions of money and pioneers, comparing the results obtained with studies conducted in other cultures.

Design and method

Research type

In this study, confirmatory and exploratory factor analyses were conducted using SPSS and Amos to test the validity and reliability of the Turkish love of money scale. Reliability values were revealed, and then convergent and discriminant validities were tested.

Research problems

The results brought about by the value and importance given to money more than necessary have started gaining importance in organisations. With the increasing interest of researchers in studies revealing the behaviours caused by the love of money, this study was carried out to pioneer such studies in Turkish culture. Money is a concept of great importance in Turkish culture and is considered a symbol of wealth. The love of money scale in this study has been used as a valid and reliable measurement tool in various cultures (Tang & Liu, 2012). This study was conducted to test whether the Turkish version of the scale is also valid and reliable.

Data collection method

During the research process, 335 data were obtained at different times by surveying with convenience sampling. The obtained data were analysed using SPSS and Amos.

Results of the article

According to the results, the love of money scale showed a valid and reliable characteristic in the Turkish language that was similar to its original form. The structure with four factors and 17 items, in which 80.31% of the total variance was explained, was confirmed ($\chi^2/df = 1.75$; CFI= 0.97; GFI= 0.88; AGFI= 0.84; NFI= 0.96; TLI= 0.96; RMSEA= 0.06). The reliability values of the dimensions of the scale ranged between 0.86 and 0.95, and convergent and discriminant validities were met. According to these results, it can be said that the Turkish version of the love of money scale is a valid and reliable measurement tool.

Suggestions based on results

As a result, it has been revealed that using the love of Money scale is appropriate as a valid and reliable measurement tool in Turkish culture. In this way, researchers can measure individuals' love of money levels in Turkish culture and conduct studies investigating its effects on individual and organisational dimensions. In addition, comparing the results regarding the behaviours that may be caused by the desire for money in Turkish culture with the studies conducted in different cultures will bring different discussions in the literature.

The international literature has demonstrated the negative consequences of high love of money. However, it is seen that the variables that the love of money can positively affect have not been emphasised much. It is thought that the positive or negative effects on organisational functioning will change, especially when the level of love of money is low, average or very high. In this direction, future researchers can reach remarkable results by revealing that the level of love of money may affect the positive direction and the adverse effects of love of money.

Limitations of the article

This study has some limitations because it was performed with the data obtained from a specific sample, and the convenience sampling method was preferred.

Giriş

İnsanlar ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve yaşamlarını sürdürebilmek amacıyla para kazanmaya ihtiyaç duyarlar. Bu doğrultuda sahip oldukları yetkinlikler ölçüsünde çalışma hayatına atılıp para kazanmaya başlarlar. Para, bireylerin ihtiyaçlarını karşılaması ve yaşamlarını sürdürebilmeleri için ihtiyaç duyulan ve bir emek karşılığında elde edilen bir kazanç olarak ele alındığında insanlar için gerekli ve önemli olduğu açıktır. Bireylerin iş hayatlarında bir projeyi tamamlama, başarılı bir faaliyet dönemi geçirme, içinde buldukları organizasyona ekstra kazanım sağlama ya da bir üst pozisyona terfi etmeleri sonrası elde ettikleri kazançlar artabilir. İfade edilen süreçlerin hepsinde bireyin kendi başarısı sonucu iş hayatında yükselerek elde ettiği gelirlerle daha iyi bir refah düzeyine erişmesi ve daha fazla paraya ulaşması anlatılmakta olup paranın iş hayatında gerçekleştirilen başarılar sonrası olağan olarak elde edilen kazanç özelliğini yansıtmaktadır.

Ancak para iki ucu keskin bir kılıç gibidir. Bir yandan ihtiyaçtır ancak aynı zamanda aç gözlülüğün kaynağı da olabilir (Saadah ve Samroh, 2021). Bireylerin dünya görüşleri ve sosyo-ekonomik statüleri doğrultusunda paranın önemine ve paranın beraberinde getireceklerine yükledikleri anlamlar değişebilir. Bununla birlikte günümüzde çeşitli sosyal medya ve iletişim araçlarıyla insanların daha fazla para kazanmaya, daha fazla harcamaya ve bunları diğer insanlara göstermeye özendirildiği görülmektedir. Bu doğrultuda insanlar sahip oldukları dünya görüşünün yanında sosyal medya uygulamalarının da etkisiyle özendirildikleri hayatı yaşamak ve diğerlerine göstermek için paraya daha fazla önem verebilmektedir. Ancak bireylerin paraya yükledikleri anlam ve paranın beraberinde getireceklerine olan ilgileri arttıkça çeşitli hile davranışlarında bulunma olasılıkları da artmaktadır (Chen, Tang ve Tang, 2013).

