



**TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNDE
ÖZ KONTROL ETKİSİNİN DÜRTME
VE BEDAVANIN CAZİBESİ BAĞLAMINDA
İNCELENMESİ: DENEYSEL BİR UYGULAMA**

Hilal MOLA

**İktisat Anabilim Dalı
Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN
Erzurum - 2023
Her hakkı saklıdır**

T.C.
ERZURUMTEKNİKÜNİVERSİTESİ
SOSYALBİLİMLERENSTİTÜSÜ
İKTİSATANABİLİMDALI

**TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNDE ÖZ KONTROL ETKİSİNİN
DÜRTME VE BEDAVANIN CAZİBESİ BAĞLAMINDA
İNCELENMESİ: DENEYSEL BİR UYGULAMA**

DOKTORA TEZİ

Hilal MOLA

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN

ERZURUM-2023

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her tür yasal sonucu ve tezimin erişim sürecine ilişkin aşağıdaki beyanımı kabul ediyorum.

29/03/2023

Aslı Islak İmzalıdır

Hilal MOLA

- ☐ Tezle ilgili patent başvurusu yapılması / patent alma sürecinin devam etmesi sebebiyle Enstitü Yönetim Kurulunun/....../.... tarih ve sayılı kararı ile teze erişim 2 (iki) yıl süreyle engellenmiştir.
- ☐ Enstitü Yönetim Kurulunun/....../.... tarih ve sayılı kararı ile teze erişim 6 (altı) ay süreyle engellenmiştir.
- ☐ Enstitü Yönetim Kurulunun/....../.... tarih ve sayılı kararı ile teze erişim süresi ile ilgili bir kısıtlama bulunmamaktadır.

Doktora Tezi Onay Sayfası

ONAY

Hilal MOLA tarafından hazırlanan “Tüketici Tercihleri Üzerinde Öz Kontrol Etkisinin Dürtme ve Bedavanın Cazibesi Bağlamında İncelenmesi: Deneysel Bir Uygulama” adlı bu çalışma 13.02.2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından İktisat Bilim Dalında **doktora tezi** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı	Prof. Dr. Muammer YAYLALI Erzurum Teknik Üniversitesi	Aslı Islak İmzalıdır
Danışman	Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN Erzurum Teknik Üniversitesi	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Gürkan ÇALMAŞUR Erzurum Teknik Üniversitesi	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	Doç. Dr. M. Kürşad TİMÜROĞLU Atatürk Üniversitesi	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	Doç. Dr. A. Fatih AYDEMİR Atatürk Üniversitesi	Aslı Islak İmzalıdır

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım. / /20....

Prof. Dr. Serap BEDİR KARA

Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır

İÇİNDEKİLER

ÖZET	IV
ABSTRACT	V
TABLOLAR DİZİNİ.....	VI
KISALTMALAR LİSTESİ	VII
ÖN SÖZ	VIII
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İKTİSAT VE PSİKOLOJİ

1.1. BİR BİLİM OLARAK İKTİSAT VE PSİKOLOJİ	3
1.2. KLASİK İKTİSAT VE DAVRANIŞSAL İKTİSAT ARASINDAKİ TEMEL FARKLILIKLAR.....	4
1.2.1. Rasyonalite Kavramı	4
1.2.2. Homoeconomicus Kavramı.....	9
1.2.3. Tam Bilgi ve Asimetrik Bilgi Kavramları	10
1.2.4. Bireysel Fayda ve Sosyal Fayda	11
1.2.5. İndirgenmiş Fayda ve Hiperbolik İndirgeme	12
1.2.6. Denge ve Öğrenme Evrimi.....	13

İKİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT

2.1. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI VE ORTAYA ÇIKIŞ NEDENLERİ.....	14
2.2. DAVRANIŞSAL İKTİSADIN GELİŞİM SÜRECİ VE ETKİLİ OLAN İSİMLER	16
2.2.1. Davranışsal İktisadın İlk Habercileri	16
2.2.2. Eski Nesil Davranışsal İktisat Dönemi	20
2.2.3. Yeni Nesil Davranışsal İktisat Dönemi.....	22
2.3. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA KARAR VERME SÜRECİ	27
2.3.1. Belirsizlik ve Risk Altında Karar Verme Süreci	28
2.3.2. Geleneksel İktisatta Karar Verme Süreci: Beklenen Fayda Teorisi.....	29
2.3.3. Karar Verme Sürecinde Modern Yaklaşımlar: Beklenti Teorisi.....	32
2.4. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA KULLANILAN YÖNTEMLER.....	34
2.4.1. Deneyler ve Oyun Teorisi	34
2.5. DAVRANIŞSAL İKTİSADA KATKI SAĞLAYAN DİĞER DİSİPLİNLER.....	38

2.6. KARAR VERME SÜRECİNDE GİZLİ TUZAKLAR.....	40
2.6.1. Batık Maliyet Etkisi	40
2.6.2. Çıpalama Etkisi	43
2.6.3. Sahiplik (Statüko) Etkisi	44
2.6.4. Çerçeveleme Etkisi.....	47
2.6.5. Tahmin ve Önyargı Etkisi	49
2.6.6. Kayıptan Kaçınma.....	50
2.6.7. Sürü Psikolojisi	51
2.6.8. Yemleme Etkisi	52
2.6.9. Seçim Sonrası Pişmanlık Etkisi	54
2.6.10. Son Tarih Belirleme Etkisi.....	54
2.6.11. Hazırda Bulunan Seçeneklere Yatkınlık	55
2.6.12. Riskten Kaçınma	56
2.6.13. Ödeme Sancısı.....	56
2.6.14. Bağlam (Görelilik) Etkisi	57
2.6.15. Kendini Doğrulama Tuzağı.....	58
2.7. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA RASYONEL DİKKATSİZLİK KAVRAMI (AKILCI DİKKATSİZLİK).....	58
2.8. TÜRKİYE’DE DAVRANIŞSAL İKTİSAT	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DENEYSEL İKTİSAT

3.1. DENEYSEL İKTİSAT KAVRAMI	62
3.2. DENEYSEL İKTİSADIN GELİŞİM SÜRECİ.....	63
3.3. DENEYSEL İKTİSAT ALANINDA KULLANILAN YÖNTEMLER.....	66
3.3.1. Saha Deneyleri	66
3.3.2. Laboratuvar Deneyleri	67
3.3.3. Çevrimiçi Deneyler	67
3.4. TÜRKİYE’DE DENEYSEL İKTİSAT	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DÜRTME, BEDAVANIN CAZİBESİ VE ÖZKONTROL

4.1. THALER’IN DÜRTME TEORİSİ.....	70
4.1.1. Dürtmeler ve Etkileri.....	73
4.2. ÖZKONTROL	74

4.3. BEDAVANIN CAZİBESİ.....	75
------------------------------	----

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ VE UYGULAMA

5.1. LİTERATÜR ÖZETİ.....	77
5.2. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ.....	81
5.3. LOJİSTİK REGRESYON MODELİ	84
5.4. AMPİRİK BULGULAR	85
SONUÇ	95
KAYNAKÇA.....	99
EKLER	114



ÖZET

TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNDE ÖZ KONTROL ETKİSİNİN DÜRTME VE BEDAVANIN CAZİBESİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: DENEYSEL BİR UYGULAMA

Hilal MOLA

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN

2023, (122) sayfa

Jüri: Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN (Danışman)

Prof. Dr. Muammer YAYLALI (Üye)

Prof. Dr. Gürkan ÇALMAŞUR (Üye)

Doç. Dr. Ahmet Fatih AYDEMİR (Üye)

Doç. Dr. Muhammed Kürşat TİMÜROĞLU (Üye)

Davranışsal iktisat, bireylerin karar alırken farklı değişkenlerden etkilendiğini savunarak iktisadın psikoloji bilimi ile ilişkili olduğunu ve bireylerin her zaman rasyonel davranış sergileyemediklerini savunmuştur. Bu doğrultuda bireylerin karar alırken dış etkenlerden ne doğrultuda etkilendiği bu etkilerin neler olduğu araştırma konusu olmuştur. Çalışmada bireylerin içecek tercihleri üzerinde etkili olabileceği düşünülen tüketici harcama öz kontrolünün, bireyleri küçük dokunuşlarla daha iyiye ve daha güzele yönlendirmeyi amaçlayan dürtmelerin ve bireylerin karşı koyamadıkları bedavanın cazibesinin içecek tercihi üzerindeki etkileri ortaya koyulmuştur.

Çalışma sonucunda, tüketicilerin içecek tercihleri ile tüketici harcama öz kontrol düzeyleri, dürtme, bedavanın cazibesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunurken dürtme ile tüketici harcama öz kontrolü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bedavanın cazibesi ile tüketici harcama öz kontrolü arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Tüketici Harcama Öz Kontrolü, Dürtme, Bedavanın Cazibesi

ABSTRACT

EXAMINING THE EFFECT OF SELF-CONTROL ON CONSUMER PREFERENCES IN THE CONTEXT OF NUDGE AND ATTRACTION OF FREE: AN EXPERIMENTAL APPLICATION

Hilal MOLA

Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN (Advisor)

2023, (122) pages

Jury: Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN (Advisor)

Prof. Dr. Muammer YAYLALI (Member)

Prof. Dr. Gürkan ÇALMAŞUR (Member)

Assoc. Prof. Ahmet Fatih AYDEMİR (Member)

Assoc. Prof. M. Kürşat TİMÜROĞLU (Member)

Behavioral economics argues that economics is related to the science of psychology, arguing that individuals are influenced by different variables when making decisions, and that individuals are not always able to exhibit rational behavior. In this direction, how individuals are affected by external factors when making decisions and what these effects are has been the subject of this research. In the study, it is aimed to reveal the effects of consumer spending self-control, which is thought to be effective on individuals' beverage preferences, nudges aimed at directing individuals to better and more beautiful with small touches, and the attraction of freebies, which individuals cannot resist, on beverage preference.

As a result of the study, there was a statistically significant relationship between the beverage preferences of consumers and their consumer spending self-control levels, nudges, and the attraction of freebies, while no statistically significant relationship was found between nudging and consumer spending self-control. A statistically significant relationship was found between the attractiveness of free and consumer spending self-control.

Keywords: Behavioral Economics, Consumption Self Control, Nudge, Attraction of Freebies

TABLÖLAR DİZİNİ

<u>Tablo No</u>		<u>Sayfa No</u>
1	Rasyonel Modeller ve Davranışsal Modeller	4
2	Logit Modelde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler	85
3	Logit Modelde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler	86
4	Logit Modelde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler	88
5	İçecek Tercihi ve Tüketici Harcam Öz Kontrolü Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları	88
6	İçecek Tercihi İle Dürtme Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları	90
7	Dürtme ve Tüketici Harcam Öz Kontrolü Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları	91
8	İçecek Tercihi İle Bedavanın Cazibesi İkili Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları	92
9	Bedavanın Cazibesi ve Tüketici Harcam Öz Kontrolü Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları	93

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Ed	: Editör
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Vd.	: Ve diğerleri



ÖN SÖZ

Çalışmanın hazırlanma sürecinde her türlü fikir, bilgi ve tecrübelerinden istifade ettiğim, akademik hayatın her alanında örnek aldığım, danışmanım Sayın Prof. Dr. Hüseyin DAŞTAN hocama, sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bununla birlikte yoğun iş yüklerine rağmen tez izleme komitesinde ve tez jürisinde yer alma nezaketini gösteren değerli hocalarım Prof. Dr. Muammer YAYLALI, Prof. Dr. Gürkan ÇALMAŞUR, Doç. Dr. Ahmet Fatih AYDEMİR, Doç. Dr. Muhammed Kürşat Timuroğlu'na teşekkürü bir borç bilirim. Varlıklarını en büyük zenginlik kabul ettiğim, hayatımın her alanında ve çalışmanın bütün aşamalarında desteklerini hissettiğim değerli eşime ve aileme teşekkür ederim.

Hilal MOLA
Erzurum-2023

GİRİŞ

Tüketim insanların var oluşuyla ortaya çıkan bir olgudur. Bu olgu ilk insandan bu zamana kadar şekil değiştirmiş olsa da her zaman varlığını korumuştur. Aslında tüketimin şekil değiştirmesi tüketici tercihlerindeki geçmişten bu zamana kadar olan farklılıkları yansıtmaktadır. Bireylerin yaşadıkları dönemler, çağlar farklılık gösterdikçe insanların tüketim tarzları ve tercihleri de farklılık göstermiştir. Tercihlerdeki farklılık, yaşanan çağa ayak uydurmanın yanında çevresel faktörler, dini inanışlar ve psikolojik faktörlerden kaynaklanmaktadır. Psikoloji ile iktisadi bir araya getiren davranışsal iktisat bireylerin tercihlerinde psikolojik etkilerin olduğunu savunmuş ve ortaya koyulan çalışmalarla bu tezi desteklemiştir. Davranışsal iktisadın savunduğu tezi destekleyen önemli çalışmalardan birisi Thaler'ın ortaya koyduğu dürtme teorisidir. Bu teori ve davranışsal iktisat kapsamındaki çalışmalarda görülmektedir ki küçük dokunuşlar ile bireylerin tercihleri kolaylıkla değiştirilebilmektedir. Literatür incelendiğinde, bireylerin öz kontrol düzeylerinin ve dürtmelerin tüketim sürecinde etkili olduklarını ortaya koyan çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalar genellikle bireyleri sağlıklı yiyecek ve içeceklerle, az kaloriler yiyeceklerle yönlendirmek amaçlı yapılmıştır. Bu araştırmalarda dikkat edilen nokta, bireylerin öz kontrol seviyelerini dikkate almaları ve dürtme uygulamalarıdır. Fakat tüketicilerin aslında harcama öz kontrollerinin tüketim sürecinde daha fazla etkili olduğunu düşünerek çalışmada bireylerin öz kontrollerini değil harcama öz kontrollerinin etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır ve bu nedenle tüketici harcama öz kontrol ölçeği kullanılmıştır. Ayrıca literatüre bakıldığında özellikle Ariely'nin çalışmalarında bedavanın cazibesinin her bireyde yüksek olduğu ve tüketicilerin genellikle ihtiyaç olmasa bile bedavaya yöneldikleri görülmüştür. Bu doğrultuda tüketicilerin harcama öz kontrolleri dikkate alındığında bedavanın cazibesinin, harcama öz kontrolü yüksek olan kişilerde daha fazla etkili olabileceği düşünülerek çalışmaya bedavanın cazibesi de eklenmiştir. Çalışmada, bireylerin tüketici harcama öz kontrolleri, dürtmeler ve bedavanın cazibesi ile içecek tercihleri arasında bir ilişki olup olmadığını araştırıp, tüketici harcama öz kontrolü, dürtme ve bedavanın cazibesinin bireylerin içecek tercihleri üzerinde etkili olup olmadığını belirlemeyi amaçladık. Sağlıklı içeceklerin fiyat olarak diğer içeceklerden daha düşük olması, içecek tercihinin, tüketici harcama öz kontrolü ile doğrudan ilişkili olduğunu, sağlığınıza verdiğimiz önemin içecek tercihimizde etkili olabileceğini ve dürtme, bedavanın cazibesi gibi politikalardan etkilenecek sağlıklı içeceğe yönelim sağlanabileceği düşünülerek bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci

bölümde iktisat ve psikoloji ilişkisinden bahsedilmiş ve rasyonalite, homo economicus gibi önemli kavramlara değinilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde davranışsal iktisadın tarihi gelişiminden, gelişimine katkı sağlayan çalışmalardan, karar verme sürecinde etkili olan gizli tuzaklardan bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ise deneysel iktisadın tarihsel sürecinden bahsedilerek kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Ayrıca deneysel iktisadın davranışsal iktisat açısından önemine de değinilmiştir. Dördüncü bölümde ise çalışmanın ana konusunu oluşturan ve davranışsal iktisatta bireylerin karar verme süreçlerinde etkili olan dürtme teorisinden, tüketici harcama öz kontrolünden ve bedavanın cazibesinin insanlar üzerindeki etkilerinden bahsedilmiştir. Beşinci ve son bölümde ise çalışmanın uygulama kısmına geçilmiş ve yapılan analiz sonuçlarından bahsedilerek çalışma sonucuna yer verilmiştir. Çalışmanın yöntem kısmında tüketici harcama öz kontrol ölçeği kullanılmış ve dürtme, bedavanın cazibesini öne çıkaracak deneyler gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarımız ikili lojistik regresyon modeli ile analiz edilmiştir. Uygulamada ilk olarak, tüketicilerin tüketim sürecinde içecek tercihi ile tüketici harcama öz kontrolleri ve demografik bilgileri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ortaya koyulmuştur. Bireylere tüketici harcama öz kontrol ölçeği uygulanmış ve verilen cevapların SPSS’de ortalamaları alınarak üç ve üzerindeki değerlere sahip kişiler tüketici harcama öz kontrol düzeyleri yüksek ve üç altındaki değerler ise düşük olarak belirlenmiştir. Çalışmada kullanılan ankette tüketicilerin sadece öz kontrol seviyeleri ölçülmemiş ayrıca kronik bir hastalığa sahip olup olmamaları, eğer bir kronik hastalıkları varsa bu durumun içecek tercihinde etkili olup olmadığı da sorulmuştur. Çalışmanın ilk kısmı tamamlandıktan sonra tüketicilerin sağlıklı içeceğe yönlendirmede dürtmelerin ve bedavanın cazibesinin etkilerini ortaya çıkaran deneyler yapılmıştır. Daha sonra deneklere dürtme ile bedavanın cazibesinden etkilenip etkilenmediklerini ortaya koymak amaçlı sorular sorulmuştur. Yapılan çalışmalara bakıldığında genellikle dürtme teorisi üzerinde durulduğu görülmüştür. Ayrıca yapılan literatür taraması sonucunda davranışsal iktisat kapsamında tüketici harcama öz kontrolü ve bedavanın cazibesiyile ilgili olarak herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmada tüketim sürecimizde göz ardı edilen fakat oldukça önemli olan bireylerin harcama öz kontrollerinin araştırılması ve dürtme, bedavanın cazibesi gibi tüketici tercihlerini yönlendirmekte etkili olan iki teoriyi incelemesiyle ve yapılan ilk çalışma olması açısından literatürdeki büyük bir boşluğu dolduracaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İKTİSAT VE PSİKOLOJİ

1.1. BİR BİLİM OLARAK İKTİSAT VE PSİKOLOJİ

İktisat, birçok iktisatçı tarafından farklı zamanlarda, farklı şekillerde tanımlanmıştır. Uzun zamandır kalıcı ve genel kabul görmüş bir tanıma göre; “iktisat, sınırsız insan ihtiyaçlarını karşılamak için kıt kaynakların idaresidir” (Yaylalı, 2004:3). İktisat bilimi; ekonomik aktörler arasında, kaynakların nasıl dağıtılacağını temel almaktadır (Rabin, 1998: 11). Psikoloji bilimi ise; bireylerin davranışlarının, iktisatçıların tariflerinin aksine nasıl farklılaştığı ile ilgili önemli bilgiler sunmakta ve insan davranışlarını, insani mutlulukları ile bireylerin yargılarını sistemli bir şekilde incelemektedir (Sent, 2004:735). Psikoloji bilimi bireylerin davranışları altında yatan sebepleri açıklamaya çalışırken, iktisadi davranışlarının nedenlerini de ortaya koymak için kullanılabilir. İktisat bilimine göre bireyler, karşılaştıkları seçenekler arasında sabit ve tutarlı davranan, bu seçeneklerden faydasını en yüksek yapacak alternatifi seçen, kısacası her zaman rasyonel davranış sergileyen kişilerdir. Psikoloji bilimi ise bu yaklaşıma karşı çıkarak, bireylerin davranışlarında ve tercihlerinde farklılıklar olduğunu öne sürmüştür (Rabin, 1998:11).

İktisat bilimi farklı disiplinler ile iş birliği içine girmiş ve zamanla matematik biliminin gölgesi altında kalmıştır. Bu nedenle matematik biliminin bir alt dalı gibi görülen iktisadın tarihsel gelişim süreci göz ardı edilmiş ve sınırlandırıcı varsayımlar belirleyerek cebirsel yöntemler ile açıklanmaya çalışılmıştır (Durusoy, 2008:3). Yaşanan bu durum iktisadi çalışmalarda psikolojik faktörlerin göz ardı edilmesini ve iktisadi bireylerin akılcı kararlar alan kişiler olarak tanımlanmasını beraberinde getirmiştir. Antropoloji ve psikoloji gibi bireylerin davranışlarını inceleyen bilim dallarına göre ise iktisadi birey tanımlaması tamamen farklılık göstermiştir. Bu nedenle son yıllarda iktisadi birey tanımlaması değişiklik göstermiş ve özellikle psikoloji alanında yapılan çalışmalar ile birlikte desteklenmeye çalışılmıştır (Eser ve Toıgonbaeva, 2011: 288).

Psikoloji ve iktisat kavramlarının bir arada kullanılması özellikle son 30 yılda artış göstermiştir. Bu artış ile iktisat ve psikoloji ilişkisine uygun bir sıfat arayışı başlamıştır. Ekonomik psikoloji veya psikolojik ekonomi kavramının mı kullanılması gereklidir tartışmaları sürerken, Uluslararası Ekonomik Psikoloji Araştırmaları Birliği bu tartışmalara noktayı koymuş ve ekonomik psikoloji kavramını uygun görmüş (Earl, 2005:910).

Ekonomik psikoloji kavramı birçok bilim adamının çalışmalarıyla şekillenmiş ve zamanla davranışsal iktisat adını almıştır.

1.2. KLASİK İKTİSAT VE DAVRANIŞSAL İKTİSAT ARASINDAKİ TEMEL FARKLILIKLAR

Klasik iktisat yaşamın değişen şartlarıyla birlikte iyice sorgulanmaya başlamış ve tüketici davranışlarında psikolojik etkileri önemsemek kaçınılmaz olmuştur. Klasik iktisat ile temel farklılıklar barındıran davranışsal iktisadın en önemli temel taşı bireyleri sınırlı rasyonel hatta bazı durumlarda irrasyonel olarak tanımlamasıdır. Ayrıca klasik iktisatta kullanılan matematiksel ve ekonometrik modeller davranışsal iktisatta yerini deneysel analizlere bırakmıştır. Bir başka farklılık ise klasik iktisattaki tam bilgili birey yerine asimetrik bilgiye sahip bireylerin varlığı ve bu bireylerin her zaman kendi çıkarını düşünmelerinin aksine bazı durumlarda karşı tarafında faydasını düşünebilecek bireyler olmasıdır.

Camerer (1999:10576) çalışmasında davranışsal iktisadın ortaya çıkmasıyla geleneksel iktisadın rasyonalite kavramına karşı yeni yöntemleri açıklamıştır. Bu yöntemler bireylerin karar alma süreçlerini kapsamaktadır. Aşağıdaki tabloda davranışsal iktisadın iktisat teorisine kattığı yöntemler bulunmaktadır.

Tablo 1
Rasyonel Modeller ve Davranışsal Modeller

Rasyonel Model	Davranışsal Model
Beklenen Fayda	Beklenti Teorisi
Maksimum Öz kazanç	Sosyal Fayda
İndirgenmiş Fayda	Hiperbolik İndirgeme
Denge	Öğrenme- Gelişme

Öncelikle davranışsal iktisadı anlamada önemli bir yere sahip olan rasyonalite ve homo-economicus kavramlarından bahsedilecek ve çalışmanın ilerleyen bölümlerinde tablo 1’de belirtilen kavramlara tek tek değinilerek davranışsal iktisadın karar alma sürecinde geleneksel iktisatla farklılıkları açıkça ortaya koyulacaktır.

1.2.1. Rasyonalite Kavramı

Rasyonellik, ekonomide en çok kullanılan terimlerden biridir. Bireylerin davranışları gibi kararları, tercihleri, inançları, beklentileri ve karar süreçleri de rasyonel, irrasyonel veya

sınırlı rasyonel olabilir. Fakat burada önemsenen konu klasik iktisattaki rasyonelite kavramının davranışsal iktisatta yerini sınırlı rasyonelite veya ir rasyonelite kavramlarına bırakmasıdır.

Rasyonelite kavramı, günlük kullanımda farklı, iktisadi kullanımda daha farklı şekilde karşımıza çıkmaktadır. İktisadi anlamda rasyonelite, tam ve geçişli tercih sıralamasına uyumlu bir şekilde maliyetsiz ve mükemmel bilgiye dayalı seçim olarak tanımlanmaktadır. Günlük hayatta ise rasyonelite; elde ettiğimiz bilgiler doğrultusunda, hedeflenen sonuçlara ulaşabilmek için uygun araçları tutarlı biçimde kullanmak şeklinde açıklanmaktadır (Blaug, 2009: 255). İktisat ve psikoloji bilimlerinin ortak alanlarının anlaşılması bakımından oldukça önemli yere sahip olan rasyonelite kavramı neo-klasik iktisadın egemen olması ile bir süre ilerleyememiştir (Frey ve Benz, 2002:3). Bu hareketsizlik döneminde mantıksal pozitivizmin etkisiyle iktisat, somut durumlara yönelmiş ve matematiksel bir disiplin haline gelmiştir (Ruben ve Dumludağ, 2015:6).