Sürekli daha fazla paraya sahip olmayı isteyerek paranın beraberinde getireceği güç, zenginlik, statü ve bunların daha fazlasına odaklanan, parayı çok önemli ve motive edici bir olgu olarak değerlendirip bu doğrultuda anlam yükleyen bireylerin parayı elde etme uğruna gösterdikleri motivasyon daha farklı olabilmektedir. Literatürde bireylerin paraya ilişkin bu tür tutumları para sevgisi (the love of money) kavramıyla açıklanmıştır. Para sevgisi, bireylerin para kazanmaya ilişkin istek ve arzularının davranışsal sonuçlarını ele alan, Tang (1992) tarafından psikoloji literatürüne kazandırılan bir yapıdır (Elias ve Farag, 2010). Kavram, bireyin paraya ilişkin isteklerini, arzularını, tutumlarını ve paraya yüklediği anlamı ölçen, duygusal, davranışsal ve bilişsel bileşenlerden oluşan çok boyutlu bir bireysel farklılık değişkenidir (Tang ve Chiu 2003; Du ve Tang, 2005; Tang, 2007). Kısa bir tanımda ise paraya atfedilen değer veya önem olarak değerlendirilebilir (Oliveira ve Marques, 2020). Para sevgisi, paraya verilen yüksek önem, parayı elde etmeye ilişkin sürekli istek ve paraya ilişkin bir aç gözlülüğü içermektedir (Sloan, 2002; Mitchell ve Mickel, 1999). Özetle bireyin daha fazla paranın beraberinde getireceklerine olan düşkünlüğü ve paraya yüklediği özel anlamlar para sevgisi yapısını oluşturmaktadır.

Bireylerin paraya ilişkin algıları, davranışlarını ve refahlarını paranın kendisinden daha fazla etkiler (Tang, 1992). Dolayısıyla para sevgisi, bir bireyin paraya ilişkin öznel tutumlarını ölçen bir kavram olmakla birlikte bireyin davranışlarını da etkileyen bir eğilimdir (Elias ve Farag, 2010). Bu doğrultuda paranın beraberinde getirdiklerine olan sürekli istek ve bu isteğin yol açabileceği sonuçlar çeşitli araştırmacıların ilgi odağı haline gelmiştir. Para sevgisinin insan davranışını etkileyen kişisel çıkar odaklı bir özellik olarak ele alınmasıyla kavram örgütsel araştırmalarda da dikkat çekmeye başlamıştır. Çünkü paraya bu denli önem veren bireylerin daha fazla para elde etme doğrultusunda gösterecekleri davranışlar ve bu davranışların örgüt dinamiklerini nasıl etkileyeceği önemlidir. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda para sevgisinin aç gözlülük kavramıyla ilişkili olarak etik olmayan niyet ve davranışlarda bulunmanın bir öncüsü olduğu sonuçları üzerinde yoğunlaşmıştır (Tang ve Chiu, 2003; Tang ve Chen, 2008; Tang ve Liu, 2012; Gentina, Tang ve Gu, 2018; Maggalatta ve Adhariani, 2020). Bununla birlikte yüksek para sevgisinin iş tatmini ve mutluluğu azalttığı (Chitchai, Senasu ve Sakworawich, 2018), örgütsel vatandaşlığı negatif etkilediği (Tang, Sutarso, Davis, Doliński, Ibrahim ve Wagner, 2008; Widiani, Putri, Sari ve Wirajaya, 2019), daha sık iş değiştirmeye öncü olduğu (Tang, Kim ve Tang, 2000), daha fazla risk alma eğilimini arttırdığı (Jia, Zhang, Li, Feng ve Li, 2013), yardımlaşma davranışını azaltarak bencilliği arttırdığı ve diğer çalışma arkadaşlarıyla olan ilişkilere zarar verdiği (Tang vd., 2008; Wang ve Krumhuber, 2017; Stajkovic, Greenwald ve Sergent, 2022) sonuçlarına ulaşılmıştır. Para sevgisiyle ilgili yapılan uluslararası çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, yüksek para sevgisinin aç gözlülükle ilişkili olabileceği ve etik olmayan davranışlarda bulunmanın bir öncüsü olabileceği sonuçları üzerinde yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte örgüt dinamiklerini genellikle olumsuz yönde etkilediği ifade edilmiştir. Para sevgisinin örgütleri pozitif yönde etkileyebileceğini ortaya koyan çalışmalar ise sınırlı sayıdadır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar incelendiğinde para sevgisinin bireysel motivasyonun bir öncüsü olduğu ve yaratıcı iş davranışını arttırdığı sonuçları elde

edilmiştir (Susanto, 2021; Stajkovic vd., 2022). Para sevgisinin etkilerini inceleyen Türk araştırmalarına göre ise para sevgisinin girişimcilik niyetini (Soydan, Kaymaz ve Baba, 2023; Özbek, 2021), vergi ahlakını (Yayla, Özbek, Topal ve Cengiz, 2009), presenteizmi (Bakan, Şekkeli ve Bakan, 2022) ve tüketici etiği davranışlarını (İlksu, 2022) etkilediği sonuçlarına ulaşıldığı görülmüştür. Sonuçlar detaylı olarak incelendiğinde para sevgisinin örgütsel davranışlar üzerine olan etkisiyle ilgili fazla araştırmanın yapılmadığı dikkat çekmektedir. Oysa uluslararası yazında birçok negatif örgütsel davranışın belirleyicisi olarak ortaya konan para sevgisinin Türk kültüründe de etkilediği örgütsel ve bireysel süreçleri ortaya koymak ve diğer araştırma sonuçlarıyla kıyaslamak önemli olacaktır.