Zamanla bu durum çok eleştirilen bir hal almış ve Simon, rasyonellik kavramını eleştiriler yönelten isimlerin başında gelmiştir. Bu eleştirileri ile birlikte, Simon bireylerin ekonomik davranışlarına daha gerçekçi yaklaşmıştır. Ayrıca Simon'a göre sınırsız bir zamana ve beyni kontrol altına alma gücüne sahip olmadıklarından dolayı ekonomik problemlerle her zaman baş edemeyebilir. Bireylerin her ekonomik problemle baş edebilmesi sadece o konuya tam bilgiyle hâkim olmakla olabilir. Diğer durumlarda aldıkları kararlar rasyonellikten uzak veya sınırlı rasyonel olabilmektedir (Tekin, 2016: 86-87). Simon'a göre rasyonellik; ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik davranışların, belirli şartlar ve kısıtlamalar neticesinde biçimlendirebilmektir. Ayrıca Simon'a göre bireyler bir konu ile ilgili bilgi edinirken bazı kısıtlamalarla karşılaşabilirler. Bu yüzden bireylerin bilgi edinme süreçlerinde karşılaştıkları kısıtlamalar sınırlı rasyonellik teorileri adını almıştır. Sınırlı rasyoneliteyi ortaya çıkaran unsurların başında, doğru eylemi gerçekleştirme sürecindeki engeller, bireylerin eksik bilgiye sahip olması, kaynakların tam kullanılmaması ve çevresel faktörler gelmektedir (Simon, 1972: 172-174).

Ayrıca iktisatta ortaya attığı teoriler ile iktisadın temel taşlarını koyarak önemli bir yere sahip olan ünlü düşünür Adam Smith'ten günümüze kadar birçok modern ve geleneksel iktisat okulu kurulmuştur. Bu okullar rasyonelite kavramına farklı şekillerde yaklaşmışlar ve iktisat biliminde rasyonelite kavramının önemine vurgular yapmışlardır. Bu iktisat

okullarının başında klasik iktisat okulu ve klasik iktisat okuluna göre rasyonalite kavramını incelerken ilk olarak aklımıza bu okulun kurucusu olan Adam Smith gelmektedir.

Klasik iktisat okulundaki rasyonalite kavramını anlayabilmek için Smith'in etkisinde kaldığı önemli bir ekonomist olan David Hume'un katkılarına da değinmek gerekmektedir. Hume'a göre akli merkeze alarak bir eylem gerçekleştirilemez. Akıl tutkulardan etkilenir ve böylece rasyonalitenin mantıksal olma kriteri, tutku ya da tercihi yargılamak için kullanılamaz. Hume bu düşüncesiyle aklın bir eylemi gerçekleştirmekte aracı konumda olduğunu vurgulamıştır. Böylece, Hume rasyonaliteyi hedefimiz ile araçlarımız arasındaki ilişki ile değerlendirmiş ve bu ilişkiyi hisler ile öznelleştirerek, psikolojik faktörlerin etkilerinden bahsetmiştir (Kırmızıaltın, 2017:28-29). Daha sonra Adam Smith'in yazdığı "Ahlaki Duygular Teorisi" kitabında, Smith vicdan sahibi bir bireyin nasıl olması gerektiğini açıklayarak, sadece davranışsal iktisadın temelini aydınlatmamış, rasyonel bireyin sıkıştırılmış kalıbını genişleterek birçok psikolojik terime de değinmiştir. 17 yıl sonra yayınlanan "Milletlerin Zenginliği" adlı eserde ise, Smith; ekonomik bireyi erdemli, kurallara ve normlara uyan, bencilliğinin ve özgürlüğünün kısıtlandığı sosyal bir insan olarak karşımıza çıkarmıştır. Bu açıdan Smith, rasyonel bireyi "Ahlaki Duygular Kuramı" adlı eserindeki tanımladığı bireyden farklı bir şekilde açıklamıştır (Tajima, 2007: 579-580).

Neo klasik iktisat okuluna göre rasyonalite ise; iktisadın temel ve kilit noktası olarak benimsenmiştir. Ayrıca bu iktisatçılara göre, rasyonel davranılarak herhangi bir ekonomik problemi maksimizasyon çerçevesinde yapılandırmak ve optimizasyonu sağlamak mümkün olmaktadır (Colander, 2000: 134-135). Ayrıca neo-klasik iktisatçılara göre; iktisadi davranışları açıklayabilmek için analitik, tümden gelimci ve matematiksel yaklaşım gerekmektedir. Böylece bu iktisatçılar, normatif teknikleri, belirli varsayımlar dahilinde iktisadi kaynakların rasyonel dağıtımını sebebiyle kullanmışlardır (Trigilia, 2002:121). Bir diğer iktisat okulu ise keynesyen iktisat okuludur. Bu okul kurulmasında öncülük eden ve "İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi" adlı eseriyle Keynesyen devrimi başlatan John Maynard Keynes'in adını almıştır. 1929 yılında tüm dünyada yaşanan ekonomik buhranın ortaya çıkardığı problemlere çözüm yolları sunamayan klasik iktisada karşı kurulan bu okul ile birlikte iktisatta yeni bir dönem başlamıştır.

Keynesyen iktisatta rasyonalite kavramının her zaman geçerli olmama nedeni hayvansal güdüler ile açıklanmıştır. Keynes'e göre insan davranışlarının önemli bir kısmı matematiksek beklentilere değil, doğal bir iyimserliğe bağlıdır. Belirli bir zaman sonra

olumlu sonucunu alabileceğimiz davranışlarımız, sadece hayvansal güdülerin sonucunda elde edilebilir. Bu durum ise hiçbir şey yapmamaktan ziyade harekete geçme yönünde yaşanan anlık bir dürtüdür. Mantıklı bir hareket, ancak hayvansal dürtüler ile desteklendiğinde sağlanabilir (Keynes, 2008:144-145). Rasyonalite kavramının inceleneceği diğer iktisat okulu ise Yeni Klasik İktisat okulu da denilen Rasyonel Beklentiler Okuludur. Rasyonel beklentiler okulunun temelleri J. Muth tarafından yayınlanan “Rasyonel Beklentiler ve Fiyat Hareketleri Teorisi” adlı makalesi ile atılmıştır. Bu okulda iktisat literatürüne giren rasyonel beklentiler teorisinde klasik iktisadın temel ilkelerinin tamamı benimsenmiştir. J. Muth bu çalışmasında bireyleri tamamen rasyonel, hata yapmayan kişiler olarak belirtmiştir.

Bu teoriye göre bireyler geçmiş yaşantılarındaki tecrübeleri doğrultusunda beklentiler oluşturmaktadır. Rasyonel beklentinin bu noktada önemi, bir durumda karar alırken bireylerin geçmiş değerlerinin de göz önünde bulundurulmasıdır (Yurdakul ve Özcan, 2014:315). Tüketici davranışlarının açıklanması noktasında rasyonel beklentiler yaklaşımı sürekli gelir hipotezini temel almıştır. Bu durumda iktisadi bireylerin eksik istihdam ve çeşitli politik kriz dönemlerinde davranışları tam anlamıyla açıklanamamıştır. Bireylerin tüketim davranışlarındaki açıklanamayan bu noktalara davranışsal iktisat açıklama getirmiş ve tüketici davranışlarındaki psikolojik faktörleri ortaya koymuştur. Ayrıca davranışsal iktisadın ilk araştırmalarında adı geçen Kotona’nın yaptığı çalışmada, bireyler tüketim aşamalarında iktisadi verilerin yanı sıra kendi sosyal yaşamlarında birbirleriyle yaptıkları bilgi alışverişinin de etkili olduğunu öne sürmüştür (Özdemir, 2013:121). Rasyonalite kavramının inceleneceği bir başka okul ise yeni keynesyen düşünce olarak bilinen yeni keynesyen okuludur.

Keynes’in Mutlak Gelir Hipotezindeki eksikleri tamamlamak ve daha da netleştirmek için ortaya çıkan yeni keynesyen görüşün en önemli teorisi Nispi Gelir Hipotezidir. Bu hipotez J. Duesenberry tarafından ortaya atılmıştır. Bu hipoteze göre, bireyler tüketim davranışları sergilerken yaşadıkları toplumdan oldukça fazla etkilenmektedirler. Nispi Gelir Hipotezinin temel düşüncesine göre toplumun psikolojik ve sosyal özelliklerine göre tüketim gerçekleşmektedir. Böylece Mutlak Gelir Hipotezinin üzerinde durulmayan tüketicinin psikolojik ve sosyolojik durumları öne çıkarılmıştır (Branson, 1989: 270-271). Nispi gelir hipotezinin üzerinde durduğu birinci varsayım; tüketim ve tasarruf kararları çevreden önemli derece etkilenmesi düşüncesidir. Bu duruma

örnek vermek gerekirse, aynı gelir düzeyine sahip iki aile düşünüldüğünde, bu ailelerden daha zengin çevrede yaşayan ailenin tüketim harcaması daha fakir çevrede yaşayan ailenin tüketim harcamasına göre daha fazla olmasıdır. Ayrıca bireyler tüketim davranışlarında çevrelerindeki toplumsal statü ve mevkilerden de etkilenmektedirler. Bu durumda da bireyler kendi statülerini korumak amacıyla tüketim harcaması yapmaktadır. Nispi Gelir Hipotezi'nin ikinci varsayımı ise; cari tüketimin, nispi gelir ve önceki dönemlerde elde edilen gelirin yüksek gelir ile şekilleneceğidir. Duesenberry'e göre, hane halkının en yüksek seviyedeki tüketim harcamalarını azaltmaları, önceki dönemlerde yapmış oldukları tasarrufları azaltmalarından çok daha zordur. Bunun nedeni ise; bireylerin ve hane halklarının geçmiş dönemlerde elde ettikleri yüksek gelirler neticesinde şekillendirdikleri tüketim kalıbıdır (Tarı ve Çalışkan, 2010:3). Rasyonalite kavramının incelenebileceği son başlık ise Post Keynesyen İktisat görüşüdür. Post Keynesyen Okul olarak da bilinen bu görüş genellikle Keynes'in görüşlerinin devamını amaçlarken geleneksel iktisadın ise karşısında durmaktadır.

Bu görüşe göre geçmişin dikkate alınması gerektiği bir durumda, Rasyonel Beklentiler Modeli gibi mükemmel öngörüğü esas alan teorilerden yararlanılarak bir durumun geleceğinin tahmin edilemeyeceği düşünülmektedir (Holt,2007:93). Post Keynesyen iktisatçıların önemseydiği diğer bir düşünce ise belirsizlik durumunda ekonomik birimlerin karar mekanizmalarının altında yatan rasyonellik varsayımının gerekli olduğu düşüncesidir. Fakat Post Keynesyenlere göre, Neo Klasik iktisadın varsaydığı rasyonellik düşüncesi gerçeğe aykırı ve aşırıdır. Post Keynesyenler, ekonomik birimlerin gerçek hayatta aşırı olmayan ve gerçeğe uygun bir rasyonellik içinde olduklarını belirtmektedir. Neo Klasikler iktisadi işlemleri atomistik açıdan incelemekte ve bireyi, kısıtlar altında faydasını maksimum etmeyi amaçlayan rasyonel tercih çerçevesinde ele almaktadırlar (Downward, 2007:635). Post Keynesyenler ise Neo Klasiklerin aksine ekonomik süreçleri doğal bir bakış açısı ile incelemektedir. Post Keynesyenlere göre iktisadi bireyler sosyal bir varlıktır ve bu nedenle iktisadi bireyler, yaşadıkları çevreden kolayca etkilenebilen ve bu doğrultuda davranış sergileyen varlıklardır.

Rasyonalite kavramı birçok eleştiri ile karşı karşıya kalmıştır. İlk eleştiriler 1990'lı yıllarda gerçekleşmiştir. Stiglitz ve Akerlof, karar verme mekanizmalarının bilgi ışığında oluştuğunu ve böylece bireylerin kendileri için maksimum faydayı elde edebileceklerine dikkat çekmiştir. Daha sonra Kahneman ve Tversky'nin rasyonel kavramına yaptıkları

eleştiriler ile davranışsal iktisadın daha gerçekçi dayanakları olduğu ortaya koyulmuştur (Kaynaş, 2012:9).

Rasyonalite kavramından sonra davranışsal iktisadın temel ayrımlarını öğrenebilmek için anlaşılması gereken bir diğer kavram ise homoeconomicus kavramıdır.

1.2.2. Homoeconomicus Kavramı

Latince kökenli bir kelime olan homoeconomicus, kökeni rasyonaliteden gelen bir sözcüktür. İnsan anlamına gelen homo kavramı, economicus kavramıyla birleşerek, “iktisadi insan” olarak dilimize yerleşmiştir. İktisadi açıdan homoeconomicus kavramı ise; kendi faydasını en üst düzeye çıkaran birey olarak açıklanmaktadır (Nyborg, 2000:309). Homoeconomicus kavramını anlayabilmek için öncelikle fayda kavramından ve iktisat literatüründeki öneminden bahsetmemiz gerekmektedir.

Geleneksel iktisadın temel kavramlarından olan fayda; birçok farklı düşünceler ile açıklanmış ve tartışmalara konu olmuştur. Özellikle faydanın nasıl ölçüleceği konusu bilim adamlarını ikiye ayırmış ve kardinal faydacılar, ordinal faydacılar grupları ortaya çıkmıştır. Bu gruplardaki iktisatçılar faydayı daha doğru ölçmek ve kıyaslayabilmek için matematiksel yöntemlerden faydalanma yoluna gitmişler ve böylece homoeconomicus kavramının ortaya çıkmasına neden olmuşlardır. Homoeconomicus yani ekonomik insan olarak nitelendirilen tüketiciler, hiçbir duruma duygusal olarak tepki göstermeyen ve faydalarını maksimum etmek yönünde hareket eden varlıklar olarak görülmüştür. Bu varsayım neticesinde iktisat daha kolay anlaşılabilir matematiksel modellere yatkın bir bilim halini almıştır (Mullainathan ve Thaler, 2000: 4-6).

Neo klasik iktisatçılara göre homoeconomicus kavramı; iktisadi bireylerin her zaman rasyonel kararlar alarak ve tercihlerinde rasyonellikten sapmayarak faydasını maksimize etmeye çalışmasıdır. Neo klasikler, bireylerin davranışlarını açıklamakta birçok varsayım kullanmaktadırlar. Bu varsayımlara göre iktisadi bireyler her zaman rasyoneldir ve sınırsız irade gücüyle yalnız kendi çıkarları için hareket etmektedirler (Kitapçı, 2017: 86-87). Bentham’ın homoeconomicus tanımı ise, bireyin haz arayan ve üzüntüden uzak durmaya çalışan olduğuna yönelik psikolojik görüşleri barındırmaktadır (Yayla, 1993:80).

İktisadi amaca yönelerek davranışlar sergileyen homoeconomicus bireyin tamamen homojen bir yapı sergilediği durumda, karar alıcı insan değiştikçe alınacak kararlarda farklılıklar gösterecektir. Dewey, her insanın aynı durumlar için farklı özellikler

sergilediğini belirtmektedir. Bireylerin verecekleri tepkiler, yaşadıkları çevreye, içgüdülerine ve alışkanlıklarına göre farklılık gösterebilmektedir. Bireyler aldıkları kararları sadece akıl ve mantık yoluyla almamaktadırlar. Böylece bireylerin yaptığı davranışlar rasyonellikten uzaklaştırır ve birey homoeconomicus insan olmaktan çıkar (Ryan, 2003:245-246).

Homoeconomicus kavramı ile ilgili birçok eleştiri yapılmıştır. Bu eleştirilerden ilki bireylerin bencil davranmadıkları ve kendi çıkarları yanında başkalarının da çıkarlarını düşündükleridir. Bir başka eleştiri ise her zaman faydamızı maksimum seviyeye çıkaracağımız kadar bilgi elde edemeyeceğimiz ve yeterli bilgiye sahip olsak bile bu bilgiyi kullanımda yanlışlıklara yönelebileceğimizdir. Bu bilgi durumu aslında Simon'un ortaya attığı sınırlı rasyonalite kavramını karşımıza çıkarmaktadır. Simon'a göre rasyonelliğin zaman ve düşünme kapasitemiz nedeniyle sınırları belirlenmektedir (Simon 1979:496). Ayrıca Simon, zaman, bilinç altı kullanımı, karmaşıklık ve duygusal etkileşimler nedeniyle bireylerin homoeconomicus olamayacağı görüşünü ileri sürmüştür. Simon'a göre davranışların tamamen rasyonel olabilmesi için karşılaşılan tüm alternatiflerin incelenmesi ve verilen tüm kararların gelecekte doğuracağı sonuçların dikkate alınması gerekmektedir. Yani rasyonel seçim önümüzdeki tüm seçeneklerin farkında olması anlamına gelmektedir. Buda sınırsız zaman gerektirdiğinden dolayı gerçekleştirilmesi imkânsız bir durumdur. Ayrıca Simon'a göre verilen kararda birçok insandan etkileniliyorsa bu durum rasyonel karar vermeyi zorlaştırır (Frantz, 2012:14-17).

1.2.3. Tam Bilgi ve Asimetrik Bilgi Kavramları

İnsanlık tarihi kadar eski olan bilgi kavramı, sahip olunan bireylere ve ülkelere güç katmakta ve insanlığın gelişimine önemli katkılar sunmaktadır. Çünkü bireyleri başarıya götüren bilinçli eylemler mutlaka bilginin neticesinde meydana gelir (Öner, 2005:7). Başka bir deyişle bilgi; gelecekle ilgili planlarda, yaşamların daha iyi sürdürülebilmesinde ve insan davranışlarında önemli bir role sahiptir. İktisat alanında ise bilgi farklı bir bakış açısı ile değerlendirilmiş o doğrultuda incelemeler yapılmıştır.

İktisat alanında çalışmalar yürüten bilim adamları genelde bilginin tanımı üzerine durmamış daha çok bilgi kavramının iktisat içindeki rolü üzerine yoğunlaşmışlardır. Bilgi ile ilgili ortaya attıkları iktisadi görüşlere göre bilgi; bir mal olarak transfer edilebilen, iktisatçı Akerlof tarafından ortaya atılmıştır. Akerlof iktisadi süreçlerde tam bilginin değil aksine eksik bilginin hâkim olduğunu araştırdığı çalışmasında, sınırlı rasyonalite kavramının

daha gerçekçi bir tutum olduğunu ileri sürmüştür. Böylece Akerlof iktisat literatüründe bilginin incelenmesi açısından yeni bir sayfa açmıştır (Rosser, 2001:550). Akerlof yaptığı çalışmada ürün kalitesi hakkında satıcıların alıcılardan daha fazla bilgiye sahip olduğu ikinci el piyasasını incelemiştir. Asimetrik bilgi açısından çok önemli olan çalışmasında piyasanın asimetrik bilgiye verdiği tepkiyi derinlemesine incelemiştir (Boettke, 2002: 270). Çalışması sonucunda asimetrik bilginin neden olduğu ters seçimin, piyasada Gresham kanunu olarak bilinen etkiyi ortaya çıkaracağını bulmuştur. Ayrıca piyasaya düşük kalitedeki yani limon araçların hâkim olacağını öngörmüştür (Akerlof, 1970: 489-490).

Başka bir ifadeyle asimetrik bilgi, ekonomik birimlerde bir tarafın diğer tarafa göre daha fazla bilgiye sahip olması durumunu ifade eder. Asimetrik bilginin olduğu durumlarda bir taraf diğer tarafa göre haksız üstünlük elde etmiş olmaktadır. Bu durumlarda ekonomik faaliyetler etkin bir biçimde gerçekleştirilemez. Piyasa yapısında ancak tam bilginin elde edilmesi sonucunda kaynaklar verimli biçimde kullanılabilir. Fakat, tam bilginin sağlanamaması durumunda ortaya çıkan asimetrik bilgi ile önemli piyasa aksaklıkları yaşanmaktadır (Çetinkaya, 2012:47).

Asimetrik bilgi ile ilgili çalışmalar yapan diğer bir bilim adamı ise Michael Spence'dir. Spence çalışmasında emek piyasasındaki asimetrik bilgiyi incelemiştir. Çalışmasında asimetrik bilginin neden olacağı ters seçim neticesinde, tecrübeli olmayan işçilerin piyasaya hakim olacaklarını belirtmiştir. Spence, işverenlerin çalıştırmak istedikleri işçilerin verimliliğinden emin olmadıklarını belirtmiş ve modeli Akerlof'tan daha ileriye taşıyarak ters seçim problemini çözüm için geliştirmiştir (Spence, 1973: 358).

1.2.4. Bireysel Fayda ve Sosyal Fayda

Tüketici teorisinin temel unsurlarından olan fayda kavramı, tüketimden alınan haz olarak tanımlanmaktadır. Üretici teorisi açısından bakacak olursak, fiyat teorisi, üretim faktörleri fiyat analizi ve genel denge ve refah kavramlarının temelinde de fayda kavramı yer almaktadır. Ana akım iktisatta, rasyonel varsayılan tüketicinin kısıtlı bütçesiyle, kendine en yüksek faydayı sağlamaya yönelik tercih yapacağına inanılmaktadır. Fayda maksimizasyonunu gerçekleştirmek isteyen tüketici, optimal seçimlerde bulunmakta ve böylece tüketici dengesi oluşmaktadır (Koçaslan, 2011:19). Geleneksel iktisada göre bireyler bencil davranarak sadece kendi faydalarını gözetmeleri gerekmektedir. Fakat gerçek hayatı gözlemlediğimizde her bireyin farklı tutum ve davranış sergilediğini görmekteyiz.

Ekonomik kararlardan etkilenen bireylerin bazıları bencil davranabilirken bazıları ise bireysel fayda yerine sosyal faydayı tercih edebilmektedirler.

İktisat teorisinin çoğu uygulaması, bireylerin yalnızca kendi servetlerini önemseydiğini ve başkalarına yardım etmek veya zarar vermek için fedakârlık yapmadıklarını varsaymaktadır. Sosyal faydayı, matematiksel teorileri, bireylerin diğerlerinden farklı miktarda kazandıkları veya karşılık vermeyi sevdiklerini varsayarak açıklamaktadır (Camerer, 1999: 10576). Sosyal fayda ve bireysel fayda arasındaki farklılığı daha iyi anlayabilmek için Kahneman ve Knetsch tarafından yapılan çalışmayı incelemek gerekmektedir.

D. Kahneman ve J. Knetsch'in ultimatòm oyunu oynattıkları çalışmaları 1986 yılında yayınlanmıştır. Bu oyunda daha önce birbirlerini tanımayan iki öğrenciye 20 dolar verilmiş ve öğrencilerden birinin bu parayı karşısındaki kişiyle paylaşması istenmiştir. Deneyde öğrencilerin anlaşması durumunda para verilecek fakat anlaşamama durumunda ise her iki tarafta parayı alamayacaktır. Geleneksel iktisat açısından düşünülünce birey kendi faydasını düşünecek ve karşısındaki kişiye verebileceği minimum parayı verecektir. Fakat deney sonucunda görülmüştür ki öğrencilerin çoğu parayı eşit miktarda bölmüşlerdir. Düşük teklif alan öğrenciler ise az miktar para yerine rasyonellikten saparak hiç kazanç elde etmemeyi tercih etmişlerdir (Tak, 2020:15-16)

1.2.5. İndirgenmiş Fayda ve Hiperbolik İndirgeme

Samuelson tarafından geliştirilen indirgenmiş fayda yaklaşımına göre kazanılacak faydanın zaman içindeki durumuna değil de şu ana göre ne kadar uzaklıkta olduğunu dikkate alan bir indirgeme bulunur. Belli ve kesin olan bu indirgeme zamanlar arası tercihlerde kullanılır. Örnek vermek gerekirse; gelecekte elde edilecek faydanın indirgenmesi ile birlikte, şu an elde edilecek faydanın aynı oranda olacağı öne sürülmüştür. Bu nedenle indirgenmiş fayda yaklaşımı gelecekte elde edilecek fayda yaklaşımının şuan elde edileceği fayda yaklaşımına tercih edilmesi konusunda açıklık getirememektedir (Hatipoğlu, 2012:6). İndirgenmiş Fayda teorisinin geçerli olup olmaması mikro iktisatta deneysel araştırmaların sonuçları neticesinde tartışılmaya başlanmıştır. Makro iktisatta ise bu duruma ekonomik modellerin açıklayamadığı durumlar neden olmuştur. Böylece indirgenmiş fayda teorisinin eksiklikleri ortaya çıkmış ve indirgenmiş faydaya alternatif modeller geliştirilmeye başlanmıştır (Taşdemir, 2006: 116). Davranışsal iktisat ile ana akım iktisat arasındaki farklılıklarda karşımıza çıkan diğer bir kavram ise hiperbolik indirgemedir. Hiperbolik

indirmeye göre bireyler şuan farklı gelecekte daha farklı tercihler yapmakta ve farklı şekilde fayda düzeyleriyle karşılaşmaktadırlar. Örneğin; kredi kartı ile alışveriş yapan bireyler nakit alışveriş yapanlara göre daha kolay harcama yapabilirler. Çünkü o an ödeme yapmadıklarından dolayı bu harcamayı gelecekte kolaylıkla yapabileceklerini düşünürler.

Hiperbolik indirme kavramı yapılan araştırmalar neticesinde doğruluk kazanmıştır. Örneğin Rabin yaptığı çalışmada bireylerin şuan yaşayacağı faydayı ertelemektense, gelecekte daha fazla çalışmaya razı olduklarını ortaya koymuştur. Fakat bu durum indirgenmiş faydaya göre farklılık göstermektedir. Çünkü indirgenmiş fayda da bireylerin şuan elde edeceği bir fayda ile gelecekte elde edeceği fayda arasında bir farklılık gözlemlenmemektedir (Rabin, 2002:669).