Yapılan çalışmalarda bireylerin paraya ilişkin arzu ve tutumlarını ölçme sürecinde birçok çalışmanın ölçme aracı olarak para sevgisi ölçeğinden yararlandığı görülmektedir. Para sevgisi ölçeğinin temeli Tang, Furnham ve Davis (2002) tarafından geliştirilen para etiği ölçeğine dayanmaktadır. Tang ve Chiu (2003) para etiği ölçeğinin çeşitli ifadelerini bir araya getirerek para sevgisi ölçeğini ilk kez tekli yapıda kullanmıştır. Ölçek 17 ifade ve 4 boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan 4 boyut önemlilik, başarı, motive edici ve zenginlik olarak tanımlanmıştır. Önemlilik boyutu paraya verilen önem derecesini ele almakta, başarı boyutu paranın başarının bir simgesi olduğunu değerlendirmekte, motive edicilik boyutu paranın motive edicilik özelliğini ölçmekte ve zenginlik boyutu ise paranın zenginliğin bir simgesi olduğunu düşünen bireylerin görüşlerini yansıtmaktadır. Ölçekte yer alan boyutların bir bütün olarak kullanılmasının uygun olduğu gibi araştırma ve teori doğrultusunda alt boyutlar olarak değerlendirilmesinde bir sakınca görülmemiştir. Para sevgisi ölçeğinde yer alan ifadelerin yüksek puan alması bireylerin para kazanma uğruna ne gerekiyorsa yapabileceklerini, dışsal ödüller tarafından kontrol edilebileceklerini ve paranın kölesi haline gelebileceklerini ifade etmektedir (Tang ve Chiu, 2003).

Para sevgisi ölçeği literatürde paraya ilişkin tutumları ölçen, en gelişmiş ve sistematik ölçme araçlarından birisi olarak kabul edilmektedir (Lea ve Webley, 2006; Mitchell ve Mickel 1999). Ölçeğe ilişkin birçok ülke ve dilde çalışmalar yapılmış, geçerlik ve güvenilirlik değerlerinin çok iyi olarak ortaya çıktığı görülmüştür (Tang ve Liu, 2012). Ölçekle birlikte bireylerin paraya karşı tutumları ortaya konarken aynı zamanda bireylerin değerleri, ihtiyaçları ve arzuları da para bağlamında ölçülmüş olmaktadır (Luna-Arocas ve Tang, 2004). Tang ve Chiu (2003) tarafından ifade edilen para sevgisi ölçeğinin dilimizde çeşitli çalışmalarda kullanıldığı görülmektedir (Yayla vd., 2009; İlksu, 2022). Ancak gerçekleştirilen çalışmalarda ölçeğin dilimizde geçerliliğini test eden uyarılma çalışmasının yer almadığı ve referans verilmediği anlaşılmaktadır. Bu çalışmayla birlikte Tang ve Chiu (2003) tarafından 17 ifade ve 4 boyut olarak geliştirilen para sevgisi ölçeğine (the love of money scale, LOM) ait Türkçe ifadelerle geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmış ve gelecek araştırmalarda bu ölçeğin Türkçe olarak kullanılmasının önü açılmıştır.

Yöntem

Araştırmanın amacı ve yöntemi

Araştırmanın amacı uluslararası literatürde bireylerin paraya karşı tutumlarını ölçmek için yoğunlukla kullanılan Para Sevgisi Ölçeği'nin (Tang ve Chiu, 2003) Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını gerçekleştirip Türkçe dilinde araştırmacıların kullanımına sunmaktır. Bu kapsamda öncelikle ölçekte yer alan ifadeler Türkçeye çevrilmiş, çevirinin ardından tekrar orijinal diline geri çevrilmiş ve sonrasında uzman görüşlerine başvurulmuştur. Ortaya konan Türkçe ölçek ifadeleriyle anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve ölçeğe ait geçerlilik ile güvenilirlik değerleri ortaya konmuştur. Sonrasında açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiş ek olarak birleşim ve ayrışım geçerliliği de test edilmiştir. İfade edilen tüm analiz işlemlerinde SPSS 22 ve AMOS 21 programlarından yararlanılmıştır.

Araştırmanın örnekleme

Araştırmanın örneklemini Denizli ilinde üretim sektöründe faaliyet gösteren özel bir işletmede çalışanlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda kolayda örnekleme yöntemi tercih edilerek anket aracılığıyla katılımcılara ulaşılmıştır. Ölçeğe ait geçerlilikleri sınamak amacıyla iki farklı zaman diliminde veriler elde edilmiştir. Bu doğrultuda ölçeğe ait yapısal geçerliliği ortaya koymak amacıyla Eylül-Ekim 2024 tarihinde 166 kişiden veri toplanmış, ölçeğin yapısını doğrulamak amacıyla Aralık 2024 tarihinde 169 kişiden daha veri elde edilmiş, toplamda 335 veriyle analizler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada yer alan katılımcıların %76'sı erkek, %24'ü kadındır. Katılımcıların yaklaşık %69'u asgari ücret ve civarında aylık gelir elde ettiklerini beyan etmiş, yaklaşık %31'i ise asgari ücretin %25 üzeri ve daha fazlası aylık gelir elde ettiklerini ifade etmişlerdir.

Veri toplama araçları

Araştırmada Tang ve Chiu (2003) tarafından geliştirilen ve 17 ifadeden oluşan Para Sevgisi Ölçeği (love of money scale) kullanılmıştır. Ölçek önemlilik, başarı, motive edici ve zenginlik olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır. Katılımcılara ölçekte yer alan ifadelerle “Kesinlikle Katılmıyorum” ile “Kesinlikle Katılıyorum” ifadeleri arasından (5’li Likert) tercih yapmaları istenmiştir. Ölçeğin orijinalindeki güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin uygun seviyede olduğu görülmektedir (Tang ve Chiu, 2003).

Etik izin

Araştırmaya ait izin Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu’nun 27.09.2024 toplantı tarihli 152/31 sayılı kararı doğrultusunda alınmıştır. Anket sürecinde katılımcılara ön bilgi verilmiş ardından ankette yer alan ifadeleri kendi görüşleri doğrultusunda yanıtlamaları istenmiştir.

Dil geçerliliği

Ölçeğin orijinal formunda yer alan İngilizce ifadeler Türkçeye çevrilmesi amacıyla öncelikle 4 farklı dilbilimci öğretim üyesine iletilmiştir. Ardından çeviriler değerlendirilmiş ve genel kabul gördüğü haliyle İngilizceye tekrar çevrilmesi için 2 farklı dilbilimci öğretim üyesine gönderilmiştir. Elde edilen ifadelerin ölçeğin orijinal ifadeleriyle karşılaştırılması sonrası gerekli düzenlemeler yapılarak Türkçe ifadelerle ilişkin 3 ayrı öğretim üyesinden uzman görüşü alınmıştır. Görüşler doğrultusunda ölçeğin Türkçe ifadeleri oluşturulmuştur.

Yapı geçerliliği

Ölçeğe ait yapı geçerliliği test etme sürecinde öncelikle ölçekte yer alan ifadelerin normal dağılıma uyup uymadığını test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri ortaya konmuştur. Ölçeğe ait ortalama, standart sapma, Skewness ve Kurtosis değerleri Tablo 1’de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 1: Ölçeğe Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Madde No	Ortalama	Std. Sapma	Skewness	Kurtosis
1	4,289	0,8948	-1,221	0,979
2	4,114	1,0866	-1,177	0,706
3	4,102	1,0187	-0,973	0,392
4	4,506	0,7527	-1,488	1,620
5	3,951	1,0776	-0,815	0,082
6	3,042	1,4327	-0,037	-1,244
7	2,994	1,4077	-0,002	-1,207
8	2,933	1,4105	0,040	-1,205
9	2,337	1,3950	0,598	-0,942
10	3,560	1,2331	-0,464	-0,804
11	3,626	1,2476	-0,567	-0,758
12	3,560	1,2860	-0,533	-0,838
13	3,813	1,1420	-0,739	-0,285
14	3,662	1,1886	-0,678	-0,158
15	3,927	1,1784	-1,028	0,307
16	4,096	1,0687	-1,280	1,289
17	3,861	1,1853	-0,811	-0,221

Tablo 1’de gösterilen değerler doğrultusunda Skewness ve Kurtosis değerlerinin -2 ile +2 değerleri arasında yer alması sonucu ölçeğin normal dağılıma uyduğu anlaşılmaktadır (Kim, 2013). Ölçeğe ait güvenilirlik katsayısı Chronbach’s Alpha ise 0,94’tür.

Ölçeğin yapısal geçerliliğini ortaya koymak amacıyla temel bileşenler analizi ile Varimax eksen döndürme tekniği uygulanarak açıklayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sürecinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik ve Bartlett Küresellik Testi değerlerine ulaşılmış ve Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği		0,908
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare (X^2)	2789,935
	sd	136
	p	0,000

N=166

Tablo 2’de yer alan KMO değerinin 0,91 olarak gerçekleştiği görülmektedir. KMO değerinin 0,60’ın üzerinde çıkması örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 311). Bu doğrultuda seçilen örneklemin faktör analizi için oldukça yeterli olduğu ifade edilebilir. Tablo 2’de yer alan bir diğer sonuç ise Bartlett Küresellik Testine aittir. Elde edilen sonuçlarda testin anlamlı olduğu [$x^2(136) = 2789,935$, $p < 0,05$], değişkenler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi gerçekleştirilmesi için anlamlı olduğu ve faktör analizinin gerçekleştirilebileceğini göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 319). Ölçeğe ait Açımlayıcı Faktör Analizi sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3: Açımlayıcı Faktör Analizi

Madde No	Önemlilik	Başarı	Motive Edici	Zenginlik
1	0,675			
2	0,791			
3	0,804			
4	0,690			
5	0,717			
6		0,862		
7		0,844		
8		0,900		
9		0,614		
10			0,782	
11			0,808	
12			0,768	
13			0,790	
14				0,781
15				0,854
16				0,832
17				0,800
Özdeğer	1,279	9,221	1,038	2,115
Açıklanan Varyans	7,524	54,242	6,108	12,444
Açıklanan Toplam Varyans		80,318		