1.2.6. Denge ve Öğrenme Evrimi

Ekonomistler her iktisadi sistemi denge noktasında incelemektedirler. Bir piyasada denge, arzın talebi karşılaması anlamına gelir. Stratejik bir oyunda ise denge, tüm temsilcilerin en uygun stratejileri seçtiği anlamına gelmektedir. İktisat bilimi geliştikçe dengenin nasıl gerçekleştiğine veya bir dengenin sürecine çok fazla dikkat edilmemeye başlanmıştır. Böylece popülasyon evrimi üzerine son teori, diğerlerinden öğrenme veya deneysel gözlemler sonucu öğrenmeler olmuştur. Bu çalışmaların zaman sonra dengeye odaklanmak için gerekçeler sunabileceği ve dengenin zamanla ne kadar hızlı ortaya çıkacağına dair yeni tahminler bulabileceğini öngörülmüştür (Camerer, 1999: 10576-10577). Ana akım iktisattaki dengeye karşılık davranışsal iktisat tarafından ortaya atılan öğrenme ve gelişme yöntemleri detaylı incelendiğinde aslında psikolojik alt yapılarında geliştirilmiş takviyelerin ve uyumla yinleme kavramlarının oldukları görülmektedir. Sonuç olarak ana akım iktisattan sonra ortaya çıkan davranışsal iktisat yaklaşımının karar almada öğrenme evrimine önem verdiği ve bireyleri rasyonel olarak kabul edilen denge kavramına karşı çıkıldığı görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT

2.1. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI VE ORTAYA ÇIKIŞ NEDENLERİ

Kıt kaynakların tahsisini içeren insan davranışlarının her yönü ile ilgilenen ekonomik olaylar, çok geniş bir alana yayılmıştır. Örneğin; birçok bilim dalıyla ilgili olsalar da, internet üzerinden bir eş aramak, televizyonda belgesel izlemek, bağış yapmak, bir bireye tenis oynamayı öğretmek veya çimleri kesme kararı almak ekonomik kararlar olarak örnek verilebilir. Çünkü diğer sosyal bilimler gibi ekonomi biliminin de temel amacı yaşadığımız dünyayı daha iyi anlayabilmemiz için bizlere yardımcı teoriler ortaya atmaktır. Bu teoriler ekonomik olayları açıklamaya yardımcı olurlar. Camerer'e göre bu teoriler altında yatan sebepleri bizler sorgulamalıyız ve davranışsal iktisadın altında yatan sebep de tam olarak budur. Başka bir ifadeyle Camerer davranışsal iktisat gerçekçi psikolojik ifadeler sunarak ekonominin açıklayıcı yönünü güçlendiğini öne sürmektedir (Camerer ve Loewenstein, 2004:3).

Davranışsal iktisat ilk kez 1958 yılında kullanılan bir kavramdır. Davranışsal iktisatçılar sosyoloji, antropoloji ve diğer sosyal bilimlerden yararlanmışlardır. Fakat davranışsal iktisat, iktisadi terimleri açıklamada en çok psikolojinin etkilerini önemsemiştir (Savaş 2000: 982). Davranışsal iktisat, geleneksel iktisadın ekonomik karar vericileri tam rasyonel olarak açıklamasına, sınırlı rasyonalite kavramı ile karşı çıkan geleneksel iktisadın bir alt dalıdır. Sınırlı rasyonalite kavramı ile daha gerçekçi bir yaklaşım ortaya koyan davranışsal iktisat ekonomiyi yönlendirmektedir. Davranışsal iktisat ekonomi ve psikolojinin bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Ayrıca bireysel tüketicilerin, karşılaştıkları kısıt ve karmaşalara nasıl tepki verdiklerinin açıklama çabasıyla gelişmektedir (Sendhil ve Thaler, 2004:1).

Davranışsal iktisat, klasik iktisat teorilerine kıyasla iktisadi çalışmalarda psikolojik faktörlerin etkilerine önem vermektedir (Camerer ve Loewenstein, 2004:5). Davranışsal iktisadın, geleneksel iktisadın ortaya koyduğu teorileri yok saymak gibi bir amacı bulunmamaktadır. Her ne kadar geleneksel iktisat ile bağdaşmayan yönleri varsa da davranışsal iktisadın amacı genel denge modelini ve rasyonel seçim yöntemlerini genişleterek iktisat bilimine katkı yapmaktır (Wilkinson ve Klaes, 2012:3).

Camerer ve Weber'e göre davranışsal iktisat, saha olayları ile gözlemlenen sonuçlara daha çok önem vermekte ve teorik tahminleri kıyaslamaktadır. Ayrıca davranışsal iktisat

alışmalarının gerçekçi bir yargılama sürecine dahil olduğunu ve karar verme süreciyle de uyumlu olduğunu belirtmişlerdir. Bunlara ilaveten davranışsal iktisat, iktisadi bireylerin karar alırken arka planda nelerin etkili olduğu ve laboratuvar çalışmalarından faydalananarak iktisadi karar alma süreci ve sonuçları üzerinde etkili olan durumları araştırmaktadır (Camerer ve Weber, 2006:187-188).

Başka bir tanımlamada ise davranışsal iktisat, psikoloji ve iki farklı disiplini bir araya getirmekte ve iktisadi bireylerin yatırım ve tasarruf yaparken, para harcarken neden rasyonaliteden saptıklarını veya neden irrasyonel kararlar aldıklarını incelemektedir (Kurtoğlu, 2016:30-31). Ayrıca davranışsal iktisat disiplinler arası ve çok disiplinli çalışmaların önemini ortaya koymakta da etkili olmuştur. Bireylerin iktisadi karar alma süreçlerindeki rasyonellik dışı davranışlarını, sürekli maksimum fayda peşinde olamayacaklarını, karar verme sürecindeki sosyolojik etkilerin yanında psikolojik etkilerinde olacağını savunarak interdisipliner ve multidisipliner yönlerini açığa çıkarmıştır (Lewis vd, 2009:432). Davranışsal iktisadın ortaya çıkış nedeni incelenirken insan faktörünün iktisat biliminin temelinde yer almasının en önemli etken olduğu görölmektedir.

Çünkü davranışsal iktisat alanında yapılan araştırmalarla birlikte bireylerin karar verme sürecinde rasyonel olmayan davranışlar sergiledikleri ve bireylerin tekrarlanan davranışlarında bile her seferinde farklı tepkiler veya seçimler göröldüğü, her defasında bilinmeyen nedenler ile farklı cevaplar alındığı anlaşılmaktadır. Bir bireyi diğer bireylerden farklılaştıran ilk özellik fiziksel yapısıdır. Yani bireyin yaşı, boyu, kilosu, göz rengi, yüz şekli, beden tipi farklılıklar göstermektedir. Bunun yanında bireylerin yaşadıkları yerler, toplumsal normlar, çevresel faktörler, eğitim, tutum, kişilik gibi özellikleriyle birlikte kişiler daha karmaşık bir hal almaktadırlar. Bu karmaşıklığı daha da zor bir hale getiren durum ise insani duygulardır. Duyguların kontrol edilmesindeki güçlükler, istemsizce verilen tepkiler, karmaşıklığı iyice belirsizleştirmektedir (Öztopçu, 2019:365). İşte tüm bu karmaşıklıklar göstermektedir ki tüm bireylerin aynı şekilde rasyonel kabul edilmesi aslında imkânsız bir durumdur. Yapılan tanımlamalardan ve çalışmalardan da anlaşılmalıdır ki zamanla gerçekleşen olayları tam anlamıyla açıklanmasını sağlayamayan geleneksel iktisat bilim adamlarının gözünde eksik kalmış ve tamamlanmaya çalışılmıştır. Geleneksel iktisatta eksik kalan en önemli yer olan rasyonalitenin yapılan çalışmalarla doğru bir düşünce olmadığı belirtilmiştir. Yapılan deneyler neticesinde bireylerin iktisadi bir karar alırken geçmiş yaşamlarından elde ettikleri tecrübelerden, yaşadıkları çevrelerden ve birçok psikolojik

faktörlerden etkilendikleri ortaya koyulmuştur. Böylece yeni bir akım olan davranışsal iktisat ortaya çıkmıştır. Aslında davranışsal iktisadın ortaya çıkışı ana akım iktisadın eksikliklerinin kapatılması gerekliliğinin bir sonucudur.

2.2. DAVRANIŞSAL İKTİSADIN GELİŞİM SÜRECİ VE ETKİLİ OLAN İSİMLER

18. ve 19. Yüzyıllarda yaşayan iktisatçıları incelediğimizde psikoloji bilimi ile uğraşmayı zaman kaybı olarak görmüşlerdir. Özellikle neo-klasik iktisatçılar iktisat bilimini ele alırken matematik, fizik gibi bilim dallarından faydalanmaya yönelmişlerdir. Bu yönelme sonucunda oluşturulan iktisadi insan tipi gerçeklikten uzak, duygulardan arındırılmış, makineleşmiş insan olarak belirtilebilmektedir. Fakat 20. Yüzyılın ortalarında gerçekte insanların neo-klasiklerin belirttiği bir insan olamayacağını, çevresindeki psikolojik ve sosyal unsurlardan etkilenebilen, bu doğrultudan kararlar alan birey olabileceği anlaşılmıştır (Ünal, 2019:34).

Davranışsal iktisat ve ana akım iktisat arasındaki farklılıkların ortaya koyulması uzun bir süreci kapsamaktadır. Bu süreçte birçok iktisatçı yapmış oldukları çalışmalarda ilk önce psikoloji ve iktisadi aynı çember içerisinde değerlendirmişler ve ana akım iktisattaki bazı varsayımlara alternatifler ortaya koymuşlardır. Daha sonra bu alternatifler geliştirilmiş ve yapılan deneysel çalışmalarla ortaya koyulan yeni kavramlar doğrulanmıştır. Böylece davranışsal iktisat gibi yeni bir alan oluşturmuşlar ve daha sonra bu alanı geliştirmek amaçlı çalışmalar yapmışlardır. Aşağıda bu iktisatçılardan bazılarının yapmış oldukları çalışmalara değinilmiş ve davranışsal iktisadın gelişim süreci ortaya koyulmuştur. Gelişim süreci incelenirken ilk olarak davranışsal iktisadın habercileri olan; Adam Smith, David Hume, Jeremy Bentham, Francis Edgeworth ve Irving Fisher gibi ünlü bilim adamlarının katkıları incelenecektir. Daha sonra gelişim sürecinde eski davranışsal iktisat döneminden bahsedilecektir. Eski nesil davranışsal iktisat da yer alan iktisatçılar: H. A. Simon, G. Kotona, G. Schmolders, H. Leibenstein, D.M. Lamberton, P. Earl, Richard A. Easterlin ve T. Scitovsky'dir. Son olarak ise yeni nesil davranışsal iktisatçılar olan; D. Kahneman, A. Tversky, R. Thaler, G. Akerlof, M. Rabin ve V. Smith'in davranışsal iktisada katkılarından bahsedilecektir.

2.2.1. Davranışsal İktisadın İlk Habercileri

Birçok bilim adamının katkısı olan davranışsal iktisadın temelini oluşturan iktisat ve psikoloji beraberliği Adam Smith dönemine kadar dayanmaktadır. Sadece kendi çıkarları peşinde koşan rasyonel insan kavramı başta Smith olmak üzere birçok bilim adamını

düşünmeye itmiş ve zamanla bu bilim adamları bireylerin davranışları altında yatan etkenleri ortaya koymaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmişlerdir

Davranışsal iktisadın detaylı bir şekil alması 20. yüzyılın ortalarına doğru olmasına rağmen Adam Smith'in alana yönelik yaptığı çalışmalar 1759 yılına kadar gitmektedir. Smith ilk önce birey ve bireylerin davranışını açıklayan ifadelerle iktisat kavramını davranışsal yaklaşımlarla açıklamıştır. Psikolojik terimlere çok fazla yer vererek davranışsal iktisat alanında gelecekte yaşanacak gelişmeler için temel atmıştır (Tajima, 2007:579-581).

Adam Smith 1759 yılında yayınlattığı eseri “Ahlaki Duygular Kuramı” ile bireylerin davranışlarını psikolojik açıdan incelemiştir. Smith bu eserinde sempati üzerine eğilmiş ve insan davranışlarının belirleyici ilkesinin sempati olduğunu belirtmiştir. Smith'e göre sempati bireylerin başkalarının duygularına ortak olma eğilimidir. Bu nedenle insanlar kendilerinin görmek istedikleri tavırları düşünerek ona göre tavır sergilemeleri gerekmektedir. Böylece sempati üzerine kurulan piyasalarda adil bir rekabet olacak ve dolayısıyla ekonomik refah seviyesi yükselecektir (Ruben ve Dumludağ, 2015:5). Adam Smith'in davranışsal iktisada başka bir katkısı da riskten kaçınma kavramı olmuştur. Bunu Adam Smith'in “iyi bir durumdan daha kötü bir duruma geçtiğimiz zamanki üzüntümüz, kötü durumdan daha iyi duruma geçtiğimizdeki hislerimizden daha kuvvetlidir” sözünden anlamaktayız. Bu söz ile Smith günümüzde kullanılan riskten kaçınmayı ifade etmektedir (Camerer ve Loewenstein, 2004:5). Sempati kavramına önem veren bir başka düşünür ise Mandevilla'dır.

Mandevilla 1705 yılında “Arılar Masalı” adlı eserini yayınlamıştır. Bu eserde bireylerin toplum tarafından beğenilme, övülme ve onaylanmaya ihtiyaç duyduklarını belirtmiş ve eğer bireylerin toplum tarafından övülüp, değer görürse sempati duyulacağını bildirmiştir. Mandeviller'e göre sempati kavramı övülme ve beğenilme duyguları ile iç içe geçmiş ve böyle şekil almıştır. Ayrıca Mandeviller bencilliğin insanın ruhunda olan doğal bir durum olarak görmüş ve insanın bu eğilimine göre davranışlarda bulunduğunu açıklamıştır (Ruben, 2013:31).

Ruben'e göre Adam Smith “Ulusların Zenginliği” adlı eserinde de Mandeviller'in eseri ile genellikle aynı görüşleri savunmuştur. Ruben, Mandeviller'in eserinde bahsedilen kovan halkındaki ahlaki duygulardan uzak davranışların aslında kovanın içinde bulunan tüm halkın refahını sağlamaya yönelik olduğunu tespit etmiştir. Bu ahlak dışı davranışların başında ise sahtekarlık, kibir, lüks tüketim gelmektedir. Ruben'in diğer bir tespiti ise

bireylerin tüketim sürecinde bencil davrandıkları ve bir başka bireyi önemsemedikleridir. Aslında bu tespitler klasik iktisat görüşleri olarak bildirilen görüşlerdir. Klasik iktisadın temelindeki görüş bencil davranan bireyin toplumun çıkarını en yükseğe taşıdığı fikridir. Başka bir deyişle bencil davranan birey kendi faydasını sağlayan davranışlarla aslında toplumunda faydasını yüksek seviyeye çıkarmaktadır (Eser ve Toigonbaeva, 2011:289).

Ayrıca “Ulusların Zenginliği” adlı eserde Smith değişen fikirleri ile bir ekonomik disiplini başlatmıştır. Kitapta bireylerin aslında sempati kurarak değil bencillik duygularıyla hareket ettiklerini belirtmiştir. Smith’e göre şimdiki acıya katlanmanın tek nedeni gelecekte daha fazla fayda elde etmek veya daha az acıya katlanmaktır. İlaveten hazzın fayda sağlamak dışında bir değere sahip olmadığı ve iyilik davranışının haza ulaşmada bir araç olduğunu vurgulamıştır (Sedlacek, 2017:206). Davranışsal iktisadın bir diğer habercisi ise David Hume olmuştur. Hume Smith’in etkisi altında kalarak ahlak felsefesini geliştirir nitelikte açıklamalar yapmıştır. Ayrıca Hume düşüncelerin deneyimler sonucunda elde edildiği görüşünü de desteklemiştir.

Hume’un ahlaki konulara dikkat çektiği eseri “İnsan ve Doğa Üzerine İnceleme” adlı eseriyle birlikte kendi ahlak felsefesini temellendirmeye çalışmıştır. Hume zihnin işleyişine yönelik görüşleri ve onun ulaştığı sonuçlar aslında faydacı ahlak anlayışını işaret etmektedir (Sabine, 1917:60). Ayrıca bu eserde Hume’un üzerinde durduğu önemli bir konuda rasyonel birey olmuştur.

Rasyonellik kavramı aslında Hume tarafından iktisat literatürüne sokulmuştur. Hume’a göre bireyler amaçlarına ulaşabilmek için her zaman akıl ve mantık önderliğinde hareket edememektedirler. Bazen istenen amaca ulaşmak için tutkular aklın ve mantığın önüne geçer ve böyle durumlarda akıl, rasyonel kararlar için aracı pozisyonuna geçerek doğru araçları belirlemelidir. Aksi takdirde birey rasyonel olmayan bir karar vermektedir (Yılmaz, 2009: 66-67). Ayrıca Hume insan doğasını anlayabilmede tutkuların önemli rol oynadığını ve insan davranışlarında tutkuların belirleyici olduğunu vurgulamıştır. Hume’a göre tutkuları gözlemleyip açıklayabiliriz. Tutku ve akıl ilişkisi incelendiğinde ise akıl tutkuların esiridir. Akıl ve tutku farklı görevler üstlendiklerinden dolayı hiçbir zaman zıt düşmez ve akıl tek başına güdüleme aracı olamaz. Akıl sadece tutkularımızın iyi veya kötü olduğunu açıklayabilir (Hume, 1978: 275-282). Hume’un tutku ve akıl ile ilgili belirttiği bu düşünceler neticesinde, bireylerin rasyonel bir varlık olmadığı görüşü kabul görmeye başlamıştır (Norton, 1993: 12-13).

Jeremy Bentham ise ana akım iktisadın homoeconomicus' un çıkara dayalı durumuna “Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş” adlı eserinde değinmiştir. Eserinde homoeconomicus kavramını faydacılık felsefesi ile tamamlamıştır. Faydacı felsefenin temelini hazcılığa dayandıran Bentham hazcılıkla birlikte homoeconomicus 'un alt yapısını ortaya koymuştur (Ruben ve Dumludağ, 2015:6). Bentham insanların yapısal özelliği nedeniyle acıdan kaçan hazzıya yönelik bir varlık olduğunu belirtmiştir. Ayrıca mutluluk arasında hazzıya dayalı, ölçülebilir bir matematiksel ilişkiden bahsetmiştir. Bentham acı, fayda ve haz kavramlarını önemserken incelediği felsefi yaklaşımda, toplumun faydasını maksimum seviyeye çıkaran ahlaki davranışları kabul edilebilir davranış olarak görmektedir. Fakat her birey başkasına zarar vermeden kendi faydasını sağlayacak davranış sergilerse eğer toplumda daha fazla insanın hazzıya ulaşacağını belirtmiştir (Anay, 2011: 105).

Edgeworth ise “Matematiksel Fiziki Ahlak Bilimlerine Matematiğin Uygulanması Üzerine Bir Deneme” adlı çalışmasında iktisat alanına önemli bir diyagram kazandırmıştır. Edgeworth bu Fechner yöntemiyle bireylerin tüketim faaliyeti sırasında elde ettiği faydayı ölçmüş ve hazzın ölçülebilirliği ile ilgili önermeler sunmuş ve Edgeworth bütün hazların orantılı olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca Edgeworth'ın kullandığı terimlerin günümüzde davranışsal iktisadın kullandığı terimleri yansıttığı görülmektedir (Bruni ve Sudgen, 2007:152). Ek olarak Edgeworth'un ünlü kutu diyagramında iktisadi bireylerin gerçekleştirdikleri ekonomik faaliyetlerdeki psikolojik faktörlerin etkisinden de bahsetmiştir (Heukelom, 2014:51). Davranışsal iktisadın temellerinin atılmasında etkili olan bir diğer bilim adamı ise Irving Fisher'dir.

Fisher, davranışsal iktisat, zaman tercihi ve para yanılsaması gibi terimlere açıklamalar getirmiştir. Thaler'ın yazdığı “Irving Fisher: Modern Behavioral Economics” adlı makalede zaman tercihi teorisini açıklamıştır. Tüketime açıklanması için kullanılan zaman tercihi teorisinde, gelirin, davranışların, tasarrufların, beklentilerin, alışkanlıkların ve moda'nın etkili olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca Thaler kaleme aldığı makalesinde davranışsal iktisadın üç temel özelliğinden bahsetmiştir. Bunlardan ilki, piyasa dengesi ve iktisadi kararlar için başlangıç noktası kabul edilmesidir. İkincisi, farklı bilgi toplama yöntemlerinin geliştirilmesi gerekliliğidir. Çünkü her bireyin davranışı farklılık göstermektedir. Sonuncusu ise rasyonel karar almayı açıklayabilmek için psikolog ve sosyal bilimcilerden destek almanın gerekli olmasıdır (Thaler, 1997:439).

2.2.2. Eski Nesil Davranışsal İktisat Dönemi

Davranışsal iktisadın henüz adı yokken yapılan çalışmalar ile neo-klasiğin savunduğu birçok duruma psikolojik temellere dayandırılarak karşı çıkmıştır. İkinci dünya savaşından sonra bir süre devam eden iktisat ve matematik iş birliği böylece sonlanmış ve matematik yerini psikolojiye bırakmıştır.

Bu dönemde davranışsal psikolojinin önemsedığı “uyarı” ve “tepki” kavramlarının iktisadi bireyler üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Uyarı ve tepki arasındaki tüm bilişsel süreçler kara kutu olarak adlandırılmış ve yapılan çalışmalarda bunlar göz ardı edilmiştir. Açıkçası eski nesil davranışsal iktisat döneminde bireysel davranışların gözlemlenebilir durumları üzerinde daha çok durmuştur (Ruben ve Dumludağ, 2015: 7).

Eski davranışsal iktisat dönemi, erken dönem davranışsal iktisat dönemi veya birinci nesil iktisat dönemi de denilen bu dönemde H. A. Simon, G. Katona, H. Leibenstein, T. Scitovsky ve Richard A. Easterlin yaptıkları çalışmalarıyla adlarını duyurmuşlardır.

Eski nesil davranışsal iktisada katkıları olan dört okul bulunmaktadır. Bu okulların ikisi ABD’de bulunan Carnegie Mellon ve Michigan Üniversitesi’dir. Diğer ikisi ise İngiltere’de olan Oxford ve Stirling üniversiteleridir. Carnegie okulu sınırlı rasyonalite, tatmin ve firma davranışlarıyla ilgilenirken, Michigan okulu ise tüketici davranışları ve makroekonomi açısından psikolojiyi kullanmışlardır. Oxford okulunun odak noktası ise belirsizlik ve koordinasyondur. Stirling’de ise seçimler ve entegrasyon konuları üzerine çalışılmaktadır (Eser ve Toıgonbaeva, 2011: 296).

İktisat literatüründe dönüm noktası olarak görülen ve davranışsal iktisada büyük katkılar sağlayan H. Alexander Simon, “A Behavioral Model of Rational Choice” adlı makalesinde geleneksel iktisadın savunduğu homoeconomicus kavramına karşı çıkmıştır. Çalışmasında homoeconomicus kavramının değişmesi gerektiğini belirten Simon birçok da öneride bulunmuştur. Simon’a göre her bireyin farklı idrak ve kapasitesi olduğundan dolayı iktisadın temel varsayımı olan rasyonellik herkesi kapsamamakta ve sınırlı rasyonalite kavramı etkin olmaktadır. Bu düşünce doğrultusunda Simon herkesin ancak sınırlı rasyonel olabileceğini belirtmiştir (Can, 2012:95). Simon’un diğer önemli çalışması ise “İdari Davranış: İdari Örgütlerde Karar Alma Süreçlerinin İncelenmesi” dir. Çalışmada yöneticilere yönelik Simon, idarecilerde örgüt kültürünün olması gerektiğine vurgu yapmıştır. Ayrıca Simon’a göre başarının sağlanması için yöneticilerin matematik bilgilerine ilaveten sosyoloji ve psikolojik bilgilerinin de yeterli düzeyde olması gerekmektedir. Simon

hazzı ve karı maksimuma çıkarma anlayışı yerine risklerin ve olumsuzlukların minimum seviyeye indirilmesinin gerekliliğinden bahsetmiştir. Bu duruma ise doyurucu davranış denmektedir. Yöneticiler açısından oldukça önemli olan bu eser de uzmanlık ve sorumluluk alanlarında da yöneticilere tavsiyeler verilmiştir (Learned ve Sproat, 1972:25).

Augier ve Mart'a göre Simon'un yaptığı çalışmaları anlamak onun birleşik ve disiplinler arası bilimini benimsemesini anlamakla başlamaktadır. Simon, geleneksel iktisadın varsayımlarına direnen, tek ve belirli bir disipline değil, disiplinler arası konu ve yöntemlerin peşinde koşan, ikinci dünya savaşı sonrasında büyük bilim adamlarından biridir (Augier ve Mart 2003: 136). Eski davranışsal iktisat dönemindeki diğer önemli isim ise Michigan okulu üyesi George Katona'dır.

Bir psikolog olan Katona, psikoloji ve sosyoloji yanında iktisattaki tüketici davranışlarını da incelemekte ve iktisadi bireylerin aldıkları ekonomik kararlarda rasyonel olduğu görüşüne karşı çıkmaktadır (Tomer, 2007: 470). Başka bir deyişle Katona normatif olmayan davranış bilimlerini, özellikle psikoloji ve sosyolojiyi ekonomiyle beraber kullanmıştır (Warneryd, 1982:24).

Katona 1940 yılında Michigan Tüketici Duyguları Endeksini geliştirerek iktisat literatürüne büyük katkı sağlamıştır. Katona daha çok çalışmalarında toplam makroekonomik davranışları ve tüketim harcamalarını anlamak ve açıklamak için çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalarında anket yöntemini ve tamamen bağımsız bir metot kullanmıştır. Bu yöntem eski davranışsal iktisatçıların hepsinin kullandığı bir yöntem olmuştur. Çalışmalarda her türlü veri toplanıp sıfırdan alternatif bir teori oluşturulmuştur. Bu yöntemler Simon'un yaptığı orijinal çalışmalara benzetilmiştir. Eski iktisat dönemindeki yapılan çalışmaların hepsi ana akım iktisada karşı çıksa da bu iktisattan tamamen kopmamışlardır. Hala bugün eski davranışsal iktisat tarafından ortaya atılan fikirler ve özellikle Simon'un fikirleri hala vurgulanmaktadır (Geiger, 2017: 585).

Leibenstein ise 1966 yılında yaptığı çığır açan çalışma ile X etkinsizliği adında bir terim ortaya atmıştır ve firmaların neden optimalden uzak ve neden daha az verimliliğin olduğunu anlamak için kavramsal bir çerçeve geliştirmiştir. Çalışmasında modellerinin teorik ilişkilerini açıklamak için grafiklerden yararlanmıştır. Çalışması bu grafikler ile anlaşılması zor bir hale gelse de matematiksel kanıtlar kullanan ana akım iktisada göre daha anlaşılabilir hal almıştır. Leibenstein çalışmaları davranış disiplinlerinden ve iç görülerden yararlanmayı içermektedir. Böylece Leibensteinin yapmak istediği şey yeni davranışsal

fikrinin ana akım iktisatçıların aşına olduğu bir dilde sunmak olmuştur. Analizlerinde daha çok bireye, kendi çıkarına sahip ancak genellikle tam rasyonel olmayan bir bireye odaklanmıştır. Leibenstein'in analizlerindeki iktisadi birey iş birliğine ilişkin taahhütler, sosyal yükümlülükler, sözleşmeler, tutum ve davranışlar ile kısıtlanan sosyal bir varlıktır. Ayrıca bu birey başarı ihtiyacı olan psikolojik faktörlerden etkilenen bir kişidir (Tomer, 2007: 471-472).

Eski nesil davranışsal iktisat döneminin önemli bir diğer bilim adamı ise Easterlin ve T. Scitovsky'dir. Easterlin ve Scitovsky 1970 yılında ortaya atılan mutluluk iktisadının öncülerinden olmuştur. İkisinin yaptığı çalışmalar da en dikkat çeken nokta ülkelerin ekonomik anlamda büyümesinin bireylerin refahları üzerindeki etkiyi incelemek noktasıdır. Easterlin'in yaptığı çalışmalara göre ülkelerde meydana gelen ekonomik büyüme bireylerin ihtiyaçlarını karşılamakta fakat mutluluğunu artırmaktadır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse; ekonomik büyüme ile bireylerin mutlulukları arasında herhangi bir ilişki yoktur. Buna Easterlin Paradoksu 'da denilmektedir (Easterlin 1974: 97-110). Scitovsky ise ABD'de yapmış olduğu çalışmada tüketim ve bireylerin mutluluğu arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada ABD'deki yüksek refah seviyesinin bireyler üzerinde tatmin edici bir etkisinin olmama nedenlerinin ve bireylerin tüketim aşamasında önyargılarının ve yanlış seçimlerinin olabileceğini ortaya koymuştur (Pugno, 2014: 287). Eski nesil davranışsal iktisat dönemine çalışmalarıyla katkı sağlayan diğer bilim adamları ise, D. M. Lamberton, Peter Earl ve Schmolders'dir.

2.2.3. Yeni Nesil Davranışsal İktisat Dönemi

Yeni nesil davranışsal iktisatçıların rasyonellik kavramının üzerinde durarak iktisadın psikoloji ile ilişkisinin olduğunu savunmuşlardır. Bu dönemde yapılan çalışmalar ile 2001 yılında Amerikalı ekonomist George Akerlof, M. Spence ve J. E. Stiglitz ile birlikte aldığı Nobel Ödülüne layık görülürken 2002 yılında Daniel Kahneman ve Vernon L. Smith Nobel ödülünü kazanmıştır. Bu ödüllerle birlikte iyice ilgi odağı olan davranışsal iktisada son olarak 2017 yılında Thaler'ın çalışmasıyla Nobel ödülü verilmiştir. Son 17 yılda üç Nobel ödülü verilen alan olarak davranışsal iktisat, bilim adamları tarafından daha çok ilgi odağı olmuş ve bu alanda çalışmalar iyice artmıştır. Bu dönemin önde gelen isimleri ise D. Kahneman, A. Tversky, R. Thaler, G. Akerlof, R.E. Kranton, M. Rabin ve V. Smith'dir.

Yeni nesil davranışsal iktisat dönemi veya yakın dönem davranışsal iktisat dönemi denilen dönem 1970'li yıllarla birlikte ortaya çıkmıştır. Bu dönemi eski nesil davranışsal

iktisat döneminden ayıran en temel fark ise geleneksel iktisat modelinin yapısını koruyarak ve bilişsel düşünce varsayımları düzenlenerek, iktisadi faaliyetlerin davranışsal teoriler ile açıklanmaya çalışılmasıdır. Örnek vermek gerekirse, ana akım iktisadın en temel varsayımı olan rasyonellik teorisi üzerine çalışarak ve davranışsal yöntemler kullanarak sınırlı rasyonelliği modellemişlerdir (Dumludağ vd. 2015: 43).

Yaptıkları çalışmalar ile davranışsal iktisadı başlatan ve davranışsal iktisada en fazla katkıyı yapan bilim adamları Kahneman ve Tversky olarak bilinmektedir. İkisinin 1970 yılında yapmış oldukları ampirik ve deneysel çalışmalar ile rasyonellik ile ilgili yeni fikirler ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda bireylerin her an rasyonel davranmadıklarını, her zaman en iyinin peşinden koşmadıklarını, bazen elde edecekleri faydanın yeterli olduğunu düşüneceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca Tversky ve Kahneman her zaman tam ve doğru bilgiye ulaşamayacağını söylemektedir (Laibson ve Zeckhauser, 1998: 19). Kahneman ve Tversky'nin davranışsal iktisada katkıları üçe ayrılarak incelenebilir. Çünkü psikoloji alanında eğitim alan Tversky ve Kahneman iktisada ilgi göstermeye başladıktan sonra davranışsal iktisatta önemli noktalara değinilen üç çalışma ortaya koymuştur.

Bu çalışmalardan birincisi Kahneman ve Tversky 1974 yılında “Belirsizlik Altında Karar: Sezgiler ve Önyargılar” adlı çalışmalarıdır. Bu belirsizlik durumlarında, subjektif kısa yolları ve bilişsel sapmaları araştırmışlardır. İkinci çalışmalarını ise 1979 yılında “Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Alma” isimli makaleleridir. Bu çalışmada ise bireylerin belirsizlik altında karar alırken sezgisel, duygusal ve irrasyonel özelliklerinin etkili olduğu ortaya koyulmuştur. Bu durum geleneksel iktisadın ortaya koyduğu beklenen fayda teorisine bir tepki olmuştur. Beklenti teorisi olarak isimlendirilen bu durum, bireylerin kayıp ve kazanç durumuna göre risk alıp-almama davranışını incelemektedir (Kahneman, 2003: 1449). Ayrıca Kahneman beklenen fayda teorisini eleştirdiği bu çalışmasında beklenen fayda teorisinin önemli birkaç eksiklik barındırdığını açıklamıştır. Bu hatalardan birincisi, teorisinin bireylerin son varlıklarını göz ardı etmesidir. Örneğin teoriye göre bugün 1 milyon doları olan birey ile 5 milyon doları olan bireyin, yarın her ikisinin de 3 milyon doları olması durumunda aynı faydayı elde edecekleri belirtilmektedir. Fakat 2 milyon dolar kazanarak 3 milyon dolar elde eden birey ile 2 milyon dolar kaybedip elinde 3 milyon dolar kalan kişinin fayda seviyesi aynı olmamaktadır. İlâveten varlığı artan birey mutlu olurken, varlığında azalma olan bireyin mutsuz olabileceği de ortadadır. İkinci bir hata ise bu teorisinin bireylerin aldıkları referans noktalarına yer vermemesidir. Örneğin, 1 milyon dolar varlığı olan birey

ile 4 milyon dolar varlığı olan iki kişiyi düşünelim. Bunlara yüzde elli olasılık ile 4 milyon dolara sahip olabilecekleri veya kesin olarak 2 milyon dolara sahip olmaları gibi iki tercih sunulunca varlığı az olanın ikinci tercihi ve varlığı fazla olanın ise birinci seçeneği tercih edeceği muhtemeldir (Kahneman, 2020: 318-319).

Kahneman ve Tversky'nin davranışsal iktisat için oldukça önemli olan diğer çalışmaları ise 1981 yılında "kararların çerçevesi ve seçim psikolojisi" adlı çalışma ile 1986 yılında yayınlanan "rasyonel seçim ve kararların çerçevesi" adlı çalışmalarıdır. Bu çalışmalarda davranışsal iktisadın önemli bir başlığı olan çerçeveleme etkisini açıklamışlardır. Çerçeve etkisi, bireylerin farklı bilgi aktarımı sonucunda duygusal durumunu etkilemesi ve böylece aldığı kararların etkilenmesini açıklamaktadır (Kahneman, 2003: 1449). Kahneman 2003 yılında kaleme aldığı "A Psychological Perspective on Economics" adlı makalesinde iktisat ve psikoloji arasındaki ilişkiyi ilk olarak 1970 yılında keşfettiğini ve bu keşfe Bruno Frey'in raporlarının neden olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bu makalesinde ekonomik aktörlerin bencil, rasyonel ve değişmeyen zevklere sahip olduğunu okuduğunda korktuğunu ve iktisat ve psikoloji arasında birçok doldurulması gereken boşluk olduğunu açıklamıştır. Buna ek olarak 30 yıl sonra yayınladığı makale ile bencillik varsayımında büyük yol kat edildiğini ve ultiatom oyununun da buna destek verdiğini belirtmiştir (Kahneman, 2003: 1462). Kahneman'ın yazmış olduğu "Hızlı ve Yavaş Düşünme" kitabı da davranışsal iktisada farklı bir bakış açısı sunmuştur.

Kahneman'a göre kişiler karşılaştıkları olaylar karşısında beynin sahip olduğu farklı iki tarafından kontrol edilmektedir. Eğer Sistem 1'in etkisi altındaysak içgüdülerimizden etkilenerek hızlı ve otomatik davranış sergilemekteyiz. Bu sistem çaba gerektirmez ve hiçbir istemli denetim içermez. Fakat Sistem 2 etkisi altındaysak temkinli, hesaplar yaparak karar alır ve harekete geçeriz. Yani Sistem 2 bireyleri çaba gerektiren zihinsel işlemlere yöneltir ve bu sistemin işleyişi sıklıkla eylem, seçim ve yoğunlaşmaya ilişkin öznel deneyimlerle ilişkilendirilir (Kahneman, 2020:26-27).Yeni nesil davranışsal iktisat dönemindeki bir diğer önemli isim ise Akerlof ve Kranton'dur. Akerlof ve Kranton 2000 yılında gerçekleştirdikleri "Economics and Identity" adlı çalışmalarında psikolojik, sosyolojik etkiler ile şekillenen kimlik olgusunu incelemişlerdir.

Çalışmalarında kimliğin bireysel etkileşimleri etkileme sürecini basit kuramsal modeller ile araştırmışlardır. Elde ettikleri modelleri yoksulluk, iş bölümü, cinsiyet ayrımcılığı ve dışlama ekonomisinde kullanmışlardır (Akerlof ve Kraton, 2000: 717). Ayrıca

sosyal farklılığın ekonomik kararları etkileyen en önemli faktör olduğunu belirten Akerlof ve Kranton, yapılan analizlere ve kurulan modellerde kimlik analizinin devre dışı bırakıldığını belirtmiştir. Onlara göre bireylerin ekonomik davranışlarındaki en önemli belirleyici kişilerin seçimlerindeki sınırlayıcılarıdır. Bireysel kimlikler; örgütsel davranışları, politik ekonomiyi, şiddet, eğitim, tüketim ve tasarruf davranışlarını, işçi-işveren ilişkilerini ve emeklilik kararlarını da etkilemektedir (Akerlof ve Kranton, 2000: 748).

Akerlof'un diğer çalışması ise etkin ücret teorisi ile ilgilidir. Geleneksel iktisattan farklı olarak etkin ücret teorisini psikolojik tahliller ile açıklamıştır. Akerlof'a göre hediye değişimi teorisi ile, bazı firmalar işçilerden daha iyi bir performans alabilmek için ödenmesi gereken ücretten daha fazla ödemektedirler. Böylece Akerlof psikolojik unsurların ücret ve istihdam üzerinde etkileri olabileceğini belirtmiştir (Eser ve Toıgonbaeva, 2011:300). Vernon L Smith ise yaptığı deneysel analizler ile davranışsal iktisada katkılar sunmuştur. 1962 yılında yayınladığı "Rekabetçi Piyasa Davranışları Üzerine Deneysel Bir Çalışma" ile deneysel iktisadın laboratuvar yöntemlerini uygulamıştır. Çalışmasında alıcı ve satıcı şeklinde iki grup oluşturarak gerçek hayatta ortaya çıkan bir piyasa dengesi oluşturmuştur. Bu piyasada satıcılara fiyat seviyesi belirlemiş ve bu fiyat üzerinden malların satılabileceğini bildirmiştir. Çalışma sonucunda arz ve talep eğrilerini konumun ve piyasa denge fiyat seviyesini hesaplamıştır ve Smith, yaptığı deneylerde etkinliği sağlamak için ödül mekanizmasından faydalanmıştır (Aktan ve Basılğan, 2019:9).

Yeni nesil davranışsal iktisatçılar arasında yer alan Matthew Rabin 1998 yılında "Journal of Economic Literature" isimli dergide psikoloji ve iktisadın ayrılamayacağını belirtmiştir. Rabin "Psychology and Economics" adlı makalesinde de iktisadi analiz yaparken psikolojik faktörlerinde dikkate alınması gerektiğinden bahsetmiştir (Rabin, 1998). Ayrıca Rabin yapmış olduğu çalışmalar ile 2001 yılında Amerikan Ekonomi Kurumu tarafından ödül layık görülmüştür (Sent, 2004, 736). Daha sonra Rabin'in 2002 yılında gerçekleştirdiği "Understanding Social Preferences With Simple Test" adlı çalışma ile klasik iktisadın varsayımlarını yok saymadan bu varsayımlara basit ve açıklayıcı model oluşturmuşlardır (Bruni ve Sugden 2007:150). Yeni nesil davranışsal iktisat başlığı altında belirteceğimiz son bilim adamı ise Thaler'dır. Thaler ortaya koyduğu teorik altyapı ve deneysel bulgular ile davranışsal iktisadın hızlı büyümesini sağlamıştır. Ayrıca ABD'li akademisyen Richard Thaler psikolojik varsayımları ekonomik karar alma süreciyle birleştirerek yapmış olduğu çalışma ile 2007 yılında Nobel komisyonu tarafından ödüle layık

görülmüştür. Bu ödülle birlikte Thaler, iktisat ve psikoloji arasında güçlü bir köprü kurmuştur.

Thaler, tasarruf, piyasa yatırımı, finansal piyasa, karar almaya kadar geniş bir yelpazede çalışmalar yapmıştır. Thaler yaptığı çalışmalar ile davranışsal iktisadın kabul edilmesini hızlandırmış ve bu alanda yapılan çalışmalarında artmasına katkı sağlamıştır (Eser ve Toigonbaeva, 2011: 299-300). Thaler'ın 1980 yılında yayınladığı “Toward a Positive Theory of Consumer Choise” adlı çalışması ve 1985 yılında “Mental Occounting and Consumer Choise” adlı çalışmalar davranışsal iktisattaki asıl katkılarıdır. Thaler bireylerin karar alırken farklı faktörlerden etkilendiklerini ve beklenti teorisi ile zihinsel muhasebe kavramını bir araya getirerek insanların belli kalıplardan dışarı çıkarak düşünmeden karar aldıklarını savunmuştur (Pesendorfer, 2006: 712-721).

Thaler'ın bir başka önemli çalışması ise 1997 yılında yazdığı “Irving Fisher: Modern Behavioral Economics” adlı makalesidir. Bu makalede Thaler zaman tercihi teorisini geliştirmiş ve gelirimize etki eden davranışlara, tasarruflara, beklentilere ve alışkanlıkların tüketim üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışmıştır (Thaler, 1997:439).

Thaler'ın davranışsal iktisada katkılarından biri de 2000 yılında Sendhil Mullainathanla birlikte yaptığı çalışmadır. Bu çalışmada davranışsal iktisadın geleneksel iktisattan ayrın üç temel madde üzerinde durmuşlardır. Bunlardan birincisi sınırlı rasyonellik altında bireylerin sınırlı bilişsel yeteneğe sahip olmalarıdır. Bu durum beraberinde bireylerin karar alırken optimum hedeften uzaklaştırmalarına neden olmaktadır. İkincisi ise sınırlı iradenin bireylerin uzun dönemde çıkarlarına uygun olmayan davranışlar sergilemelerine neden olmasıdır. Üçüncü farklılık ise, bireylerin her zaman maksimum fayda peşinde olmadıkları, başkalarına yardım yapabilmek için kendi çıkarlarından vazgeçebilmeleridir (Mullainathan ve Thaler, 2000:3-5).

Cass R. Sunsteinle birlikte birçok çalışma yapan Thaler 2008 yılında “Dürtme”adlı kitabı yayınlamışlardır. Kitapta iktisadi bireylerin karar alırken önyargı ve bilinçaltındaki yönlendirmelerden etkilendiğinden bahsetmiştir. Bireylerin kararlarını etkileyen kişi ve kurumlara seçim mimarisi ve kararları etkileyen süreç ve politikalara dürtme adını veren Thaler; eğitim, sağlık, finansa, organ bağışı, emeklilik ve yatırım gibi konular üzerinde durmuştur (Thaler ve Sunstein, 2019). Kısacası Thaler davranışsal iktisada yeni pencereler açmış ve bazen duygularıyla hareket ederek rasyonel kararlar veremeyen bireylerin uygulanan dürtmeler ile rasyonel kararlara yönlendirilebileceğini savunmuştur.

Davranışsal iktisada katkı sağlayan farklı bazı çalışmalarda vardır. 1982 yılında “Davranışsal Ekonominin İlerlemesi İçin Toplum” adı altında bir grup kurularak “Journal of Economic Behavior and Organization” ve “Journal of Economic Psychology” isimli dergiler yayınlamışlardır. 1986 yılında “Handbook of Behavioral Economics” adlı kitabı yazan Gilad ve Kaish davranışsal iktisada katkı sağlayan diğer isimlerdir. Camere, Loewenstein ve Rabin ise 2004 yılında “Advances in Behavioral Economics” adlı kitapta davranışsal iktisat ile ilgili yapılan çalışmaları toplamış ve yayınlanmasıyla davranışsal iktisada katkı sağlamışlardır (Sent, 2004: 744). Ayrıca 1985 yılında “The Behavioral Foundations of Economic Theory” adlı konferans serisi başlatılmıştır (Sent, 2004: 744).

2.3. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA KARAR VERME SÜRECİ

Karar vermeler, seçim yapılacak tüm disiplinlerin temelini oluşturmaktadır. Çünkü seçimi etkileyen faktörler, bireylerin karar verdikleri tercihlerdeki aydınlatıcı etkenlerdir. Fakat seçimleri etkileyen faktörler seçimlerin nasıl yapıldığı hakkında yeterli bilgi vermemektedir. Karar verme modelleri bizlere, bu faktörler ile seçim eylemi arasındaki ilişkiyi ortaya koymada yarar sağlamaktadır (Kaplan, 2004:45). Karar verme süreçleri geleneksel iktisat ve davranışsal iktisatta farklı açılardan incelenmiş ve ortaya farklı sonuçlar koyulmuştur.

Ana akım iktisat bireylerin karar verme süreçlerini açıklarken rasyonel olduklarını belirtmiştir. Fakat bireylerin davranışlarını açıklama noktasında yetersiz kalmıştır. Ana akım iktisat rasyonel davranış, bireylerin seçimi gerçekleştirirken kendileri için maksimum faydayı sağlayacak tercihe yönelmesi olarak açıklamaktadır. Fakat rasyonellikten uzaklaştıran duygular, beklentiler, psikolojik nedenler ve sezgiler altında seçim yapan bireyler, her zaman en iyi seçeneği bulamayabilir veya bilsalar da tercih etmeyebilirler. Bu neden bireyler her zaman rasyonel tercih yapamaz bunun yerine sınırlı rasyonellik gösterebilirler (Çekiç, 2016:71). Davranışsal iktisatta ise bireylerin farklı zamanlarda veya farklı koşullarda, farklı tepkiler verebileceği belirtilmektedir. Davranışsal iktisatçılar, bireylerin davranışlarını etkileyen psikolojik etkenler ile birlikte tasarruf, yatırım ve harcama gibi süreçleri de analiz ederek birey davranışlarını incelemektedir (Katona ve Harris, 1978:14). İşte bu noktada geleneksel iktisadın yerini davranışsal iktisat almakta ve karar verme sürecinde tercihlerimizi etkileyen psikolojik ve sosyolojik faktörleri açıklamaktadır. Böylece geleneksel iktisadın açıklamakta eksik kaldığı noktalar tamamlanmaktadır.

2.3.1. Belirsizlik ve Risk Altında Karar Verme Süreci

Frank Knight yaptığı çalışmada ilk olarak belirsizlik ve risk kavramlarını açıklamıştır. Knight açıklamasında risk ve belirsizlik arasındaki farkları ortaya koyarken gelecekteki bilinmezliklerin ölçülüp ölçülmediğinden yola çıkmıştır. Belirsizlik gelecekle ilgili ölçülemeyen bilinmezliklerken, risk ise geleceğe yönelik alternatiflerle ilgili olasılık dağılımlarının bilindiği bir durumdur (Knight, 1921:11). Knight'ın çalışmalarından sonra Ellsberg, risk ve belirsizlikle ilgili çalışmalar yürütmüştür. Ellsberg iki kavram arasındaki ölçülebilirlik üzerinde durmuş ve risk ve belirsizlik arasındaki temel farklılıkları ortaya koymuştur. Ellsberg'e göre tüketiciler satın almak istedikleri mal ve hizmetlerde sağlayacakları faydayı sıralayabiliyorlarsa eğer bilinmezlik ölçülebilir denmektedir. Yani tüketici kararını risk altında vermiştir. Fakat tüketici satın aldığı mal ve hizmetten elde ettiği faydayı sıralayamıyorsa tüketici kararını belirsizlik altında vermiştir. Buna ek olarak Ellsberg, rasyonel davranış sergileyen bireylerin karşılaştıkları tüm belirsizliklerin riske indirgenebileceği görüşündedir (Ellsberg, 1961, 643-645). Belirsizlik ve risk kavramlarının daha iyi anlaşılması için örnek vermek gerekirse adil kumar oyunlarından bahsedebiliriz.

Adil kumar oyunları içerisinde riski barındıran oyunlardır. Çünkü olasılık dağılımının hesaplanabilmesi mümkündür. Adil olmayan kumar oyunları ise olasılık dağılımının bilinmemesi nedeniyle içerisinde belirsizlik barındırmaktadır. Adil kumar oyununa yazı tura oyunu örnek olarak verilebilir. Çünkü %50 olasılıkla yazı gelirken %50 olasılıkla tura gelmektedir. Sonucun belli olmadığı ve kasanın kazandığı oyunlar ise adil olmayan kumar oyunlarına örnek olarak verilebilmektedir (İğdeli ve Sever, 2018:9-10).

Ekonominin merkezinde olayların olasılıklarını yargılamak yer almaktadır. Örneğin, ekonomik kriz sürecinde işimi kaybedecek miyim, merkez bankası faizleri düşürecek mi, gibi birçok sorun günlük hayatta aklımıza gelmektedir. Bu soruların cevapları sadece olasılıkların değerlendirilmesiyle verilebilmektedir. Bu nedenle geleneksel iktisatta olasılık değerlendirmeleri için istatistiksel örneklemeden yararlanılmıştır (Camerer ve Loewenstein, 2004:9). Verilen bu örneklerden de anlaşılabilir gibi alınan kararlar çoğunlukla belirsizlik altında verilmektedir. Geleneksel iktisatta belirsizlik altında alınan kararlar için Von Neuman ve Morgenstein tarafından ortaya koyulan ve son hali 1953 yılında Savage tarafından yapılan beklenen fayda teorisinden yararlanılmıştır. Bu teoriyi açıklamada toplam fayda ön planda tutulmuş ve iktisadi bireylerin davranışları da toplam faydayı maksimize etme arzuları ile açıklanmaya çalışılmıştır (Gümüsoğlu ve Özdemir, 2007:290). Literatür

incelendiğinde karar verme sürecinin iki temel mekanizması olduğunu görmekteyiz. Bunlar; beklenen fayda teorisi ve beklenti teorisidir.