N= 166

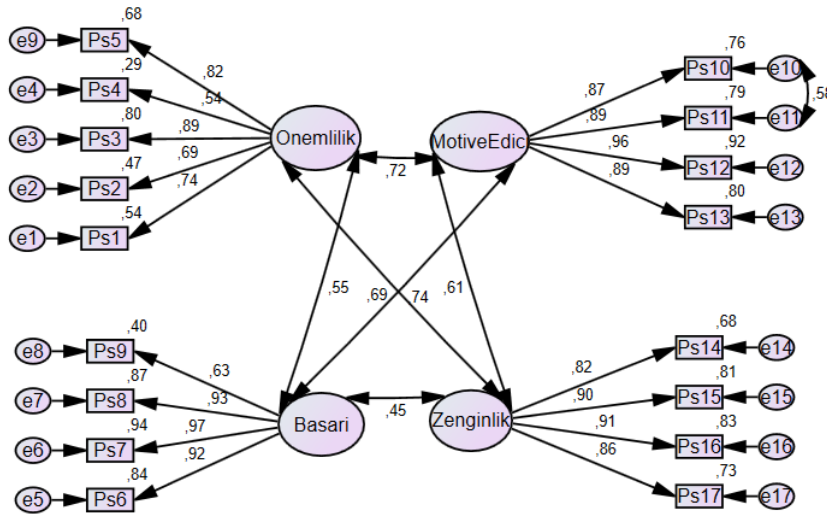
Boyut sınırlaması yapılmadan gerçekleştirilen analiz neticesinde özdeğerleri 1’den büyük olan 4 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Elde edilen yapının ölçeğin orijinal formundaki madde ve boyut dağılımıyla aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. Önemlilik faktörünün toplam varyansı açıklama gücünün %7,5, başarı faktörünün %54,24, motive edici faktörünün %6,10 ve zenginlik faktörünün %12,44 olduğu ortaya çıkmış ve tüm faktörlerin toplam varyansın %80,31’ini karşıladığı ortaya çıkmıştır. Birden fazla faktörlü yapılarda açıklanan toplam varyansın %50 ve üzerinde olmasının kabul edilmesi için yeterlidir (Yaşlıoğlu, 2017). Elde edilen sonuçlar daha detaylı incelendiğinde maddelerin faktör yüklerinin de 0,60 ile 0,90 arasında faktör yükü aldığı ve birden fazla faktör altında toplanıp yüksek yük değeri göstermediği anlaşılmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010). Elde edilen sonuçlar Para Sevgisi Ölçeği’nin 17 ifadeden oluşan 4 boyutlu yapısının geçerli olduğuna işaret etmektedir.

Bu aşama sonrasında faktör yapısını doğrulamak amacıyla örneklemden elde edilen diğer 169 veriyle doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirme sürecine geçilmiştir. Bu kapsamda öncelikle verilere ait ortalama, çarpıklık, basıklık, standart sapma ve güvenilirlik değerleri verilmiş ardından doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4: Ölçeğe Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Madde No	Ortalama	Std. Sapma	Skewness	Kurtosis
1	4,088	0,9930	-1,029	0,692
2	4,047	1,1116	-1,068	0,433
3	4,082	1,0375	-1,009	0,505
4	4,532	0,7240	-1,400	1,087
5	3,858	1,2115	-0,821	-0,207
6	3,313	1,4767	-0,308	-1,233
7	3,272	1,4627	-0,298	-1,217
8	3,248	1,4670	-0,279	-1,234
9	2,538	1,4800	0,387	-1,267
10	3,668	1,3395	-0,697	-0,727
11	3,721	1,2908	-0,711	-0,602
12	3,650	1,3548	-0,651	-0,789
13	3,816	1,3168	-0,859	-0,447
14	3,704	1,2373	-0,621	-0,495
15	3,940	1,1583	-0,953	0,136
16	4,088	1,0736	-1,084	0,571
17	3,828	1,2956	-0,856	-0,399

Tablo 4’te gösterilen değerlere göre Skewness ve Kurtosis değerlerinin -2 ile +2 değerleri arasında yer aldığı ve ölçeğin normal dağılıma uyduğu ortaya çıkmıştır. Ölçeğe ait güvenilirlik katsayısı Chronbach’s Alpha ise 0,95 olarak ortaya çıkmıştır. Ölçeğe ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Şekil 1’de ortaya çıkan faktör yüklerinin 0,54 ile 0,97 arasında değiştiği görülmektedir. Analize ait uyum indekslerinden “RMSEA” değerinin kabul edilebilir sınırlar dahilinde olmadığı (0,082) görülerek “Ps10 ile Ps11 ifadelerinde yer alan hata terimlerinin arasına kovaryans işlemi gerçekleştirilmiştir. Kovaryans işleminin ardından ortaya çıkan sonuçlar ölçeğin geçerli uyum indekslerine sahip olduğunu göstermektedir. Gerçekleştirilen faktör analizi sonrasında ortaya çıkan uyum değerleri Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Para Sevgisi Ölçeği Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonrası Uyum İyiliği Değerleri

X ² /df	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NFI	TLI
--------------------	-------	-----	-----	------	-----	-----

Modifikasyon Sonrası Uyum İyiliği Değerleri	1,75	0,06	0,97	0,88	0,84	0,96	0,96
Kabul Edilebilir Değerler	$\chi^2/df < 5$	<0,08	>0,90	> 0,80	>0,80	> 0,80	> 0,90

Tablo 5'te yer alan sonuçlar doğrultusunda ölçeğe ait uyum değerlerinin kabul edilebilir sınırların üzerinde olduğu ve ölçeğe ait 4 faktörlü modelin uygun ve kabul edilebilir olduğu ifade edilebilir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Hair, William, Barry ve Rolph, 2013; Kline, 2016).

Gerçekleştirilen faktör analizleri sonrasında ölçeğe ait birleşim ve ayrışım geçerliliklerini test etmek amacıyla faktörlere ait CR, AVE, MSV ve ASV değerleri incelenmiştir. Birleşim geçerliliğinin incelenmesi için ortalama açıklanan varyans (AVE) ile birleşik güvenilirlik (CR) değerleri hesaplanmaktadır. Ayrışım geçerliliğinin belirlenmesi için ise maksimum paylaşılan varyansın karesi (MSV), paylaşılan varyansın karesinin ortalaması (ASV) ve AVE değerinin karekök değerleri hesaplanmaktadır. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6: Faktörlere Ait Birleşim, Ayrışım Geçerlilikleri ve Korelasyonlar

Faktör	CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4
1. Önemlilik	0,86	0,56	0,50	0,42	(0,747)			
2. Başarı	0,93	0,76	0,51	0,33	0,549***	(0,874)		
3. Motive Edici	0,95	0,83	0,51	0,45	0,710***	0,712***	(0,915)	
4. Zenginlik	0,92	0,76	0,47	0,34	0,685***	0,453***	0,602***	(0,874)

***p<0,001; \sqrt{Ave} =Parantez içindeki değerler.

Gürbüz (2019: 78)'e göre birleşim geçerliliğinin sağlanabilmesi için CR değerinin 0,7'den büyük olması, AVE değerinin 0,5'ten büyük olması ve CR değerinin AVE değerinden büyük olması gerekmektedir. Tablo 5'te yer alan sonuçlarda CR ve AVE değerlerinin ifade edilen gereklilikleri taşıdıkları ve birleşim geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir. Ayrışım geçerliliğinin sağlanması için ise AVE değerinin MSV ve ASV değerlerinden büyük olması ve AVE değerinin karekökünün faktörlerin birbirleriyle olan korelasyon değerlerinden yüksek olması önerilmektedir (Gürbüz, 2019: 79). Tablo 6'da yer alan sonuçlara göre AVE değerinin MSV ve ASV değerlerinden daha büyük olduğu ve AVE değeri karekökünün faktörler arası korelasyondan daha büyük olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar ayrışım geçerliliğinin sağlandığını ortaya koymaktadır.

Son olarak ölçek ve boyutlarına ait güvenilirlik analizi gerçekleştirilerek Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Para Sevgisi Ölçeği ve Boyutlarına Ait Güvenilirlik Analizi

Boyut	Madde	Madde Toplam Korelasyonu	Cronbach Alpha
Önemlilik	1	0,684	0,86
	2	0,635	
	3	0,808	
	4	0,525	
	5	0,732	
Başarı	6	0,859	0,92
	7	0,897	
	8	0,898	
	9	0,620	
Motive Edici	10	0,887	0,95
	11	0,907	
	12	0,898	
	13	0,849	
Zenginlik	14	0,785	0,93
	15	0,856	
	16	0,865	
	17	0,811	

Tablo 7’de gösterilen sonuçlar doğrultusunda madde korelasyonlarının 0,53 ile 0,91 arasında değerler aldığı, boyutlara ait güvenilirlik katsayılarının 0,86 ile 0,95 aralığında değiştiği görülmektedir. Ölçeğin geneline ait güvenilirlik katsayısı ise 0,95 olarak gerçekleşmiştir. Elde edilen tüm sonuçlar ölçeğin iyi düzeyde güvenilirlik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Can, 2017: 391).

Sonuç ve öneriler

Paraya atfedilen önem ve paraya ilişkin tutumların neden olduğu örgütsel boyuttaki davranışları ortaya koyma sürecinde yararlanılan en önemli ölçme araçlarından birisinin “Para Sevgisi Ölçeği” olduğu görülmektedir. Bu çalışmayla Tang ve Chiu (2003) tarafından geliştirilen Para Sevgisi Ölçeğinin Türkçe ifadelerle geçerlilik ve güvenilirlikleri test edilmiştir. Çalışmada ölçeğe ait ifadelerin Türkçeye alanında uzman akademisyenler tarafından çevrilmesi ve kontrol edilmesi sonrasında ölçeğe ait yapı geçerliliği ile birleşim ve ayrışım geçerlilikleri sınanmıştır. Elde edilen sonuçlarda ölçeğin 17 ifade ile 4 faktörlü bir yapıda olduğu ve orijinal formuyla uyumlu olduğu, doğrulayıcı ve açıklayıcı faktör analizleri neticesinde ortaya çıkmıştır. Ayrıca elde edilen bulgularda birleşim ile ayrışım geçerliliklerinin de sağlandığı ve ölçeğe ait güvenilirlik değerlerinin uygun olduğu tespit edilmiştir.