2.3.2. Geleneksel İktisatta Karar Verme Süreci: Beklenen Fayda Teorisi

Geleneksel iktisadın ortaya attığı varsayımlar 20. Yüzyılın sonuna kadar etkinliğini korumuştur. Bu süreçte karşılaşılan her problem karşısında öneri olarak hep rasyonel çözümler üretilmiştir. Geleneksel iktisattaki insan modeli rasyonel olan seçenekler arasında optimal olanı seçen kişidir. Dolayısıyla beklenen fayda teorisi rasyonel insan modelini temel alarak bu dönemde önem kazanmıştır (Tomak, 2009: 148). Beklenen fayda teorisi 1944 yılında Neumann ve Morgenstern tarafından dile getirilen bir kavramdır. Neumann ve Morgenstern'in yaptığı çalışma birçok araştırmaya öncülük etmiştir.

Beklenen fayda teorisine göre rasyonel karar verme sürecinin altı özelliği bulunmaktadır. Birincisi alternatiflerin belirlenmesidir. Başka bir ifadeyle alternatif seçenekler eşit olmadığı taktirde seçenekler arasında önem derecesine göre tercih sıralaması yapılmamalıdır. İkincisi ise baskınlıktır. Baskınlıkta bireyler seçenekler arasındaki en baskın olanına yönelmektedirler. Üçüncüsü ise iptal etmedir. Bu maddede karar vericilerin karar anında aldıkları riskler eşit olduğunda, seçenekler değerlendirilirken sonuçlara bakılmamalıdır. Ayrıca alternatifler arasındaki ortak noktalar karar verirken değerlendirilmelidir. Dördüncü madde ise geçişli değildir. Buna göre tüm tercihler geçişlidir. Örneğin bir kişi A sepetini B sepetine, B sepetini de C sepetine tercih ediyorsa geçişli olma şartı neticesinde A sepetini C sepetine tercih etmelidir. Beşinci özellik ise devamlılık durumudur. Devamlılık durumunda herhangi bir oyunda eğer getirisi en yüksek seçeneğin kazandırma olasılığı yüksek ise, bu seçenek kesin ama orta derecede getiriye sahip bir sonuca tercih edilmelidir. Sonuncu madde ise değişmezliktir. Bu özelliğe göre alternatiflerin sunuluş biçimlerinin bireylerin tercihleri üzerinde bir etkisi olmamasıdır (Kökdemir, 2003:7-8).

Neo klasik iktisadın belirsizlik altında karar alma sürecini açıklayan beklenen fayda modeli aşağıda gösterildiği şekilde formüle edilmiştir. Denklemde (π_i); x_i sonucunun gelme olasılığını, $u(x_i)$ ise x_i sonucunu elde etmenin faydasını göstermektedir. Beklenen fayda teorisinde bireyler, olası çıktıları, gerçekleşme olasılıklarına göre ağırlıklandırmaktadırlar (Camerer, 1999: 10575)

$$BF \text{ (Beklenen Fayda)} = \sum \pi_i u(X_i) \quad (1.1)$$

Belirsizlik durumunda olayların gerçekleşme ihtimali hesaplanırken Bayes Kuralından faydalanılmıştır. Bu kurala göre bireyler, beklenen faydalarını hesapladıkları olasılıklar ile olaylardan elde edeceği kazançları çarpıp hesaplamaktadırlar. Beklenen fayda teorisine göre bir birey tercih yaparken faydasını maksimum seviyeye çıkaracak seçeneği tercih eder ve fayda sağlamayacak seçeneklerden uzak durur (Neumann ve Morgenstern, 1953: 31-47). Aslında yapılan çalışmalar ile risk ve belirsizlik altında alınan kararları açıklamada beklenen fayda teorisi oldukça yaygın bir halde kullanılmıştır. Kahneman ve Tversky'nin yapmış oldukları çalışmaları inceleyecek olursak oldukça önemli noktalara değindiklerini görmekteyiz.

Kahneman ve Tversky'nin yapmış oldukları deneyde katılımcılara iki problem sunmaktadırlar. 1. Problemden A ve B seçeneklerinden birini 2. Problemden ise C ve D seçeneklerinden birini seçmeleri söylenmektedir. Problemlerin ikisine de 72 kişi katılmıştır.

Problem 1: Kazanç durumunda riskten kaçınma

A: 2500 frank kazanç, olasılık 0.33

B: 2400 frank kazanç olasılık 1.0

2400 frank kazanç; olasılık 0.66

0 kazanç; olasılık 0.01

Problem 1'de 72 katılımcının %18'i A seçeneğini ve %82'si B seçeneğini tercih etmiştir.

A seçeneğinin beklenen faydası: $(2500 \cdot 0,33) + (2400 \cdot 0,66) + (0 \cdot 0,01) = 2409$

B seçeneğinin faydası: $(2400 \cdot 1,0) = 2400$

Eğer katılımcılar beklenen fayda teorisine göre tercih yapsalardı A seçeneğinin beklenen faydası B seçeneğinin beklenen faydasından büyük olduğu için çoğunlukla A seçeneği seçilecekti. Fakat A seçeneğinde 0.01 olasılıkla hiçbir şey kazanmama olasılığı bireylerin riskten kaçmasına yol açmıştır. Bu nedenle çoğunluk B seçeneğine yönelmişlerdir. Çünkü bireyler kazanç durumundan riskten uzak dururlar.

Problem 2: Kesin kazanç olmaması nedeniyle risk alma

C: 2500 frank kazanç, olasılık 0.33

D: 2400 frank kazanç, 0,34

0 kazanç; olasılık: 0.67

0 kazanç; olasılık: 0.66

C seçeneğinin beklenen faydası: $(2500 \cdot 0,33) + (0 \cdot 0,67) = 825$

D seçeneğinin beklenen faydası: $(2400 \cdot 0,34) + (0 \cdot 0,66) = 816$

Problem 2’de 72 katılımcıya sorulan problem 2’ de katılımcıların %17’ si D seçeneğini ve %83’ ü C seçeneğini tercih etmişlerdir.

Problem 2’deki C ve D seçeneklerinin beklenen faydalarına bakıldığında, C seçeneğinin beklenen faydasının D seçeneğinden fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların birçoğu da C seçeneğini tercih etmiş olması beklenen fayda kuramını desteklemektedir. Fakat problem 1’de katılımcıların A seçeneğini daha az tercih etmeleri, problem 2’de D seçeneğinin daha fazla tercih edilmesi yönünde beklentiler oluşturmuştur. Kahneman ve Tversky’e göre bu durum “kesinlik etkisidir”. Bu doğrultuda bireylerin kesin olan tercihlere yöneldikleri söylenebilir (Kahneman ve Tversky, 1979: 263-265). Kahneman ve Tversky sadece kazançlar ile ilgili değil kayıplar ile ilgili de çalışmalar yapmıştır. Kayıpları (-x) ifadesini kullanarak ifade etmişlerdir. Bu duruma da yansıma etkisi demişlerdir. Bu duruma aşağıdaki tabloda örnek verilmektedir. Çalışmaya 95 denek katılmıştır (Kahneman ve Tversky, 1979: 267-268).

Problem 3: Kesin kayıp durumunda risk alma

A: (-4000) frank kayıp, olasılık:0.2

B: (-3000) frank kayıp kesin olasılık

0 kayıp, olasılık:0.80

Katılımcıların %92’ si A seçeneğini tercih ederken, %8’ i B seçeneğini seçmiştir.

A seçeneğinin beklenen faydası: $(-4000 \cdot 0,2) + (0 \cdot 0,8) = -800$

B seçeneğinin beklenen faydası: $(-3000 \cdot 1,0) = -3000$

B seçeneğinin beklenen faydası A seçeneğinden küçüktür ve katılımcıların çoğu A seçeneğinin tercih etmişlerdir. Bu durum katılımcıların beklenen fayda teorisi ile hareket ettiklerinin göstermiştir. Fakat kazançlarda risk almaktan kaçınan denekler kayıplarda riske yönelmişlerdir.

Kahneman ve Tversky’nin yapmış olduğu bir başka çalışma ise olasılıklı kayıp durumunda en iyi tercihe yönelme durumudur. Çalışmaya 95 denek katılmıştır.

Problem 4: Olasılıklı kayıpta en iyi tercihe yönelme

C: (-4000) frank kayıp, olasılık 0.2

D: (-3000) frank kayıp, 0,25 olasılık

(%42)

(%58)

Katılımcıların %42’si C seçeneğini ve %58’i D seçeneğini tercih etmiştir.

C seçeneğinin beklenen faydası: $(-4000 \cdot 0,20) = -800$

D seçeneğinin beklenen faydası: $(-3000 \cdot 0,25) = -750$

C seçeneğinin beklenen faydası D seçeneğinin beklenen faydasından küçüktür. Katılımcıların çoğu D seçeneğini tercih etmiştir. Bu durumda beklenen fayda teorisini desteklemektedir. Fakat problem 3'teki A seçeneği ile problem 4'teki C seçeneği aynı şeyi ifade etmesine rağmen A seçeneğini tercih etme oranı C seçeneğini tercih etme oranından oldukça fazladır. Bu durumu bireylerin kesin olarak kayıptan kaçınmaları şeklinde açıklayabiliriz.

Bu çalışmalar göstermektedir ki yapılan tercihlerde etkili olan durumlar kazanma ve kayıp durumlarıdır. Yani yapılan tercihler beklenen fayda hesabına göre yapılmamaktadır. Ayrıca her durumda beklenen fayda teorisinin etkili olmadığı ve bu teoride sapmalar olabileceği ortaya konulmuştur.

Zamanla beklenen fayda teorisini yapılan eleştiriler artmış ve Kahneman ve Tversky beklenen fayda teorisini sistematik bir yaklaşımla incelemişlerdir. Bu incelemeler neticesinde bireylerin irrasyonel tercihlerine açıklama getiren beklenti teorisi ortaya konulmuştur. Bu teori bir eleştiri olmaktan öte beklenen fayda teorisine yeni bir boyut kazandırmıştır (Kahneman ve Tversky, 1979:263). Beklenen fayda teorisi yerine bir alternatif olarak geliştirilen beklenti teorisi, risk ve belirsizlik altında karar vermeyi açıklamayı hedefleyen diğer bir teoridir.

2.3.3. Karar Verme Sürecinde Modern Yaklaşımlar: Beklenti Teorisi

Ekonomi ve finans alanında oldukça önemli yere sahip olan beklenen fayda teorisi, 1950'li yıllardan sonra eksik ve hatalı olduğu belirtilmiş ve ciddi bir şekilde eleştirilmiştir (Aksoy ve Şahin, 2015:9). Davranışsal iktisat ve davranışsal finansın temellerini atmasıyla ünlenen Kahneman genellikle psikolog arkadaşı olan Tversky ile, belirsizlik altında karar verme ve insan yargıları üzerine yapmış olduğu çalışma ile Nobel ödülüne layık görülmüştür, Aslında bu Nobel ödüllü çalışmalarının ilk yansımaları 1979 yılındaki "Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Verme" adlı eserlerine dayanmaktadır.

Beklenti teorisinde bireyler karar verirken değer fonksiyonunu kullanılmaktadır ve beklenti teorisi aşağıdaki gibi formüle edilmektedir.

$$\text{Beklenti teorisi: } \sum w(p_i) * v(x_i - r) \quad (2.2)$$

Formülde yer alan w parametresi, kişiden kişiye değişen p_i olasılıklarını ağırlandırmak için kullanılmaktadır. X_i faydayı gösterirken r ise referans noktasını göstermektedir. $V(x_i-r)$ ise bireylerin referans noktasına göre algıladığı faydayı göstermektedir (Colin ve Loewenstein, 2004: 148).

Beklenti teorisi göre parasal sonuçlar ve olasılıklara karşı basit beklentiler için geliştirilmiş fakat çok tercihli modellerle genişletilmiştir. Kahneman ve Tversky'e göre beklenti teorisi karar alma sürecindeki iki evreyi birbirinden ayırmaktadır. İlk evre önerilen beklentilerin ilk analizini kapsamakta ve bu evrede beklentiler daha basit olarak gösterilmektedir. İkinci evre ise değerlendirmenin izleyen evresidir. Bu evrede vurgulanmış beklentiler değerlendirilir ve en yüksek beklenti seçilir (Kahneman ve Tversky, 1979:274). Yaptıkları çalışmalar ile iktisat literatürüne yeni bir bakış açısı kazandıran Kahneman ve Tversky, karar alma mekanizmalarını inceleyen araştırmacılara, gerçek hayattaki karar alma mekanizmalarının anlaşılmasında yardımcı olmuşlardır. Ayrıca kendileri tarafından ortaya atılan beklenti teorisini yine kendileri geliştirmiş ve "Kümülatif Beklenti Teorisi" adını vermişlerdir. Kümülatif Beklenti Teorisinde belirsizlik altında karar almanın yanında risk altında karar almanın aşamaları da detaylı bir şekilde analiz edilmiştir (Tversky ve Kahneman, 1992: 297).

Beklenti teorisi ile ilgili diğer önemli bir çalışma ise Köszegi ve Rabin tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada bireylerin kazanç ve kayıp durumlarında nasıl düşündüklerini netleştirmek hedeflenmiştir. Çalışmalarında iktisatta beklenti teorisini uygulamak için farklı bağlamlarda hem disiplinli hem de portatif olduklarını iddia eden bir çerçeve önermişlerdir. Farklı unsurları barındıran bu çerçevenin en önemlisi bireylerin kazanç ve kayıplarını hesaplamak için kullandıkları referans noktasının beklentiler veya inançların yakın geçmişteki sonuçlarıyla ilgili olduğudur (Barberis, 2013: 179).

Beklenti teorisinin varsayımları dikkate alındığında bireylerin davranış şekillerinin iki şekilde ortaya çıktığını görmekteyiz. Birincisi, bireylerin verdikleri kararlarda duyguları olumsuz bir etkiye neden olabilmektedir. İkincisi ise rasyonel karar alınmasını zorlaştıran bilişsel önyargılar adı verilen durumdur. Beklenti teorisi, bireylerin karar süreçlerinde, kararların sonuçlarından ziyade potansiyel kayıp ve kazançlarına yükledikleri değerleri dikkate aldıklarını belirtmektedir (Tekin, 2016:92-93).

Sonuç olarak beklenen fayda teorisi ve beklenti teorileri incelendiğinde beklenti teorisinin beklenen fayda teorisine göre risk altında alınan kararlarda daha net sonuçlar

verdiği söylenebilir. Ayrıca beklenti teorisinde bireylerin öznel değerlendirmede bulunduklarını ve bireyler karar alırken çevresel yönlendirmelere açık olduğu da yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır.

2.4. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA KULLANILAN YÖNTEMLER

Davranışsal iktisat gözlem ve deneylere dayanması yönüyle geleneksel iktisattan farklılık göstermektedir. Davranışsal iktisatta çalışmalar ortaya koyulurken daha doğru ve anlaşılabilir sonuçlar elde etmek için ana akım iktisadın yararlandığı yöntemler yanı sıra farklı birkaç yöntemde kullanılmaktadır. Bu yöntemlerin başında deneyler gelmektedir. Bu deneyleri üç başlık altında inceleyebiliriz. Bunlar; laboratuvar deneyleri, saha deneyleri ve çevrimiçi deneylerdir. Davranışsal iktisat çalışmalarında kullanılan deneylerde ise oyun teorisi karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde çoğunlukla kullanılan oyunların ültimatom, diktatör, güven ve kamu malı oyunu olduğu görülmektedir.

2.4.1. Deneyler ve Oyun Teorisi

Davranışsal iktisat çalışmalarında genellikle daha doğru sonuçlar elde edildiği ve yeterli bir gözlemlemeye imkân sağladığı için deneysel yöntemlere ağırlık verilmektedir. Fakat deneysel analizlerin yanı sıra anket yöntemi de oldukça tercih edilmektedir.

Deneysel yöntemler iktisadi bireylerin davranışlarının açıklanması konusunda diğer yöntemlere göre daha fazla yardımcı olmaktadır. Deneysel iktisat alanında çalışma yapanlar, temel araştırma aracı olarak deneyleri işaret etmektedirler (Camerer ve Loewenstein, 2004: 8). Deneysel yöntemin temel özelliği karar vericilerin kontrollü bir ortamda gerçekleştirdikleri kararlarını incelemesidir. Deneyler, oyunun kuralına bağlı olarak bir karar datası elde eder ve datayı piyasa simülasyonuna dönüştürür. Deneysel iktisat veri analizi açısından ana akım iktisada göre oldukça pratiktir (Neyse, 2011:34). Ayrıca homo economicus ve ceteris paribus gibi iki önemli varsayımın kabul edildiği ortamda gerçekçi bir yaklaşıma ulaşmanın yolu deneysel yöntem kullanmak ile sağlanacaktır. Deneysel iktisatçılar normatif modellerde ortaya çıkan anomalilerden yola çıkarak bu varsayımları yok sayar (Obergruber ve Hrubcova, 2016: 483). Davranışsal iktisatta kullanılan deneysel yöntemler genellikle laboratuvar, saha ve çevrimiçi deney yöntemleridir.

Laboratuvar deneylerinin iktisat alanında kullanılmaya başlaması 1960' lı yıllara dayanmaktadır. Bu yıllardan sonra artık iktisat deneylerinde uygulanacak teknikler konusunda önemli gelişmeler meydana gelmiştir. İktisatçılar, yapılan çalışmalarda

laboratuvar deneylerini kullanarak gerçek bir ortamda nasıl karar aldıklarını inceleme ve ortaya atılan teorileri test etme imkânı elde etmişlerdir. İktisatta yapılan laboratuvar deneyleri genellikle denge, fiyat teklifleri gibi farklı piyasa yapılarına yönelik teorileri incelemeye yönelik yapılmıştır (Basılğan, 2015:53). Laboratuvar deneylerinin ideal şekilde yapılması için bir bağımlı ve bir bağımsız değişken bulunur ve bu iki değişken arasındaki ilişki yorumlanır.

İktisadi çalışmalarda kullanılan laboratuvar deneylerinin avantajları yanında dezavantajları da bulunmaktadır. Avantaj yönü, istatistiksel analizlere göre daha kolay olması ve doğru bilgiler içermesidir. Dezavantajı ise, deney yapılma sürecinin zor olmasıdır. Deneyi yapacak kişinin, hazırlık sürecinde oldukça dikkatli davranması ve denekleri motive edici unsurlar bağımlı ve bağımsız değişkenlere göre uyumlu hale getirilmelidir (Obergruber ve Hrubcova, 2016: 483). Diğer deney yöntemi olan saha deneylerinin öncüsü Chicago Üniversitesi'nden John A. List'tir. Saha deneyleri, laboratuvara göre kontrolün önemli ölçüde kaydedildiği, deneklerin birbiriyle iletişiminin çoğu zaman mümkün olduğu fakat deneklerin doğal ortamlarında olması nedeniyle davranışları daha iyi gözlemlenen bir yöntemdir (Carpenter vd., 2005: 1-2). Özellikle gerçek hayattan minimum düzeyde yalıtım sağlaması ile önem kazanan saha deneylerinin en büyük problemi, laboratuvar deneylerinin aksine birçok alanda tekrarlanabilme durumunun düşük olmasıdır. Saha deneylerinin başka bir dezavantajı ise aynı ortamın tekrar tekrar sağlanmasında yaşanan zorluklardır. Ayrıca farklı kültürlerde ne tür tepkilerin alınacağını belli olmaması da tartışılan başka bir durumdur (Akın ve Urhan, 2009: 7). Diğer deney yöntemi ise çevrimiçi deney yöntemidir. Çevrimiçi deneyler saha deneylerinin doğal ortamını korurken, laboratuvar ortamının da kısıtlardan dolayı az olan gözlem sayısını aşabilmektedir. İnternetin yaygın olarak kullanılması ile gelişimi hızlanan bu yöntemde yüzlerce deneye ulaşabiliyor ve gözlem yapma imkânı sağlanabiliyor. Çevrimiçi deneyler ile yapılan çalışmalara bakıldığında özellikle kamusal mal oyununun ve ihale teorisinin uygulandığı görülmektedir. Çevrimiçi deneylerin başka bir özelliği ise kontrollü laboratuvar ortamlarında alınan sonuçların, örneklemin artırılmasına olan hassasiyetini de karşılamasıdır (Akın ve Urhan, 2005: 8). İlerleyen bölümlerde bu deney yöntemlerinden daha detaylı bir şekilde bahsedilecektir.

Deneysel iktisadın kurucusu olarak bilinen V. Smith'in kontrollü laboratuvar ortamlarında yapılan çalışmalarının amaçlarını altı madde şeklinde sıralamıştır. Birincisi Bir teoriyi incelemek veya teoriler arasında ayırım yapmak, ikincisi başarısız sonuçlar veren bir

teorinin neden başarısız olduğunu araştırmak, üçüncüsü, yeni bir teoriyi baz almak için ampirik uygunluk sağlamak, dördüncü amaç çevreyi karşılaştırmaktır, beşinci amaç politik önermeleri değerlendirmek ve son amaç ise kurumsal veya piyasa tasarımlarında zemini sağlamaktır. Günümüzde kontrollü laboratuvar ortamlarında birçok insanın davranışları incelenmekte ve elde edilen sonuçlar genel teorilerde kullanılmaktadır (Şeniğne, 2011: 87-88).

Smith birçok laboratuvar araştırmaları yapmış ve bu araştırmalarda sürpriz sonuçlar elde etmiştir. Örneğin Smith çalışmasıyla alıcı ve satıcıların ellerinde, karşılarındakinin strateji ve tercihleri konusunda sınırlı bilgi bulunduğu piyasanın daha etkin çalışacağını göstermiştir. Elde edilen bulgular arasında en şaşırtıcı olanı piyasadaki alıcı ve satıcıların karşılarındakinin stratejilerinin bilmelerindense daha az bilgili oldukları durumun iyi sonuçlar vermesidir. Simon böylece bireylerin sadece kendi gereksinimleri hakkında bilgi sahibi olmalarının piyasalar için daha pozitif sonuçlar doğurduğu bilgisine ulaşmıştır. Laboratuvar çalışmaları sonucu Smith'in ortaya koyduğu başka önemli bir durum ise, hisse senedi piyasalarının fazla etkin çalışmamasının, bu piyasalarda görülen iniş ve çıkışların, zaman zaman bireylerin ve piyasaların rasyonel davranmamalarıdır (Soydal, 2010: 117-118). Günümüzde deneysel iktisat kurulan laboratuvarlar ve yapılan çalışmalarla birlikte literatürde önemli bir yer edinmiştir. Dünya çapında kurulan laboratuvarlar akademisyenler ve enstitüler tarafından kullanılmakta ve yapılan çalışmalarla önemli bulgular elde edilmektedir. Böylece laboratuvar deneyleri kendi kuralları ve standartları olan bir davranışsal iktisat aracı olmuştur. Davranışsal iktisat alanında faydalanılan başka bir alan ise oyun teorisi olmuştur. Oyun teorisi kurguladığı oyunlarla yapılan deneylerin bel kemiğini oluşturmaktadır.

Oyun teorisi, belirlenen hedeflere ulaşmak isteyen rasyonel taraf veya karar vericilerin bulunduğu sistemi inceleyen matematiksel bir karar verme yöntemidir (Myerson, 1991:1). Başka bir ifadeyle oyun teorisi, oyuncunun faydasını maksimum yapmak için vereceği kararda, rakibinin davranışlarının önemli olduğu stratejik karar verme sürecinin matematiksel yöntemlerle incelenmesidir. Bu süreçte rakipler birbirlerine bağımlı olmak zorundadır ve karar alırken rakibin davranışlarını göz önünde bulundurup bunların sonucuna göre hareket etmek gerekmektedir. Stratejik oyun olarak belirtilen bu durumda taraflar oyuncu olarak adlandırılmaktadır. Bu oyunlarda oyuncuların alacakları kararlar rakiplerini etkilemektedir. Bu yüzden oyuncuların kendi kararlarını verirken rakiplerinin davranışlarını

tahmin etmeleri oldukça önemlidir. Eğer karar alacak oyuncunun elinde rakibiyle ilgili tam bilgi söz konusu değilse, rakibin neler yapabileceği hakkında tutarlı tahminler yapması gerekmektedir (Bierman ve Fernandez, 1998: 4). Rasmussen ise oyun teorisini aldıkları kararların birbirlerini etkilediğini bilen oyuncuların faydalarını maksimum yapmak için gerçekleştirdikleri stratejileri matematiksel olarak inceleyen bir alan olarak belirtmektedir (Rasmussen, 2006: 10). Davranışsal iktisat açısından yapılan deneylerde kullanılan oyunlar genellikle diktatör, ültimat, güven ve kamu malı oyunudur.

Diktatör oyunu: Bu oyunda belirli bir miktardaki ödül diktatör olarak belirlenen deneğe verilir ve diğer deneğe pay edilmesi gerektiği söylenir. Diktatör oyunu bireylerin bencil davranacaklarına ilişkin varsayımı test etmek için kurgulanır. Bu oyunda diktatör dışındaki denekler pasif bir rol üstlenmektedirler (Bolton vd. 1998: 269-270). Ayrıca diktatör oyununda teklif eden deneğin teklifini teklifi alan denek kabul etmek zorundadır. Diktatör oyunu oynanırken aslında beklenen durum diktatör olan deneğin verilen ödülün tamamını kendine saklaması veya sosyal etkiler nedeniyle az bir miktar da olsa diğer deneğe ödülünden pay vermesidir (Henrich vd. 2005:810).

Ültimat Oyunu: Bu oyunda diktatör oyunundan farklı olarak teklif sunulan denek teklifi reddetme şansına sahiptir. Fakat teklif sunulan denek eğer yapılan teklifi reddederse iki tarafta ödül kazanamamaktadır. Bu nedenle teklif sunan deneğin ültimat oyununda daha cömert davranacağı düşünülmektedir (Bolton vd., 1998: 271). Camerer deneysel iktisat uygulamalarındaki oyun teorisi türlerini açıkladığı çalışmasında ültimat oyununu şöyle açıklamıştır. Ültimat oyununu gerçek hayatta birbirini tanımayan iki deneğin karşı karşıya getirildiği ve deneklerden birine verilen paran istediği kadarını diğer deneğe teklif etmesiyle gerçekleşen oyundur (Camerer, 2003: 8).

Güven Oyunu: Güven oyununu ilk olarak J. Berg, J. Dickhaut ve K. McCabe tarafından ortaya atılmıştır. Bu oyun rastgele seçilmiş iki oyuncu arasında tek seferde oynanmaktadır. Oyunda, birinci denek yatırımcı pozisyonunda olur ve 10 dolar verilir ve bu paranın isterse hepsini isterse bir miktarını diğer deneğe vermesi söylenir. Her iki durumda da paranın bölüşüleceği kişi birinci deneğin verdiği paranın üç katını alır ve isterse bu tutarın bir miktarını, tamamını yatırımcı pozisyonundaki deneğe geri verir veya hiçbir paylaşımda bulunmaz. Fakat birinci oyuncu, ikinci oyuncunun üçlü miktardan kendisine hiç para vermeyeceğini düşünürse ilk aşamada paranın tamamını göndermektense belirli bir miktar gönderir. Bu oyun denekler arasında karşılıklı bir güven gerektirdiği için, güven oyunu adını

almıştır. Yatırımcı tarafından gönderilen miktar ve ikinci denek tarafından geriye verilen miktar güvenilirliği göstermektedir. Çalışmalar incelendiğinde genellikle ilk oyuncunun yarısını karşı tarafa verdiği ve ikinci oyuncunun da genellikle gönderilen miktarı iade ettiği görülmüştür (Houser ve McCabe, 2009: 57).

Kamu Malı Oyunu: Kamu malı parklar, köprüler, dinlenme yerleri, orman su, hava, şehir içi ve şehir dışı yollar gibi tüm toplumun kullanımına açık olan tükenmeyen mallar olarak tanımlanabilir. Bu oyunda ise bu tip malların bireyler tarafından üretimini laboratuvar ortamına basitçe yansıtan oyundur.

Belirlenen denek grubuna, kendilerine verilen bütçeler doğrultusunda kamusal ve özel mallar için yatırım yapmaları söylenir. Eğer yatırım özel mallara yapılırsa birim başına kazanç sağlanmaktadır, fakat kamusal mala yatırım yapılırsa elde edilecek getiri, grubun ilgili mala yaptığı toplam yatırım tutarı ve belirli çarpanlar çerçevesinde belirlenmektedir. Kamu malı oyunundaki amaç bireylerin davranışlarında bedavacılığın etkisinin olup olmamasının belirlenmesidir (Andreoni, 1988, 292). Başka bir ifadeyle sadece iki kişi değil grup halinde oynanan bu oyunda, tüm oyuncular, ellerindeki para miktarından bir kısmını ortak bir havuza vermek için teklifte bulunmaktadırlar. Oyunun sonunda havuzdaki toplam tutarın birkaç katı bir miktar arttırılarak tüm oyunculara eşit şekilde dağıtılmaktadır (Akın ve Urhan, 2015:265). Bu oyunda tüm denekler için en faydalı şey bireylerin ellerindeki tüm kaynağı kamu malına yani ortak havuza aktarmasıdır. Fakat oyunda etkili olabilecek bedavacılık sorunu vardır. Bedavacılık; standart kurulumla kamu malına katkıda bulunan bir oyuncunun diğer oyuncuların katkısı karşısında en iyi tepkisi kamu malına katkıda bulunmamaktır. Çünkü ortak havuza bulunulacak katkının oyuncuya getireceği bireysel fayda, yapılan katkının maliyetinden düşük olacağı için ortak havuza katkıda bulunmamak daha avantajlı olacaktır. Tüm oyuncular bedavacılığın etkisinde olabileceği için, kimsenin kamu malının üretimi için katkıda bulunmaması oyunun öngörüsü olmaktadır (Saral, 2015: 44).

2.5. DAVRANIŞSAL İKTİSADA KATKI SAĞLAYAN DİĞER DİSİPLİNLER

Davranışsal iktisat tüketici davranışlarını incelerken bizlere ekonomi yanında psikolojik faktörlerinde ön planda tutulması gerektiğini göstermektedir. Davranışsal iktisat, ekonomi ve psikolojinin birlikte ele alınması gibi görünse de aslında içerisinde birçok bilim dalı barındırmaktadır.

Değişen Dünya ile teknolojik ve bilimsel gelişmeler yaşanmış ve bilim dalları arasındaki fikir alışverişi ve iş birliği artmıştır. Bu gelişme disiplinler arası çalışmaya ve yeni disiplinlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece ana akım iktisat geleneğini sürdürürken davranışsal iktisat aracılığıyla, psikoloji, sosyoloji, sinir bilimi, endokrinoloji ve antropoloji gibi alanlardan yararlanmaya başlamıştır (Çakar ve Neyse, 2015:400). Ana akım iktisatta gerçeklikten uzak homoeconomicus kavramı artık psikoloji, sosyoloji ve antropolojiye dayalı gerçekçi bir iktisadi kişilik olarak ortaya çıkmıştır (Beaudreau, 2012:222).

Davranışsal iktisada katkı sağlayan diğer bilim dallarının başında psikoloji gelmekte ve bunu sosyoloji takip etmektedir. Sosyoloji, iktisadi olayların yorumlanabilmesinde baş aktör olan insan ögesinin toplum içindeki davranışları ve bireysel davranışları açıklamada yol göstericidir. Sosyolojik açıdan bakıldığında toplum içerisindeki her birey ayrı ayrı oldukça önem arz etmektedir. Çünkü toplum yapısı belirlenirken öncelikle bireylerin sosyolojik yönlerinin incelenmesi gerekmektedir. Toplumsal yapının şekillenmesinde, ırk, aile içerisindeki ilişkiler, yaş, cinsiyet, dinsel yaklaşım gibi durumlar etkilidir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda aslında sosyolojinin toplumun örneklemini oluşturmak amaçlı bireyleri ele aldığı görülmektedir (Giddens, 2012:38). Bazı düşünürlere göre davranışsal iktisadın alt dalı olarak görülen nöroiktisat ve deneysel iktisatta davranışsal iktisadın gelişiminde oldukça etkili olmuşlardır.

İktisadi ajanların karar alırken aslında rasyonel olmadıkları ve aslında bulundukları ortamdan ve kendilerinin yarattıkları psikolojik faktörlerden etkilendiklerinin ortaya çıkmasıyla birlikte nöroekonomi ortaya çıkmıştır. Nöroekonomi psikolojik faktörlerin kişiden kişiye, toplumdan topluma farklılık göstermesi ve bu davranışların ne şekilde olduğunun, bireylerin fizyolojik etmenlerinin karar verme mekanizması olan beynin işleyişinin incelenmesi ve yorumlanmasında çalışmalar gerçekleştirmektedir. Ayrıca nöroekonomi, bireylerin biyolojik temellerini yorumlayan disiplinler arası bir alandır. İktisatta daha gerçekçi ve somut sonuçlar elde etmek için yapılan çalışmaların artmasıyla sinir biliminin rolü artmıştır. Çünkü, sinir bilim ile bilinç, bellek, öğrenme ve algının biyolojik temelleri üzerinde durulmuş ve beynin karar vermede nasıl çalıştığını görerek karar alan kişilerin ekonomik olaylardaki kararlarının perde arkası görülmüştür (Soydal vd., 2010:216). Davranışsal iktisadın gelişmesinde etkili olan bir başka alan ise davranışsal

finans olmuştur. Davranışsal finans ile rasyonel modellerin yetersiz kaldığı durumlarda, piyasa durumlarını ve yatırımcı davranışları açıklanabilmektedir.

2.6. KARAR VERME SÜRECİNDE GİZLİ TUZAKLAR

Bazen elde edeceğimiz getirinin ne kadar büyük olduğuna bakmadan, küçük bir kaybetme riski nedeniyle davranışlarımızı değiştirebiliriz. Örneğin bireyler fazla miktarda para elde edebileceği bir davayı kazanabilme olasılığı %95 olsa dahi, %5 lik riskten bahseden karşı tarafın avukatından etkilenmektedirler. Risk etkisiyle kazanılacak miktardan çok daha az bir teklifi kabul edip davadan vazgeçilen birçok durum görülmektedir (Çekiç, 2016:88). Literatür incelendiğinde bireylerin satın alma sürecinde ortaya çıkan sapmalar ile ilgili çok fazla çalışma görülmektedir. Bu çalışmalar, bireylerin sezgisel çıkarsamalar yaparak karar verirken olumlu sonuçların çıkabileceği gibi olumsuz sonuçlarında doğabileceği sonucuna varmıştır (Camerer ve Loewenstein, 2004:11).

İnsanların karar alma sürecinde ortaya çıkan gizli tuzaklar değerlendirildiğinde beliren davranışlar dört farklı bölgeye ayrılarak incelenmiştir. Birincisi insanların karşılaştıkları riskler nedeniyle çok daha iyi sonuç elde edebilecekleri kararlardan vazgeçmeleridir. İkincisi, bireyler kayıptan kaçmaya çalışırken daha fazla risk ile karşı karşıya kalmakta ve daha fazla kaybetmeyi seçmektedirler. Üçüncüsü ise bireyler az da olsa kazanma olasılığını düşünüp umutlanmayı tercih etmektedirler. Sonuncu bölge insanları ise, düşük risklere sahip alışverişlerde alacağı ürünü garantiye alıp ilave maliyetlere girebilmektedirler. Bu bölge sigorta şirketlerinin bireylerin kararlarını etkileyerek yüksek meblağlar karşısında sigorta yaptırmaya nasıl ikna ettiklerini de açıklamaktadır (Soyer, 2015: 86). Çalışmada bireylerin karar verirken etkilerinde kaldıkları; batık maliyet tuzağı, çıpalama tuzağı, sahiplik etkisi, çerçeveleme tuzağı, tahmin ve öngörü tuzağı, kayıptan kaçınma, sürü psikolojisi, yemleme etkisi, son tarih belirleme etkisi, hazırda bulunan seçeneklere yatkınlık, riskten kaçınma, sahte seçenek yaratmak, rastlantısal tutarlılık, piyasa normları, kendini doğrulama tuzağı, seçim sonrası pişmanlık, ödeme sancısı etkileri açıklanacaktır. Bireylerin karar verme sürecinde etkili olduğu diğer durumlar ise dürtmeler ve bedavanın cazibesidir. Çalışmanın dördüncü bölümünde dürtme ve bedavanın cazibesinden detaylı olarak bahsedilecektir.

2.6.1. Batık Maliyet Etkisi

Satın aldığımız her şeyin tüketimi aynı anda gerçekleşmeyebilir. Örneğin aldığımız sinema veya tiyatro biletinin tüketimi daha sonra gerçekleşmekte. Ayrıca buzdolabı,

televizyon gibi ürünleri de bu duruma örnek olarak verebiliriz. İşte bu durumlarda tüketiciler önceden satın aldıkları ürünü beğenmezlerse ve alınan ürünün iadesi yoksa tüketici bu durumda batık maliyet ile karşı karşıya kalmaktadır (Wilkinson ve Klaes, 2012:169).

Geleneksel iktisada göre batık maliyetleri geri alabilmenin imkânı olmamasından dolayı tüketicilerin karar alma sürecindeki davranışlarını etkilememektedir. Örneğin; bir kahve satın aldığımızda bunun döküldüğünü düşünelim. Bu durumda geleneksel iktisat dökülen kahveden elde edilecek faydanın geriye getirilemeyecek bir durum olması nedeniyle yeni bir kahve almak için bu durumun etkili olmadığını savunmaktadır. Fakat Thaler, Arkes ve Blumer' e göre kahvesi dökülen bireyin tekrar kahve almak istememesi batık maliyetten dolayıdır (Arkes ve Blumer, 1985:128). Ana akım iktisat her ne kadarda tüketici kararlarında batık maliyet tuzağının bir etkisi olmadığını savunsa da yapılan çalışmalar ile görülmektedir ki tüketiciler karar alma süreçlerinde batık maliyet tuzağına düşmektedirler.

Kahneman ve Tversky batık maliyet tuzağının bireylerin rasyonel karar alırken nasıl etkilediğini ortaya koymak için bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada deneklere iki soru sorulmuş ve bir tercih yapmaları istenmiştir.

1.soru: Bir oyunu izlemek için sizlere 10 dolar verildiğini düşünün. Tiyatroya girdiğiniz anda bu bileti kaybettiğinizi düşünün. Kaybolan biletin yerine tekrar bir bilet verilmeyecektir. Yeni bir bilet için siz 10 dolar verir misiniz?

200 deneye sorulan bu soru karşısında alınan cevapların %46'sı yeni bir bilet için tekrardan 10 dolar ödemeyi kabul etmiş, fakat %54'ü oyunu izlemek için 10 dolar veremeyeceklerini bildirmişlerdir. Bu soruda denekler tiyatro için ödedikleri 10 dolar ile tiyatro arasında ilişki kurmuşlardır.

2.soru: Tiyatroya gitmek için 10 dolar ödemeye razı olduklarını, fakat tiyatronun kapısından girdikten sonra bilet almadan önce 10 dolar kaybettiklerini düşünün. Bu durumda, tekrar bilet için 10 dolar verip vermeyecekleri sorulmuştur.

İkinci sorunun sorulduğu 183 deneğin %12'si tekrar bileti almayacaklarını bildirirken, %88'i ise oyuna gitmişken tekrar 10 dolar verip bilet alacaklarını belirtmişlerdir. Çoğunluğun tekrar bileti almayı kabul etmesi kayıp para ile tiyatroya gitme arasında bağlantı kuramamalarından kaynaklanmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1984:347). Aslında bireylerin batık maliyet tuzağına yakalanmalarının nedeni gelecek ile ilgili yeteri kadar öngöründe bulunamamalarıdır. Gerçekleştirilmesi düşünülen bir proje için beklenen farklı

sonuçlar elde edildiğinde alternatif bir proje gerçekleştirilmiyor ve bu projede ısrar ediliyorsa batık maliyet tuzağına dūřulmūř demektir. Bōylece bireyler irrasyonel davranış sergilerler. Bōyle bir durumda ōzōm geçmişteki yatırım miktarını gōrmezden gelip zarar oluşturacak durumlardan uzak durulmasıdır (Sutherland, 2009:95).

Batık maliyet tuzağına verilebilecek başka bir ۆrnekte ise denekleri son moda bir ayakkabı aldıklarını ve 200 dolar ۆdediklerini fakat bu ayakkabının kısa bir sōre sonra giyilemeyecek kadar acı verdiğini dūřōnmeleri sōylenmiřtir. Deneklere bu ayakkabıyı kullanmaya devam edip etmeyecekleri ve eđer bu ayakkabı hediye olsaydı kararlarında değişiklik olup olmayacağı sorulmuştur. Bu durumda deneklerin birçoğu ayakkabının hediye olması durumunda giymekten vazgeeceklerini bildirmişlerdir (Thaler, 1999:191). Batık maliyet tuzağına kitap okumak ۆrneęi de verilebilir. 300 sayfalık bir kitabın 100 sayfasını okuduktan sonra kitaptan haz almadığımızı dūřōnōrsak kitabı okumayı bırakmamız en doğru karar olacaktır. Fakat kitap okurlarının genellikle yaptığı hareket kitap sıkıcıda olsa devam etmektir. ōnkō kitabın 100 sayfasını okumak için kaybedilen zaman ve okumanın verdiği bir baskı sōz konusudur. Bu şekilde hareket ederek aslında gelecekteki vaktimizi de kaybetmiş olmaktayız. Dięer bir ۆrnek ise 2000’li yılların vazgeçilmez oyunu “Farmville” dir. Bu oyunda amaca ulaşmak için belirli aralıklarla oyuna girip belirli komutları yapmak gerekmektedir. Eđer bu komutlar uygulanmazsa tōm emekleriniz yok oluyor. Bireyler oyunu oynadıkça ilerliyor ve geçmişte harcadıkları zaman ve emeği kaybetme korkusuyla oyunda daha fazla vakit geçiriyorlar (Soyer, 2015: 84). Batık maliyet tuzağına sadece bireylerin dūřtōęōnō dūřōnmek yanlış bir dūřōnce olacaktır. ōnkō firmalarda ۆzellikle yatırım kararı aldıklarında kendilerini bu tuzağın içinde bulabiliyorlar.

Firmalar doğru bir yatırım kararı almadıkları zaman, harcadıkları paranın bořa gitmemesi için yatırımlarını devam ettirme yoluna giderler. Fakat bu durumun batık maliyet tuzağı olduğunu bilmemektedirler. Bu durumda bilinen en iyi ۆrnek Concorde jetleridir. İngiliz ve Fransızların, Concorde jetlerinin kar getirmeyeceğini bildikleri halde yatırım yapmaktan vazgeçmemişlerdir. Bu neden batık maliyet tuzağına Concorde etkisi de denilmektedir (Demir, 2013:103). Firmaların batık maliyet tuzağına dūřmelerinin en ۆnemli nedeni yapılan yatırımlarda başarısızlığı kabullenememektir. Bu nedenle firmalar veya bireyler başarısızlık psikolojisinden uzaklaşmak için başarısızlıklarında ısrar etmektedirler (Hammond vd. 1998:49). Batık maliyet tuzağını ۆzetlemek gerekirse; bireyler mal ve hizmet alımlarında parasını ۆdemelerine rağmen bekledikleri faydayı elde edemediklerinde oluşan

durumdur. Fakat bu maliyet ile aynı değerdeki ürün söz konusu olduğunda, bireyler bu durumu kayıp bir maliyet olarak görmemekte ve böylece batık maliyet tuzağına düşmektedirler.

2.6.2. Çıpalama Etkisi

İnsanlardan bilmedikleri bir durum hakkında tahminde bulunmaları istendiğin, çoğu zaman geçmişteki yaşantılardan kaynaklı bir başlangıç değeri oluşmaktadır. Geçmişten gelen bu değer aslında bireyin sonraki hayatındaki düzenlemelerde etkin rol oynar. Başlangıç noktalarındaki farklılıklar bilinmeyen durumda tahmininin şekillenmesine neden olur (Aytekin ve Aygün, 2016: 145). Başka bir ifadeyle çapa etkisi de denilen çıpalama etkisi algıladığımız, etkileşime girdiğimiz veya öğrendiğimiz bir sayının gelecekte alacağımız kararlarımızı etkilemesi olarak tanımlanabilir. Herhangi bir konuda fikir sahibi olmayan bireyler bu konuda tahmin yürütürken belirli bir sayıyı dikkate almaktadırlar. Mesela, bir evin değerini olduğundan fazla gösteren bir miktar talep edilmesi karşısında, bireyler o evin çok değerli olduğu fikrine kapılırlar (Kahneman, 2020:139-140).

Tversky ve Kahneman çıpalama ile ilgili yaptıkları bir çalışmada iki denek grubu oluşturmuş ve bunlara farklı şekillerde bir çarpım düzeneği sunulmuştur. Beş saniye içerisinde bu çarpım sonucunu tahmin etmeleri gerekmektedir.

Birinci denek grubu: $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$

İkinci denek grubuna: $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$, çarpım sonuçlarının söylenmesi istenmiştir.

Birinci gruptaki sonuçların ortalaması 512 olarak belirlenirken, ikinci gruptakilerin tahminlerinin ortalaması 2250' dir. Deneklerin sorulan çarpım işlemindeki ilk birkaç rakama göre tahminde bulundukları için sonuç bu kadar farklılık göstermiştir. Katılımcıların soldan sağa doğru rakamları okumaları, başlangıçta rakamları büyük olarak görmeleri tahminlerin büyüklüğünü veya küçüklüğünü belirlemiştir. Deneklere tahminlerinin doğru cevabın bayağı altında olduğu söylene de yine cevaplar doğru sonucun altında kalmıştır (Tversky ve Kahneman, 1974: 1129). Yapılan bir başka deneyde ise öğrencilere 200 sayısına kendi cep telefonlarının son üç sayısını ekleyip bir kâğıda yazmaları söylenmiştir. Daha sonra Atilla'nın Avrupa'ya yaptığı akınların bu yazdıkları sayıdan ne kadar önce veya sonra olduğu tahmin etmeleri istenmiştir. Deney sonucunda görülmüştür ki aslında iki sayı arasında hiçbir ilişki olmamasına rağmen öğrenciler kâğıda yazdıkları sayının etkisinde

kalarak tahinde bulunmuşlardır. Böylece bireylerin rasyonellikten uzaklaştıran etkenin daha önce gördükleri sayı olduğu belirlenmiştir. Başka bir çalışmada ise üniversite öğrencilerine iki soru sorulmuştur. Bu sorular 1) ne kadar mutlusunuz ve 2) kız arkadaşınızla hangi sıklıkta görüşüyorsunuz. Sorular bu sıklıkla sorulduğunda verilen yanıtlar arasındaki korelasyon 0,11 çıkarken, 2. Soru daha önce sorulunca korelasyon değeri 0,62 çıkmıştır. Bu deneyden anlaşıldığı üzere denekler “ne kadar mutlusunuz” sorusunu cevaplamak için “görüşme bilişsel kısa yolu diyebileceğimiz kavramı kullanmışlardır (Thaler ve Sunstein, 2019:39-40).

Çıpalama ile ilgili önemli çalışmalar yapan bir diğer isim ise Ariely’dir. Ariely yaptığı çalışmada bireylerin yaşadıkları şehirden başka bir yere taşındıkları zaman önceki bulundukları şehrin fiyatları ile taşındıkları şehrin fiyatlarını karşılaştırmaktadırlar. Önceki yaşadıkları şehirdeki kira fiyatlarının yeni şehre göre daha ucuz olması nedeniyle ilk fiyat çıpası olarak ucuz olan ev kirasını kabul etmekte ve buna göre ev aramaktadırlar. Fakat çıpa görevi gören bu fiyatlar zamanla yeni taşınılan şehirdeki fiyatlara doğru artış göstermektedir (Ariely, 2019: 53-54). Farklı bir çalışma ile Kahneman yine rastgele çıpaların etkisini göstermiştir. 15 yıldan daha fazla tecrübesi olan yargıçlara önceden bir mağazadan ürün çalan bir kadından bahsedilmiş ve daha sonra 3 ve 9 gelecek şekilde ayarlanmış bir zar verilmiştir. Zarı atan yargıçlara hemen hırsızlık yapan bu kadına zarın üzerindeki sayıdan daha fazla ay mı yoksa daha az ay mı verileceği sorulmuştur. Ayrıca yargıçlardan kadın için verilecek cezayı tam olarak betimlemeleri istenmiştir. Ortalama olarak 9 atan yargıçlar 8 ay ve 3 atan yargıçlarda 5 ay hapis cezası vereceklerinin söylemişlerdir. Böylece görülmektedir ki çıpalama etkisi %50 olmuştur (Kahneman, 2020:146). Görülmektedir ki günlük hayatımızın her noktasında aslında bir çıpaya maruz kalmaktayız. Örneğin araba veya ev satış işlemlerinde çıpa etkisi kaçınılmazdır. Çünkü bu pazarlarda alıcı ve satıcı taraf belirli bir noktadan pazarlığa başlarlar ve bu başlangıç fiyat çıpası olur. Bu çıpa etrafında pazarlık eden alıcı ve satıcı son olarak başlangıçta belirtilen fiyata yakın bir fiyatta anlaşılır. Burada önemli olan ilk olarak fiyatı ortaya atanın araba fiyatı üzerinde kurduğu üstünlüktür.

2.6.3. Sahiplik (Statüko) Etkisi

Bireyler yaşamları boyunca bir şeye sahip olma isteği duyar ve istedikleri ürüne sahip olurken de doğru karar vermeyi arzularlar. Genellikle bireyler bir ürünün değerini ona sahip olunca farklı, sahip değilken daha farklı bir şekilde belirlemektedirler. Bir ürüne çok kısa süre bile sahip olduğunu düşünen bireyin o üründen vazgeçmesi zorlaşır. Dolayısıyla

bu durum bireyi rasyonel karar almaktan uzaklaştırır. İşte bireylerin karar alırken yaşadıkları bu yanlış durumlarında sahiplik etkisi ortaya çıkar.