Para sevgisi bağlamında parayı bir güç olarak değerlendiren bireyler parayı bir gösteriş aracı olarak kullanarak diğerlerini etkileyeme çalışırlar (Lemrova, Reiterova, Fate’nova, Lemr ve Tang, 2013). Türk kültüründe son yıllarda lükse düşkünlük ile daha fazla paraya sahip olma ve gösterme eğiliminin arttığı görülmektedir (Eroğlu ve Kılıç, 2021; Ergin Çağatay, 2021). Ölçeğin dilimize uyarlanmasıyla birlikte Türk akademik araştırmalarında bireylerin para sevgisi düzeyi ve bu düzeyin etkilediği davranışlara ilişkin sonuçların paylaşılması literatüre katkı sağlayacaktır. Para sevgisinin bireysel ve örgütsel düzeyde hangi davranışlara neden olduğu, hangi davranışları etkilediği uluslararası yazında sıklıkla tartışılmıştır. Bu çalışmayla birlikte Türk kültüründe para sevgisinin neden olduğu davranışların uluslararası alanda gerçekleştirilen sonuçlarla kıyaslanmasıyla elde edilecek farklı ya da benzer sonuçların çeşitli tartışmaları beraberinde getireceği düşünülmektedir. Bununla birlikte yüksek para sevgisinin beraberinde getireceği negatif süreçler uluslararası literatürde net bir şekilde ortaya konmuştur. Ancak para sevgisinin pozitif yönde etkileyebileceği değişkenler üzerinde çok fazla durulmadığı görülmektedir. Özellikle para sevgisi düzeyinin az, ortalama ya da çok yüksek olduğu durumlarda örgütsel işleyiş üzerindeki pozitif ya da negatif etkilerinin değişeceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda gelecek araştırmacılarda para sevgisinin negatif etkileriyle birlikte para sevgisi düzeyinin pozitif yönde etkileyebileceği değişkenlerin de ortaya çıkartılmasıyla dikkat çekici sonuçlara ulaşılabileceği değerlendirilmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen verilere göre Para Sevgisi Ölçeğinin Türkçe formunun geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak değerlendirilebileceği ve gelecek araştırmalarda kullanılmasının uygun olacağı anlaşılmaktadır. Ölçeğe ilişkin ifadeler ve boyutlar Ek 1 tablosunda gösterilmiştir. Bu çalışma belirli bir bölge ve sektörden alınan verilerle gerçekleştirildiği için bazı sınırlılıklara sahiptir. Gelecekte farklı örneklerde yapılacak araştırmalarla birlikte ölçeğin yapısının tekrar doğrulanması çalışmayı güçlendirecektir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu/Komitesinden 27/09/2024 tarihli 152/31 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from Süleyman Demirel University, Social and Human Sciences Ethics Committee on 27/09/2024 and 152/31 document number.

Kaynakça / References

- Bakan, İ., Şekkel, Z. H., & Bakan, M. (2022). Presentizm, kişisel başarı güdüsü, para Sevgisi, ücretten tatmin ve iş tatmini arasındaki ilişkiye yönelik ampirik bir çalışma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 723-739.
- Can, A. (2017). SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi. *Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık*.
- Chen, J. Q., Tang, T. L. P., & Tang, N. Y. (2013). Temptation, monetary intelligence (love of money), and environmental context on unethical intentions and cheating. *Journal of Business Ethics*, 115(3), 531-553.
- Chitchai, N., Senasu, K., & Sakworawich, A. (2018). The moderating effect of love of money on relationship between socioeconomic status and happiness. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(2), 336-344.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: Spss ve Lisrel uygulamaları. *Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık*.
- Du, L. Z. & Tang, T. L. P. (2005). Measurement invariance across gender and major: the love of money among university students in people's republic of china, *Journal of Business Ethics*, 59(3), 281-293.
- Elias, R.Z. & Farag, M. (2010). "The relationship between accounting students' love of money and their ethical perception", *Managerial Auditing Journal*, 25(3), 269-281.
- Ergin Çağatay, H. H. (2021). Marka kişiliği geliştirmek: Türkiye’de lüks (gösteriş) tüketimi ve lüks ürünlerde kullanılan arketiplerin incelenmesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Dergisi*, (15), 42-63.
- Eroğlu, F. & Kılıç, F. (2021). Materyalist eğilimin x, y, z’si! materyalist eğilim, marka bilinci ve paraya verilen önem üstüne kuşaklararası karşılaştırmalı bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(2),102-129.
- Gentina, E., Tang, T.L.P. & Gu, Q. (2018). "Do parents and peers influence adolescents' monetary intelligence and consumer ethics? French and Chinese adolescents and behavioral economics", *Journal of Business Ethics*, 151(1), 115-140.
- Gürbüz, S. (2019). AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi. *Ankara: Seçkin Yayıncılık*.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz. *Ankara: Seçkin Yayıncılık*.
- Hair, J. F., William, C. B., Barry, J. B., & Rolph, E. A. (2013). Multivariate data analysis. *USA: Pearson Education Limited*.
- Ilıksu, Ö. (2022). "Para aşkı ve bireysel kültürel değerlerin tüketicinin etik inanışlarına etkisi: Ankara ilinde bir araştırma", *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 8(58), 731-744.
- Jia, S. W., Zhang, W. X., Li, P., Feng, T. Y., & Li, H. (2013). Attitude toward money modulates outcome processing: An ERP study. *Social Neuroscience*, 8(1), 43-51.
- Kim, H. Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: Assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38(1), 52-54.
- Kline, R. (2016). Principles and practice of structural equation modeling. *New York, USA: The Guilford Press*.
- Lea, S. E. G. & Webley, P. (2006). 'Money as tool, money as drug: the biological psychology of a strong incentive', *Behavioral and Brain Sciences*, 29, 161-209.
- Lemrova, S., Reiterova, E., Fateřnova, R., Lemr, K., & Tang, T. L. P. (2013). Money is power: Monetary intelligence—love of money and temptation of materialism among Czech University students. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 329-348.