Kişilerin varlıklara verdikleri değerin o varlığa sahip olma durumu ile olmama durumunda farklılık göstermesi sahiplik veya statüko etkisi olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin bir varlığa birkaç dakika dahi sahip olmaları varlığa bakış açısını değiştirir ve verdiği kararları etkiler. Ayrıca bu durum bireyi rasyonel davranmaktan uzaklaştırabilir (Hammond vd.1998: 49). İnsan doğasında doğuştan var olan sahiplik etkisi ile bazen aklın açıklayamadığı tercihlere yönelebilir. Bunun nedenlerini üç şekilde sıralayabiliriz. Birincisi; sahip olduğumuz şeylerle gönül bağı kurmamızdır. Sahip olduğumuz şeyle geçirdiğimiz zamanlardaki kurulan duygusal bağ bireyi rasyonellikten uzaklaştırabilmektedir. İkincisi ise kaybetme duygusunun kazanma duygusundan daha fazla olmasıdır. Çünkü insanlar kaybetmeye odaklanarak, sattığı şeyin getireceği faydayı görememektedirler. Üçüncüsü ise kendimiz için değerli olan şeylere herkes tarafından aynı değerin gösterilmesi gerektiğini düşünmemizdir. Ariely’ye göre insanların bir şeye sahip olmak için verdiği çaba ne kadar fazlaysa sahiplik etkisi de o kadar fazladır. Bu duruma Ariely ve Norton “İkea Etkisi” adını vermişlerdir (Norton vd. 2012:453-460). Bazı düşünürlere göre statüko etkisi olarak tanımladığımız duygu aslında kayıptan kaçınmayı ifade etmektedir. Çünkü bireylerin kısa sürede olsa bir varlığa sahip olmaları ve onu kaybetmeleri durumunda hissedecekleri üzüntü ona sahip olmaktan aldıkları hazdan daha fazladır.

Samuelson ve Zeckhauser, statüko etkisini çeşitli kısa yol, psikolojik faktörler ve önyargıyla açıklamaya çalışmışlardır. İlk olarak statüko etkisini kayıptan kaçınma eğiliminin bir sonucu olarak sahiplik etkisiyle ilişkilendirmişlerdir. Bu düşünceye göre, bireylerin sahip oldukları durumları korumak için alternatifleri ve başka seçimleri görmezden gelmektedirler. Statüko etkisi ile ilişkilendirilebilecek bir başka durum ise Çıpalama etkisidir. Çıpalanan değer üzerine yapılan yetersiz uyarlamalar sonucu bireylerin tercihleri sahip oldukları varlıklardan yana olacaktır. Başka bir faktör ise pişmanlıktan kaçınma olacaktır. Bu davranışa göre yapılan seçim sonrası pişmanlık duyulabileceği ihtimali neticesin de bireylerin sahip oldukları konumu koruma yoluna gitmeleridir (Yalçın, 2012: 29-30). Ayrıca sahiplik veya statüko etkisini sadece maddi anlamda değer biçilen varlıklarla sınırlandırmak yanlıştır. İnsanlar mezun oldukları okulları hatta tuttukları takımları bile diğerlerine göre daha değerli görebilmektedirler (Demir, 2013:88).

Smith'e göre statüko etkisi bir hastalık gibidir. Çünkü bireyler gelirinden fazla ödeme planı olan kredi imkanlarından faydalanarak evi varsa araba, arabası varsa ikinci ev almak gibi planlar yaparlar. Kredi ödemek planına bakıldığında gelirinden oldukça fazla görünmesine rağmen birey, kayıptan kaçınma duygusuyla hareket etmekte ve aldığı krediyi öderken zorlanmaktadır (Ariely, 2019:150). Çalışmada statüko etkisi, çıpalama etkisi, kayıptan kaçınma etkisi ve seçim sonrası pişmanlık etkisi farklı başlıklarda incelenecektir. Şimdi statüko etkisini iyi anlamak için yapılan örneklerden bahsedilecektir.

Sahiplik etkisinin ortaya koymak için Thaler bir deney kurmuş ve bir grup öğrenciye 5 dolar olan bir bardak vermiş ve daha sonra bu bardağı kaç dolara satmak istediklerini sormuştur. Bu öğrenciler ortalama olarak 7 dolar'a bardağı satabileceklerini belirtmişlerdir. Deneydeki başka bir grup öğrenciye ise bardak vermeyeceklerinin bunun yerine para vereceklerini belirtmiş ve ne kadar istediklerini sormuşlardır. Denekler ortalama 3,5 dolar üzerinde bir para talep etmişlerdir. Çalışmada ortaya koyulan 7 dolar ile 3,5 dolar arasındaki fark sahiplik etkisinden kaynaklanmıştır. Çalışmadan görülüyor ki bardağa sahip olan denekler kısa bir süre sonra bardağın fiyatını artırarak sahiplik tuzağına düşmüşlerdir. Fakat diğer denekler bardağa sahip olmadıkları için bu tuzaktan etkilenmemişlerdir (Thaler, 1999:183-205). Başka bir örnekte ise bireylerin sahiplik etkisi ile aldıkları kararların nasıl etkilendiğini görebilmek için bir grup deneye bardak ve başka bir grup deneye ise İsviçre çikolatası verilmiştir. Daha sonra deneklere hediyeleri birbirleriyle değiştirmeleri söylenmiştir. Fakat bu deneklerin sadece 1/10'u bu değişimi kabul etmiştir. Çünkü katılımcılar kısa süreliğine verilen hediyelere sahiplik etkisi olduğundan daha fazla değer vermişlerdir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde görülmektedir ki bireylere fazla seçenek verilmesi, onların sahiplenme etkisinde kalmalarına daha çabuk neden olmaktadır. Bireyler sahip oldukları A sepetinden vazgeçip alternatif olan B sepetine geçmektense sahip olduğu konumda durmaya daha çok meyillidirler. Çünkü A sepetinden B sepetine geçmek risk ve çaba gerektirmektedir (Hammond vd. 1998: 49).

Sahiplik etkisi kapsamında başka bir çalışmayı da Ariely yapmıştır. Ariely üniversitede oynanacak olan bir maçın biletlerini kura çektirerek öğrencilere dağıtmıştır. Kura yöntemi ile bilet kazanan öğrencilerin bilete biçtikleri değer ile bilet kazanamayan öğrencilerin biçtikleri değeri ortaya koymak için öğrenciler ile iletişime geçilmiştir. Bilet kazanan öğrencilere sahip oldukları bileti kaç dolara satabilecekleri sorulmuştur. Bilet sahipleri ortalama olarak 2400 dolar istemişlerdir. Bilet kazanamayan öğrenciler ise bu bilet

için ortalama olarak 175 dolar ödeyebileceklerini göstermişlerdir (Ariely, 2019:145). Bu örneklerden de anlaşılacağı gibi statüko veya sahiplik etkisi bireylerin karar alma süreçlerinde son derece etkili bir tuzaktır. Ayrıca bazı sektörlerde bireylerin karar alma süreçlerinde etkili olabilmek için bu tuzaklardan faydalanmaktadırlar.

Örneğin pazarlama ve reklamcılık sektörleri deneme tanıtımları yaparak; o ürünü belirli süre denemek amaçlı müşterilere teslim etmektedirler. Böylece bireylerde sahiplik etkisi oluşturmaktadırlar. Bu etki ile birlikte bireyler o ürünü teslim etmek yerine satın aldıkları görülmüştür (Ariely, 2019:141). Statüko tuzağı kolaylıkla kötü amaçla da kullanılabilir. Örneğin American Express dergisinden Sunstein'e bir mektup gelmiştir ve bu mektupta 5 dergiye ücretsiz olarak 3 ay abone olabileceği belirtilmiştir. Sunstein dergi okuyacak vakti olmamasına rağmen bu fırsatı değerlendirip üyelik gerçekleştirmiştir. Sunstein aboneliğini iptal ettirmedeği sürece bu üyelik 3 aydan sonra da devam edecek ve Sunstein dergi ücretlerini ödeyecektir. Sunstein dergiye aboneliğini iptal ettirmek için gerekli zamanı ayıramadığı için bu durum böylece devam etmiş ve Sunstein dergi ücretlerini ödemiştir (Thaler ve Sunstein, 2019:53).

2.6.4. Çerçeveleme Etkisi

Çerçeveleme etkisi bireylere sunulan tercihler karşısında seçim yaparken, tercihlerin sunulmuş şekline göre sunulan problemin bazı parçalarının algılanmamasının yapılan seçim üzerindeki etkisidir (Diacon ve Hesseldine, 2007: 31). Başka bir ifadeyle çerçeveleme etkisi, olayların sunulmuş şekillerine göre bireylerin aynı anda veya duruma karşı yaptıkları seçimlerin etkilendiği bir durumu ifade etmektedir. Eğer sunulan seçenekte kazanç ön plana çıkmışsa bireyler riskten kaçınma yoluna gider fakat sunulan seçenek ile kayıplar öne çıkıyorsa bireyler risk almayı tercih etmektedirler.

Çerçeveleme tuzağı da denilen çerçeveleme etkisi, problemi yanlış formüle edip karar alma sürecini kısıtlayan bir etkidir. Karar verme sürecinde problemi yanlış tanımlama bireyleri yanlış çözümlere götürmektedir (Altunöz, 2016:46).

Beklenen fayda teorisine göre bireylere sunulan seçimlerde, sunulmuş şeklinin verilen kararlarda herhangi bir değişikliğe neden olmadığı kabul edilmekteydi. Fakat davranışsal iktisat alanında yapılan çalışmalar beklenen fayda teorisinin varsayımının doğru olmadığını ortaya koymuştur. Çünkü davranışsal iktisada göre bireylere yapılan sunum değişikliği bireyleri farklı cevaplara yönlendirmiştir. Ayrıca davranışsal iktisadın önemli bulgularından olan beklenti teorisine göre, bir problemin kazanç ve kayıp şeklinde sunulmasına bağlı

olarak farklı tepkiler verilmektedir (Shafir vd. 1997: 346). Çerçeveleme etkisine verilecek en iyi örnek 1981 yılından Kahneman ve Tversky'nin yapmış olduğu Asya hastalığı çalışmasıdır.

Bu çalışmaya göre; ABD'de 600 kişinin ölmesinin beklendiği Asya hastalığı adlı bir salgının yaşanacağı ve bu hastalıkla mücadele edebilmek için iki farklı tedavi yöntemi olduğu varsayılmıştır (Kahneman ve Tversky, 1981:453). Yapılan çalışmada iki denek grubu vardır ve bunlardan birinci grup 152 kişiden ve ikinci grup ise 155 kişiden oluşmaktadır.

1. Varsayımına göre;

A Tedavisi: Bu tedaviyi seçerlerse 200 kişi kurtulacaktır

B Tedavisi: Bu tedavi seçilirse 1/3 olasılıkla 600 kişi kurtarılacak ve 2/3 olasılıkla kimse kurtarılmayacak

2. Varsayımına göre;

C Tedavisi: Bu tedavi seçilirse 400 kişi ölecek

D Tedavisi: Bu tedavi yöntemi tercih edilirse 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek, 2/3 olasılıkla 600 kişi ölecektir,

Birinci varsayımda deneklerin %72'si A seçeneğini seçmişlerdir. Aslında A ve B tedavileri sonucunda kazançlar aynı olmaktadır. Fakat denekler A tedavisini seçerek risk almaktan kaçınmış ve garantici davranmışlardır. İkinci varsayımda ise deneklerin %78'i D seçeneğini seçmişlerdir. Bu varsayımda denekler risk almış ve 400 kişinin ölümü 2/3 olasılıkla 600 kişinin ölümünden daha kötü bir durum olarak algılanmıştır. Bu çalışmayla aslında bireylerin iki aynı sonucu veren maddenin sunulmuş biçiminden etkilendikleri ve bireyler kazanç söz konusuysen risk almaya yatkın oldukları ortaya konulmuştur.

Çerçeveleme etkisini ortaya koyan bir başka çalışma ise kanser hastalarına yapılmıştır. Kanser hastalarına, radyoterapi tedavi türleri ve cerrahi müdahaleler iki şekilde aktararak seçim yapmaları istenmiştir. Burada önemli olan radyoterapi ve cerrahi yöntemlerin deneklere farklı çerçeveler sunularak anlatılmasıdır.

1. Seçenek: Cerrahi yöntemi tercih eden 100 hastadan 90'ı hayatta kalmıştır ve tedaviden 5 yıl sonra hastaların 34'ü hayatta kalmışlardır. Radyoterapi ile tedavi olmak isteyen 100 hastanın hepsi hayatta kalmıştır fakat 5 yıl sonra hastaların sadece 22'si hayatta kalmıştır.

2. Seçenek: Cerrahi müdahale ile tedavi olan 100 hastanın 10'u ameliyat esnasında 66'sı ise tedaviden sonraki 5 yıl içinde hayatlarını kaybetmişlerdir. Radyoterapi tedavisi alan 100 hastanın 78'i tedaviden sonraki 5 yıl içinde hayatını kaybetmiştir.

Bu iki çerçeve deneklere sunulmuş ve hangi tedavi yöntemini istedikleri sorulmuştur. Tedavi şekillerinin birinci seçenekteki gibi anlatıldığı durumda deneklerin %82'si cerrahi müdahaleyi seçerken, ikinci seçeneğin sunulduğu denekler %44 oranında radyoterapiyi tercih etmişlerdir. 1. ve 2. Seçeneklerde aktarılan bilgi aynıdır fakat sunuluş şekli ile farklı tercihler yapılması sağlanmıştır.

2.6.5. Tahmin ve Önyargı Etkisi

İnsanlar hayatları boyunca yaşamlarını kolaylaştırmak için birçok tahminde bulunurlar. Bu tahminler bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde olabilir. Örneğin, bir yüksekliği, havanın bulutlu olmasından yarın yağışlı olabileceğini veya bir mağazada çalışan ile müşteriyi üniformaları baz alarak tahmin edebilir. Yapılan bu tahminler genellikle işe yarasa da bazen de olumsuz sonuçlar doğurabilir (Neyse, 2011:29). İşte bu olumsuzluklar karar vericilerin tahmin ve önyargı tuzaklarına düşmelerine ve bu doğrultuda rasyonellikten uzak kararlar almalarına yol açabilmektedir.

Belirsizlik altında tahmin yürüterek düştüğümüz tuzaklar; temkinlilik tuzağı, aşırı güven tuzağı ve anımsama tuzağıdır.

Temkinlilik Tuzağı: Aşırı ihtiyatlılıkta denen temkinlilik tuzağı, aşırı güven tuzağının tam tersini yansıtmaktadır. Bireyler bazı durumlarda ihtiyatı elden bırakmamak için tahmin ve öngörü yapmak istememektedirler. Fakat bu durum bazen fırsatların kaçırılmasına neden olmaktadır.

Aşırı Güven Tuzağı: Bazı bireyler yetkin olmadıkları bazı konularda aşırı özgüven sergileyebilmektedirler. Bu özgüven genellikle yönetici ve danışman statüsünde olan bireylerde görülmektedir. Bu kişilerin aşırı özgüven sergilemeleri rasyonellikten uzak kararlar almalarına neden olmaktadır.

Anımsama Tuzağı: Bireylerin geçmişte edindikleri tecrübeler ve yaşadıkları olaylar tahmin ve öngörülerini etkileyebilmektedir. Bu durum anımsama tuzağı olarak adlandırılmakta ve aşırı güven ve temkinlilik tuzağının tetik noktasını oluşturmaktadır. Daha açık bir ifadeyle eğer insanlar geçmişlerinde olumlu sonuçlar doğuran kararlar almışlarsa

aşırı güven tuzağına, fakat aldıkları kararlar olumsuz beraberinde olumsuz durumlar getirmişse temkinlilik tuzağına düşmektedirler (Hammond vd., 1998:55-57).

2.6.6. Kayıptan Kaçınma

Bireylerin sahip oldukları şeyleri kaybetmeleri problem iken kaybettikleri şeylere biçtikleri değer ise çok daha büyük bir problemdir. Çünkü bireyler bir şeyi kaybettiklerinde kazandığı zamanki hissettiği sevinçten çok daha fazla üzüntü yaşamaktadırlar. Bu her insanın yaşadığı doğuştan gelen bir duygudur. Kayıptan kaçınmanın temel noktasını beklenti teorisi oluşturmaktadır. Kahneman ve Tversky yaptıkları çalışmalar ile kayıp ve kazanç durumlarında bireylerin davranışlarını ortaya koymayı amaçlamışlardır ve çalışmaları sonucunda kaybetme olasılığının, kazanma olasılığından daha güçlü bir etki yarattığını ortaya koymuşlardır. Örneğin bir bireyin bilgisayarının kayıp olduğunu düşünelim. Bu bilgisayar kayıp olduğu sürece oynanamayan oyun, o birey için çok büyük bir problem haline gelmektedir. Çünkü kaybedilen bilgisayar başka hiçbir bilgisayar gibi olmadığı, en iyisi olduğu düşüncesine zamanla inanırız. Halbuki bilgisayar bulunduğu tekrardan eski değerine düşer. Böyle olmasının nedeni bireylerin sahip oldukları bir şeyi kaybetmekten duydukları rahatsızlıktır. Bu yüzden bireyler kayıptan kaçınmaya odaklanarak kazanmaya yönelmeyi göz ardı etmektedirler.

Yaşamımız boyunca karşılaştığımız seçeneklerin birçoğu karmaşıktır. Bu karmaşıklık içinde kazanma fırsatı ve kaybetme riski barındırmaktadır. Bu durum kumarı kabul mü yoksa ret mi edeceğimize karar vermemizi gerektirir. Yeni bir girişimi değerlendiren yatırımcılar, dava açıp açmamayı düşünen avukatlar, savaşta bir saldırıyı göz önüne alan askerler ve görevi kabul edip etmemeye karar vermesi gereken siyasetçiler kazanç ve kayıp olasılıklarıyla karşı karşıyadırlar (Kahneman, 2020: 327). Görülmektedir ki hayatımızın her anında kazanç ve kayıplar arasında seçim yapmak zorundayız. Bu seçimlerimiz her zaman kayıptan kaçınmayı benimseyen bir hal almaktadır.

Bireyler sahip oldukları bir şeyden vazgeçerken ona ilk olarak ödedikleri bedelden daha fazlasını isterler. Alternatiflerin göreceli dezavantajlarının, göreceli avantajlarından daha büyük görünme eğilimi statükoya doğru olan yanlılığı desteklemektedir. Örnek vermek gerekirse, bireyler %50 şansla 100 dolar kazanma ve 100 dolar kaybetme imkânı sunan bahisleri kabul etmezler (Trepel vd. 2005: 37). Kahneman ve Tversky karar alma sürecinde kayıptan kaçınma durumunu incelerken ikiye ayırmışlardır. Riskli durumlarda kayıptan kaçınma ve risksiz durumlarda kayıptan kaçınma.

Risksiz durumlarda kayıptan kaçınmaya sahiplenme etkisi neden olmaktadır. Çünkü yapılan deneye göre rastgele seçilen bazı kişilere eşya dağıtıldıktan sonra o eşyaları ne kadar satabilecekleri sorulmuştur. Eşyayı sahipleneni normaldeki bedelinden daha fazlasını talep etmişlerdir. Bu durum gösteriyor ki bireyler bir eşyayı sahiplendiğinde o eşyaya rasyonellikten uzak bir fiyat biçebiliyorlar. Riskli durumlarda kayıptan kaçınmaya ise beklenen değerleri yüksek kazanç olarak hesaplamalarına rağmen kayıplara neden olabilecek küçük ihtimalleri insanların reddetmeleri örnek verilebilir (Gächter vd., 2007:2).

2.6.7. Sürü Psikolojisi

İnanlar çoğu zaman diğer insanların davranışlarından etkilenirler. Örneğin film izlerken gülümseyen oyuncular gördüğünüzde filmin o sahnesi komik olsun ya da olmasın sizde gülümsersiniz. Esneme hareketi de aynıdır. Geleneksel inanca göre birlikte çok fazla vakit geçiren insanlar zamanla birbirlerine benzemeye başlarlar. Aslında halk inancı olarak bu durum doğrudur. Bireylerin birbirlerinden etkilendiklerini önemsemek bizler için iki noktada oldukça önem arz etmektedir. Birincisi, çoğu insanın başkalarından bir şeyler öğrenme noktasıdır. Aslında bu iyi bir şeydir. Çünkü bireylerin veya toplumların gelişmesi başkalarından bir şeyler öğrenmekle mümkün olmaktadır. Fakat yanlış kararların da başkalarından öğrenilenlerle olabileceği unutulmamalıdır. Bu konunun bizler için önemli olmasının ikinci nedeni de, dürtmelerin en etken yollarından birinin sosyal etkileşimle yapıyor olmasıdır. Ayrıca sürü psikolojisinde sosyal etkilerin veya çevre baskıları da iki türdür. Eğer birçok insan bir hareketi düşünür ve yaparsa onların düşünce ve davranışlar bizlere nasıl düşünüp ne yapacağımız konusunda bilgi sağlar. İkinci durumda ise çevre baskısı vardır. Eğer çevreden etkilenirseniz, çevreden birilerinin gözüne girmek için veya öfkelerinden kaçmak için onların istediği doğrultuda hareket edersiniz (Thaler ve Sunstein, 2019: 73-75). Sürü psikolojisi Thaler ve Sunstein'in çalışmalarında büyük bir bölümü kapsamaktadır. Bireylerin karar alırken etkileyebilecek en önemli faktörlerden birisi de toplumun ağırlıklı olarak yöneldiği seçenektir. Bazen farkında olarak bazen de farkında olmadan kararlarımızı kolayca değiştirebiliriz. Mesela ihtiyacımız olmadığı halde çevremizdekilerin almasında etkilenip bir ürünü bizde alabiliyoruz (Özdilek ve Akal, 2020: 248).

İnsanlar farklı bir durum karşısında mantıksal veya duygusal olarak önyargı yaşayabilmektedir. Bireylerin sorumluluk almaktan kaçmaları veya yanlış karar alım düşüncesi onları, topluma uymaya itmektedir. Basit bir örnek vermek gerekirse ilkokulda

öğretmenler bir soru sorduğunda cevabına güvenilen çalışkan öğrencileri takip ederek cevap verilmektedir (Xu, 2017: 19-20). Ayrıca bir restoranın önünden geçerken içeriye girmek için kuyruklar oluştuğunu görmek, bizlerde iyi bir restoran olduğu izlenimi uyandırmaktadır. Böylece kalabalığı gören kişilerde kuyruğa girip içeriye girmek için beklemektedir. İşte bu durumda sürü psikolojisine verilebilecek başka bir örnektir (Ariely, 2019:58). Sürü psikolojisi ile ilgili Asch'in yaptığı deneyde oldukça ilgi çekicidir.

Asch yaptığı deneyde deneklere soru vererek cevaplamalarını istemiştir. Başta insanlar başkalarının kararlarını görmeden kara vermeleri söylendiğinde test kolay olduğu için hemen hemen herkes doğru cevaplar vermiştir. Ancak başkaları yanlış cevap verdiği zaman denekler üçte bir oranında daha çok hata yapmışlardır. Örneğin 12 soru sorulduğunda deneklerin yaklaşık dörtte üçü en az bir kez kendi bildiklerini bir yana bırakıp grupla aynı cevapları vermiştir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta Asch deneyinde insanlar büyük ihtimalle bir daha göremeyecekleri yabancıların kararlarına uyarak cevap vermişlerdir. Hatta kendilerinin tanımadığı insanlara hoş göstermek gibi bir dertleri olmamasına rağmen. Asch'in yaptığı gibi sosyal uyum deneyleri 17 ülkede 130' dan fazla kez yapılmıştır. Toplam hata örnekleri deneklerin %20 ile %40 arasında uyum sağlamasıyla ülkeler arasında büyük farklar göstermemiştir. Çalışma sonuçlarından anlaşılmaktadır ki insanların kendilerinden öncekilerin cevaplarına bakarak, bir köpek resminde kendilerinin de kedi gördüğünü söyleyecek kadar dürtülebilecekleri gibi bir durum oluşabilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2019, 76-77).

2.6.8. Yemleme Etkisi

Yemleme etkisi günlük yaşantımızda sıkça karşımıza çıkan sahte seçenek yaratmak etkisi de denilen bir durumdur. Yemleme etkisi birbirine benzeyen iki ürünün farklı bir üçüncü ürünle yan yana koyulmasıyla birlikte tüketiciyi benzer ürünlere yönlendiren bir etkidir. Bu durum genellikle pazarlamacılar tarafından kullanılmaktadır. Pazarlamacılar satmak istedikleri ürün yanında sahte seçenekler yaratarak tüketiciler için satmak istedikleri ürünü daha tercih edilebilir konuma getirmektedirler. Bu durumu bir tuzak olarak algılayamayan tüketici yemleme etkisine maruz kalır ve pazarlamacının satmak istediği ürünü alır. Bu duruma örnek verecek olursak X ve Y gibi iki ürünü düşünelim. Bu ürünlerin yanına üçüncü seçenek olarak X1 ürününü yerleştirelim. Bu X1 ürünü X ürününün daha azaltılmış bir halidir. X1 ürününün bu durumu X ürününü daha alınabilir bir pozisyona getirir ve tüketiciyi bu ürüne yönlendirir. Yemleme etkisine düşmemizde etkili olan durum

Kahneman'ın ortaya attığı sistem 1 ile açıklanabilir. Düşünmeden karar vermek anlamına gelen sistem 1 ile karar vererek aslında X ürününün X1 ürününden daha çok fayda sağlayacağını kolaylıkla anlayabiliriz. Fakat Y ürününün değerini analiz etmeden, bu ürün üzerinde düşünsel bir çaba harcamadan hızlı bir karar ile X ürününü tercih etmekteyiz. Halbuki sistem 2'yi devreye sokarak yani o ürün üzerinde düşünerek karar verme yoluna gidersek belki de bizlere Y ürününün daha fazla fayda sağlayabilecek bir seçenek olduğunu görebiliriz.