- Luna-Arocas, R. & Tang, T.L.-P. (2004). "The love of money, satisfaction, and the protestant work ethic: money profiles among university professors in the U.S.A. and Spain", *Journal of Business Ethics*, 50 (4), 329-354.
- Maggalatta, A. & Adhariani, D. (2020). "For love or money: investigating the love of money, machiavellianism and accounting students' ethical perception", *Journal of International Education in Business*, 13 (2), 203-220.
- Mitchell, T.R. & Mickel, A.E. (1999). "The meaning of money: an individual difference perspective", *Academy of Management Review*, 24(3), 568-78.
- Oliveira, F., & Marques, T. M. (2020). The love of money and the propensity to engage in unethical behaviours: a study in the Portuguese context. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 33(3/4), 481-499.
- Özbek, G. (2021). Para sevgisi ve girişimcilik niyeti ilişkisinin analizi: Gümüşhane üniversitesi öğrencilerine yönelik bir uygulama, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Gümüşhane Üniversitesi*.
- Saadah, N. & Samroh, S. (2021), "love of money, religiosity, and gender: how do these affect the ethical perceptions of public accountants?", *Accounting Analysis Journal*, 10(1), 71-77.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sloan, A. (2002). "Greed isn't good", *Newsweek*, 139(25), 34-37.
- Soydan, N. T., Kaymaz, Y., & Baba, M. (2023). Para sevgisi ve girişimcilik niyeti ilişkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(10), 1300-1313.
- Stajkovic, A., Greenwald, J., & Sergent, K. (2022). The money priming debate revisited: a review, meta-analysis, and extension to organisations. *Journal of Organizational Behavior*, 43, 1078-1102.
- Su'un, S., Rahim, S., Nurwanah, A., Junaidi, J., & Putra, R. (2023). The role of love of money on employees' organisational commitment: do ethics and pay satisfaction matter? *Management and Accounting Review*, 22(2), 205-228.
- Susanto, E. (2021). Does love of money matter for innovative work behavior in public sector organisations? Evidence from Indonesia. *International Journal of Public Sector Management*.34(1), 71-85.
- Tang, T. L. P (2007). Income and quality of life: Does the love of money make a difference? *Journal of Business Ethics*, 72, 375-393.
- Tang, T. L. P, & Chiu, R. (2003). Income, money ethic, pay satisfaction, commitment, and unethical behavior: is the love of money the root of evil for Hong Kong employees?. *Journal of Business Ethics*, 46, 13-30.
- Tang, T. L. P, Sutarso, T., Davis, G., Doliński, D., Ibrahim, A., & Wagner, S. (2008). To help or not to help? the good samaritan effect and the love of money on helping behavior. *Journal of Business Ethics*, 82, 865-887.
- Tang, T. L. P. & Chen, Y. J. (2008). Intelligence vs. wisdom: The love of money, Machiavellianism, and unethical behavior across college major and gender. *Journal of Business Ethics*, 82, 1-26.
- Tang, T. L. P. & R. K. Chiu. (2003). Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is the love of money the Root of Evil for Hong Kong Employees? *Journal of Business Ethics*, 46(1), 13-30.
- Tang, T. L. P., & Liu, H. (2012). Love of money and unethical behavior intention: Does an authentic supervisor's personal integrity and character (aspire) make a difference?. *Journal of Business Ethics*, 107, 295-312.
- Tang, T. L. P., A. Furnham & G. M. T. W. Davis. (2002). 'The meaning of money: the money ethic endorsement and work-related attitudes in Taiwan, the United States, and the United Kingdom', *Journal of Managerial Psychology*, 17(7), 542-563.
- Tang, T. L. P., Kim, J. K., & Tang, D. S. H. (2000). Does attitude toward money moderate the relationship between intrinsic job satisfaction and voluntary turnover? *Human Relations*, 53(2), 213-245.
- Tang, T.L.P. (1992). "The meaning of money revisited", *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197-202.

- Wang, X., & Krumhuber, E. (2017). The love of money results in objectification. *British Journal of Social Psychology*, 56, 354-372.
- Widiani, N., Putri, A., Sari, M., & Wirajaya, I. (2019). The effect of love of money and emotional intelligence on employee performance with organisational citizenship behavior as mediating variable. *International Research Journal of Engineering, IT & Scientific Research*. 5(1), 39-49.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yayla, H. E., Özbek, M. F., Topal, M. H. & Cengiz, E. (2009). Para Sevgisinin Vergi Ahlakı Üzerindeki Etkisi, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 2, 51-78.

Appendix (Ekler)

Appendix 1: (Ek 1:) Para Sevgisi Ölçeği

İfade Numarası	İfade	Boyut
1	Para önemlidir.	Önemlilik
2	Para değerlidir.	
3	Para iyidir.	
4	Para hepimizin hayatında önemli bir faktördür.	
5	Para çekicidir.	
6	Para başarıyı temsil eder.	Başarı
7	Para başarımın sembolüdür.	
8	Para başarılarımı yansıtır.	
9	Para, birbirimizi kıyaslama / karşılaştırma şeklimizdir.	
10	Para için çok çalışmaya motive olurum.	Motive Edici
11	Para beni daha çok çalışmaya teşvik eder.	
12	Para beni oldukça fazla motive eder.	
13	Para motive edicidir.	
14	Çok fazla paraya sahip olmak (zengin olmak) iyidir.	Zenginlik
15	Zengin olmak güzel olurdu.	
16	Zengin olmak isterim.	
17	Zengin olursam ve daha fazla param olursa hayatım daha keyifli olacaktır.	

Ölçekte yer alan ifadeler 5'li Likert olarak derecelendirilmektedir. Kesinlikle Katılmıyorum (1)- Kesinlikle Katılıyorum (5).