Yemleme etkisine başka bir örnek verecek olursak; tüketiciye üç farklı mp3 player sunan bir şirketin ilk ürünü, 30 GB için 400 dolar, ikinci ürünü 20 GB için 300 dolar ve son ürün için 25 GB'a 450 dolar fiyat belirlemektedir. Bu fiyatlar karşısında tüketicilerin üçüncü teklifi gördükten sonra birinci teklife yöneldikleri görülmüştür. Bu çalışmada yemleme etkisi yaratan seçenek üçüncü üründür. Bir diğer örnek ise sinemalarda patlamış mısır veya hazır gıda sunan firmaların içecek ya da yiyecek için sundukları seçeneklerdir. Küçük boyun 3TL orta boyun 6,5 TL ve büyük boyun 7 TL olarak belirlenen fiyatları tüketiciyi büyük boya yönlendirmek için yapılan bir yemleme etkisidir aslında (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018:37).

Ariely'e göre insanların bir ürünün fiyatı hakkında bilgileri olmasa da değer belirleyerek tercih yapmaktadırlar. Ariely'nin yapmış olduğu bir deneyde bu durumu ortaya koymuştur. Deneyde MIT Sloan İşletme Okulundaki 100 öğrenciye üç seçenek sunarak aralarından tercih yapmaları istenmiştir.

1. Seçenek: Sadece internet aboneliği: 59 dolar
2. Seçenek: Sadece dergi aboneliği: 125 dolar
3. Seçenek: Hem dergi hem internet aboneliği: 125 dolar

Bu seçeneklere bakıldığında dergi ve internet aboneliği hakkında bir bilgimiz olmasa da üçüncü seçenek mantıklı gelmektedir. Deney sonucunda da görülmektedir ki 16 öğrenci birinci seçeneği geriye kalan 84 öğrenci ise üçüncü seçeneği tercih etmişlerdir. İkinci seçeneği ise tercih eden öğrenci olmamıştır. Sahte seçenek yaratarak bireylerin nasıl tuzaklara düştüğünü gösteren bir diğer çalışma da ise ilk kez ekmek kızartma makinası üretilip piyasaya süren Williams- Sonoma bu ürün ile kimsenin ilgisini çekememiştir. Satışların istenen düzeyde olmaması nedeniyle pazarlama şirketiyle anlaşılmıştır. Pazarlama şirketi üretilen bu ekmek kızartma makinasından daha büyük ve daha pahalı bir kızartma makinası üretmelerini istemiştir. Bu üretim sonucunda yan yana koyulan iki kızartma makinası

arasında tercih yapmak durumunda kalan tüketicilerin daha ucuz olan küçük kıyartma makinasına yönelmeleri sağlanmıştır. Çünkü insanlar bilgisi olmadığı ve tek seçenek sunulan ürünleri genellikle tercih etmemektedirler. Ancak bireyler iki seçenek sunulduğunda ürün hakkında bilgisi olmasa da fiyatı düşük olanı tercih etmektedirler (Ariely, 2019: 35-45).

2.6.9. Seçim Sonrası Pişmanlık Etkisi

Pişmanlık, insanların duygusal durumuna ilişkin bir kavramdır (Gilovich ve Medvec, 1994: 358). Pişmanlık duygusu mevcut durum ile farklı seçeneklerin daha iyi sonuçlar doğuracağına ilişkin düşünceler sonrasında kendini göstermektedir (Zeelenberg ve Pieters, 2007:3).

İnsanlar genellikle bir seçim yaparken kararsız kalabilirler. Bu kararsızlığın en büyük nedeni aldıkları karar sonrasında pişmanlık yaşama ihtimalidir. Yanlış alınmış bir karar neticesinde yaşanan üzüntü, utanç veya suçluluk gibi hisler bizleri pişmanlığa sürüklemektedir. Bu pişmanlıklarla hayatımızdaki keşkeler artıyor ve seçim yaparken daha da kararsız bir hal alıyoruz. Bu durum seçimlerimizi yaparken geçmişte yaşadığımız durumların zihnimizde canlanmasına ve tekrardan keşke dememek için durup düşünmemize neden oluyor. Fakat bu düşünme süreci bizi her zaman doğru seçime yönlendirmeyebilir. Hatta bazen geçmişte yaşadığımız pişmanlıklar bizleri rasyonaliteden saptırabiliyor. İşte seçim sonrasında yaşanabilecek pişmanlıklardan korkarak hareket etmek aslında karar verme sürecimizde bizleri farkında olmadan tuzağa itebiliyor.

Seçim yapma sonrasında yaşanan pişmanlıkların büyük bir çoğunluğu satın alma kararlarından sonra bazı tüketicilerde kararlara bağlılık ile de ortaya çıkmaktadır. Bu durum tüketicilerin ürünü aldıktan sonra edindikleri bilgilere, olumsuzluklara ve ürünün işlevine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Yaşanan bu pişmanlıklarda bizlerin gelecekte satın alma sürecinde tekrar aynı pişmanlığı yaşamamak için irrasyonel tercihlere yönelmemize neden olmaktadır.

2.6.10. Son Tarih Belirleme Etkisi

İnsanlar yapılacak bir işi için son tarih olmayınca hep erteleme yoluna giderler. Hatta bu erteleme bazen o kadar ileri seviyededir ki erteleme hastalığı olarak bile adlandırılmaktadır. Günlük hayatımızda bu duruma oldukça fazla örnek bulabiliriz.

Ariely bireylerin zaaflarının olduğunu ve bu durumun farkında olduklarında öz kontrolleri ile kendilerine yol belirlediklerini, farkında olmayanların ise yapacakları bir işi ertelleyerek başarısız olduklarını belirtmiştir. Bu durumu ortaya koymak için bir deney kurgulanmıştır. Ariely, üç farklı sınıf belirlemiş ve birinci sınıfa on iki haftalık sürede tamamlamaları gereken üç ödev vermiştir. Öğrencilere on iki haftalık sürenin içerisinde belirledikleri zaman ödevlerini teslim edebileceklerini ve belirledikleri teslim tarihini değiştiremeyecekleri söylenmiştir. Ayrıca öğrencilerin belirledikleri teslim tarihinden geç vermeleri durumunda geç kalınan her gün için notlarından kesinti yapılacaktır. Diğer sınıftaki öğrencilere ise üç ödev verilmiş ve on iki haftalık sürede diledikleri zaman ödevleri teslim edebilecekleri söylenmiştir. Üçüncü sınıfta ise birinci ödevde dördüncü hafta, ikinci ödevde sekizinci hafta ve üçüncü ödevde de on ikinci hafta olmak üzere teslim tarihleri belirlenmiştir. İkinci ve üçüncü deney gruplarından tarih belirlemeleri istenmemiştir. Deney sonucunda görülmüştür ki teslim tarihinin belirlendiği üçüncü sınıftaki deneklerin diğerlerine göre daha yüksek not almışlardır. En düşük not alan denek grubu ise ikinci sınıf öğrencileridir. Çünkü bu sınıfa herhangi bir tarih belirlenmemiş ve teslim tarihinde esnek davranılmıştır. Bu öğrencilerin düşük not almalarının en büyük sebebi üç ödevi de ertelleyerek dönem sonunda tümünü yapmaya çalışmalarıdır. Deneyden anlaşılmıştır ki bir işin yapılması konusunda son tarih belirlenmemişse eğer o iş ertelenmektedir. Bu durumun farkında olan bireyler ise kontrol mekanizmalarını harekete geçirerek yapılacak işi belirli zaman dilimlerine bölmektedirler (Ariely, 2019: 130).

2.6.11. Hazırda Bulunan Seçeneklere Yatkınlık

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki insanlar genellikle sunulan seçenekleri değiştirmeyerek hazırda bulunan seçenekleri kullanmaktadırlar. Örneğin aldığımız bir cep telefonunu düşünelim. Bu cep telefonunda varsayılan ayarlar ilk aldığımızda belirlenen özellikleri kapsamaktadır. Bu ayarlar içerisinde zil sesi, ekran parlaklığı, duvar kâğıdı gibi birçok detay belirlenmiştir. İnsanların çoğu telefon aldıklarında bu ayarlara dokunmaz ve varsayılan tercihler ile ürünü kullanmaya başlarlar. Ayrıca hazırda bulunana seçeneklere yeni alınan evin içinde kullanılan boya ve malzemeler veya aldığımız bilgisayarlarda örnek verilebilir.

Bireylerin bu yatkınlığı hükümetleri politika geliştirmeye itmiştir. Örneğin bazı ülkeler organ bağışını arttırmak için otomatik organ bağış sistemine üye edilirler. Bu sistemden ayrılmak için gerekli çabayı göstermekte gönüllü olmayan bireyler sisteme

kayıtlarını devam ettirmektedirler. Bu uygulamanın yapıldığı ülkelerde organ bağış oranının arttığı görülmüştür. Hükümetlerin yaptıkları diğer bir uygulama ise bireysel emeklilik uygulamasıdır. Ülkemizde de uygulanan bu sistemde işe yeni başlayan kişiler otomatik olarak bireysel emekliliğe kayıtlı sayılır ve her ay maaşlarından kesinti yapılır. Bu sistemden çıkmak istedikleri halde uğraşacak vakit bulamayanlar veya nasıl çıkılacağını araştırmaya yeltenmeyenler bu sistemde kayıtlı olarak kalmaktadırlar. Böylece ülkelerdeki bireysel emeklilik oranları arttırılmıştır.

2.6.12. Riskten Kaçınma

İnsanlar genellikle yüksek veya düşük olasılıkla gerçekleşme ihtimali olan durumlar etkisi altında karar vermektedirler ve bu durumlarda kayıpla karşılaşma ihtimali doğrultusunda riskten kaçmaktadırlar. Riskten kaçınma etkisini yatırımcılar açısından düşünürsek oldukça büyük bir tuzak oluşturur diyebiliriz. Çünkü geçmişte bir kayıp yaşayan yatırımcı gelecekte daha fazla riskten kaçmaktadır. Bu durum yatırım kararlarında da değişikliğe neden olmaktadır. Örneğin bir yatırımcının aldığı hisse senetlerinde beklenmedik bir düşüş gerçekleştiğinde yılan sokmuş hissine kapılır. Bu his doğrultusunda panikle hisseden çıkmayı düşünür. Riskten kaçınmanın etkisi ile hareket eden yatırımcı böylelikle uzun vadede çok kazandırabilecek bir yatırımdan da vazgeçmiş olur.

Riskten kaçınmaya etkisine Bernoulli'nin yaptığı çalışmayı örnek verebiliriz. Çalışmasında bireylerin neden riskten kaçtıklarını ve varlık artışlarıyla riskten kaçmanın neden azaldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Riskten kaçmayı örneklemek için %85 olasılıkla 1000 dolar kazanma, %15 olasılıkla hiçbir şey kazanamama beklentisi ile kesin olarak 800 dolar kazanma arasındaki seçim yapılmıştır. İnsanların çoğu kesin olan şeyi kumara tercih etmektedirler. Halbuki kumarın daha yüksek beklentisi vardır. Parasal bir kumardan beklenti, mümkün olan her sonucun meydana gelme olasılığına göre tartıldığı bir ağırlıklı ortalamadır. Bu örnekte kumardaki beklenti 850 dolar çıkmasıdır. Yani 800 doları aşan bir miktardır. Genellikle kesin bir sonucun daha yüksek ya da eşit beklentili bir kumara tercih edilmesine riskten kaçınma, kesin bir şeyin kumar uğruna reddedilmesine ise risk peşinde koşma denir (Kahneman, 2020: 505).

2.6.13. Ödeme Sancısı

Daha fazla satış sağlayabilmek için tüketicilere sunulan kredi kartı hizmeti veya uzun vadeli taksit imkanları, karar verme sürecinde oldukça etkilidir. Genellikle insanlar bu fırsatlardan faydalanırken rasyonellikten uzaklaşırlar. Kredi kartıyla dikkat edilmeden

yapılan harcama ödeme sırasında acı bir his yaratır. Ürün alırken nakit harcama yapıldığında harcamanın miktarı dikkate alınır. Fakat taksitli veya kredi kartı kullanma sırasında yapılan harcama farkına varılmadan yapılmaktadır. Dolayısıyla yapılan bu harcamalar sonradan tüketici için bir ödeme sancısına dönüşmektedir (Altunöz, 2016: 111). Bireyler kredi kartı ile alışveriş yaptıklarında o an ellerinden bir nakit çıkmadığı için ürünü bedavaya alıyormuş gibi bir his yaşamaktadırlar. Yapılan taksitlerin üst üste gelmesi, ödenecek miktarı katlarken bireyler farkına varmadan alışverişe devam etmektedirler. Durum böyle olunca da ödemede zorluk yaşanmakta veya ödeyememe gibi bir durumla karşı karşıya kalınmaktadır. Kısacası bir ürün alırken yaşadığımız haz ödeme sırası gelince sancıya dönüşmektedir.

2.6.14. Bağlam (Görelilik) Etkisi

İnsanlar genellikle birçok şeyi bağlam içerisinde görmediklerinde ne istediklerinin tam anlamıyla bilememektedirler. Bu durum yapmak istediğimiz şeyi çevremizde yapan insanları görene kadar böyle devam eder. Ariely bu durumu izafiyet problemi olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda, bireyler karar verirken genellikle seçeneklerin önlerine sunulmasını ve bu nesnenin başka bir nesne karşısında izafi avantajına bakarak tahmin etmektedir (Ariely, 2019: 28-29). Bağlam etkisi üç kategoride incelenmektedir. Birincisi, orta yol etkisi, çekicilik etkisi ve benzerlik etkisi. Bu üç etki bireylerin kararlarını sistematik ve öngörülebilir bir şekilde etkilemektedir. Orta yol etkisi genelliklere bireylere üç seçenek sunulduğunda ortadakini seçmelerini ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle orta yol etkisi, bir alternatifin göreceli olarak büyük bir seçim payı elde ettiği durumdur (Roederkerk vd., 2011:768).

Orta yol etkisini anlamak için Ariely'nin bir televizyon satıcısını incelediği çalışmasını örnek verebiliriz. Bu satıcı üç farklı televizyon markasını satışa sunmuştur.

- 690 dolara 36-inch Panasonic
- 850 dolara 42-inch Toshiba
- 1480 dolara 50- inch Philips

Müşteriler açısından farklı seçeneklerin değerinin hesaplanmasının zor olduğunu bilen bu satıcı, çoğu kişinin sunduğu bu üç seçenekten ortadakini seçeceğini bilmektedir. Satıcının da aslında satmak istediği üründe odur. Böylece televizyon satıcısı amacına ulaşmıştır (Ariely, 2019: 29-30). İkinci etki olan çekicilik etkisi ise; bir öğenin seçim kümesindeki benzer, fakat birinin daha üstün iki ayrı seçenek sunulduğunda insanlar, iyi

olana gereğinden fazla değer vermektedirler (Ratneshward vd. 1987:520). Çekicilik etkisi ve benzerlik etkisi ise daha önce bahsedilen yemleme etkisi ile aynı durumu açıklamaktadır.

2.6.15. Kendini Doğrulama Tuzağı

Doğrulayan delillerde denilen kendini doğrulama tuzağı, karar verecek olan bireylerin gelen delilleri kendi düşüncelerini doğrulayacak ve karşı oldukları düşünceyi boşa çıkaracak şekilde değerlendirmektir. Ayrıca bu tuzak ile başkaları tarafından desteklenen fikirlerimizin daha önemli olduğunu düşünmemizi sağlamaktadır. Eleştirilen fikirlerimizin ise daha az önemli olduğunu hissettirir (Hammond vd. 1998:52). Bu tuzak günlük hayatta neredeyse hepimizin yaşayabileceği bir durumu ifade etmektedir. Bireyler genellikle bir fikir konusunda desteklenince daha iyi hisseder ve desteklenmeyince hoşnutsuzluk yaşarlar. Kendini doğrulama tuzağı da bireylerin yaratılıştan gelen bu hislerini etkileyen bir tuzaktır.

2.7. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA RASYONEL DİKKATSİZLİK KAVRAMI (AKILCI DİKKATSİZLİK)

Rasyonel davranmak iktisadi düşüncenin en temel ilkeleri arasında yer almaktadır. Rasyonel davranan bireyin her davranışında faydasını maksimum yapmayı amaçlayarak bu doğrultuda tercihlerde bulunması gerekmektedir. Rasyonelliğin bu kadar önemli olduğu iktisat literatüründe, akılcı dikkatsizlik diye de adlandırılabilen rasyonel dikkatsizlik kavramı oldukça ilgi duyulan bir kavram haline gelmiştir. İlk olarak Christopher Sims yaptığı çalışmalar ile rasyonel dikkatsizlik kavramını ortaya atmıştır. Böylece yapılan çalışmalar ile rasyonel dikkatsizlik kavramı literatür de yerini almaya başlamıştır.

Bireyler seçim yaparken, dikkat üzerindeki sınırlamalar tercihlerini etkilemektedir. Örneğin alışveriş yapanlar satış vergilerinin belirlenen tutara dahil olup olmadığının belirtilmemesi nedeniyle dikkatsiz davranarak gereksiz yere ürünü pahalıya satın alabilirler (Caplin ve Dean, 2015: 2183). Bireylerde bilgi arttıkça dikkat azalmaktadır. Bilgi bol dikkat ise sınırlıdır. Bu nedenle bireyler bol bilgilerini sınırlı kaynaklar arasında verimli bir şekilde dağıtmalıdır. Bunu yaparken en önemli nokta kararlarını en ilgili bilgiye yansıtmaıdır (Simon ve Greenberger, 1971: 38-67). İşte bu noktada rasyonel dikkatsizlik kavramı devreye girmektedir.

2003 yılında ortaya atılan bu teorik çerçevenin sahibi Sims'e göre bütün bilginin kamuya açık ve ulaşılabilir olması halinde bile bireyler bazı durumlardan ötürü bu bilgiyi tam olarak kullanamazlar. Bu durumlar; bireylerin sınırlı bilgi kapasitesine sahip

olmalarıdır. Bu nedenle bireyler elde ettikleri bilgilerin sadece belirli bir kısmını kullanabilmektedirler. Elde edilen bu bilgilerin ise hangilerinin kullanılacağına sadece bireylerin kendileri karar vermektedir (Küçükkefe, 2017: 36). Sims'e göre rasyonel dikkatsizlik teorisi, insanların sınırlı bilgi işlemeye sahip olduğunu kabul eden ekonomik teoridir. Bu teori şuan hala gelişimin ilk evrelerinde olmasına rağmen, ekonomi de ve finasta önemli olan bazı sürüşmeli durumlar için açıklamaya getirmeyi öngörmektedir (Sims, 2020:155). Sims rasyonel dikkatsizlik kavramını ortaya attıktan sonra art arda makaleler yaparak bu kavramı iktisat analizlerine dahil etmiştir. İlk olarak 1998 yılında yazdığı makaleyi, 2003, 2005 ve 2006 yıllarında kaleme aldığı çalışmalar takip etmiştir. Sims'e göre bireyler sahip oldukları bilgilerin sadece ilgili oldukları kısmını ele almaktadırlar. Böylece iyi karar vermenin sağlayacağı fayda ile dikkat göstermek için harcanan çabanın maliyeti arasında tercih de bulunmaktadır.

2.8. TÜRKİYE'DE DAVRANIŞSAL İKTİSAT

Ülkemizde kısa süredir kendini gösteren davranışsal iktisat hızlı bir şekilde incelemeye başlanmıştır. Şimdiye kadar davranışsal iktisadın gelişim sürecinden, dünya genelinde yapılan önemli deneylerden bahsedilmiştir. Bu noktada davranışsal iktisadın ülkemize yansması incelenecek, uygulanan politikalara değinilerek, Türkiye'de yapılan davranışsal iktisat çalışmalarından bahsedilecektir.

Ülkemizde, 2015 yılında küreselleşen dünyada yer edinebilmek ve bireylerin davranışlarını ön planda tutan politikalar geliştirmek için, Ekonomi Bakanlığı bünyesinde "Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojileri Dairesi Başkanlığı" adlı altında bir kurum oluşturma fikri doğmuştur. Ülkemizden İngiltere'ye gönderilen uzmanların yapmış oldukları çalışmalar neticesinde, BIT ile yapılan görüşmelerde; yapılan çalışmalar hakkında bilgi transferini sağlamak amaçlanmıştır. Ülkemizin fiilen değişime adım atması, İngiltere'nin Ankara Büyükelçiliği, iki ülke arasındaki ilişkileri geliştirmek amacıyla fon çağrısında bulunması ve Ülkemizin' de bu çağrıya "Davranışsal Kamu Politikaları Projesi" ile cevap vermesi ile olmuştur. Ekonomi Bakanlığı bu projenin oluşması amacıyla Ernst & Young danışmanlık firmasının kamu sektörü ekibiyle çalışmalarına başlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018:16). Bu çalışmalar neticesinde 2018 yılında "Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı" birimi resmi olarak kurulmuş ve birçok alanda yaptıkları projeler ile çalışmalarına devam etmektedir. Birimin yapmış olduğu en önemli projelerden birisi Bireysel Emeklilik ile ilgili olanıdır.

Bireyleri daha çok yatırıma ve tasarrufa yönlendirmek amaçlı yapılan projede otomatik katılım sistemi oluşturulmuştur. Bu sistem ile 250 ile 1000 arası çalışanı olan şirketler ve 45 yaş altı memurlar otomatik olarak sisteme kaydedilmiştir. Kaydı yapılan bireylere istedikleri zaman bu sistemden ayrılacakları ve ayrılmaları durumunda büyük bir kayıp yaşamayacakları bilgisi verilmiştir. Bireyler bu sistemden çıkmak için neler yapacaklarını araştırmayarak veya üşengeçlik ile sistemden ayrılma işlemleriyle uğraşmamak için bu sistemde kalmış ve bireysel emeklilik katılım oranı artmıştır.

Ülkemizde gelişim gösteren davranışsal iktisada akademik açıdan bakacak olursak, ilk davranışsal iktisat dersi 2000’li yıllarda İstanbul Üniversitesinde Doç. Dr. Gökhan Karabulut tarafından verilmiştir. Ayrıca Karabulut Türkiye’de ilk kez İstanbul Üniversitesi’nde davranışsal ve deneysel iktisat alanında “Davranışsal İktisat ve Tüketici Araştırmaları Merkezinin” kurulmasında öncülük etmiştir. Karabulut’un davranışsal ve deneysel iktisada başka bir katkısı ise, İstanbul Bilgi Üniversitesindeki kurduğu laboratuvar ile olmuştur. Davranışsal iktisadın üniversitelerde ders olarak verilmeye başlamasıyla birlikte bu alan daha da ilgi odağı olmuş ve yapılan çalışmalar hız kazanmıştır.

Keskin ve Koparan 2010 yılında yaptıkları çalışma ile üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanım sahipliği, neden kullandıkları ve nasıl etkilendiklerini ortaya koymak için ekonometrik bir analiz gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucundan ailelerinden uzak olan öğrencilerin aileleri yanında okuyan öğrencilere göre daha fazla kredi kartı sahipliği olduğu ortaya koyulmuştur. Kız öğrenciler erkek öğrencilere göre daha az kredi kartı kullanırken, ailelerinin gelir seviyesi, yaş ve sınıf düzeyi arttıkça daha fazla kredi kartı kullanıldığı belirtilmiştir (Keskin ve Koparan, 2010).

Ülkemizde gerçekleştirilen önemli çalışmalardan bir diğeri Karabulut, Akay ve Martinsson ortak çalışması ile ortaya koyulmuştur. Çalışmalarında dini ibadetlerin insanların iş birliği ve cezalandırma dürtülerini nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Çalışmanın uygulama kısmı Ramazan ayında gerçekleştirilmiş ve kamusal mal oyununa dair bulgulardan belli sonuçlar elde etmek istemişlerdir. Sonuçlara göre Ramazan ayında oruç tutanlar ile tutmayanlar arasında iş birliği konusunda bir farklılık görülmemiş ve cezalandırma oranları daha düşük olmuştur (Akın ve Urhan, 2009:11). Şeniğne ise yapmış olduğu çalışmasında homoeconomicus ve rasyonalite kavramlarını incelemiştir. Bu iki varsayıma nöroiktisat, deneysel ve davranışsal iktisat açısından yönlendirilen eleştirileri ortaya koymuştur. Çalışmada bireylerin rasyonaliteden sapma nedenlerinin akılları yanında duygularıyla da

hareket etmelerine bağlamış ve insanların karmaşık ve biyolojik bir yapıya sahip olmalarından kaynaklandığını belirtmiştir (Şeniğne, 2011).

Hatipoğlu ise yaptığı çalışmada, 2008 yılında yaşanan küresel krizde, insanların rasyonel davranış sergileyemediklerini, sınırlı bilişsel yetenekleri ile sosyal etkileşim halinde karar aldıkları sonucunu elde etmiştir (Hatipoğlu, 2012). Aynı yıl çalışma gerçekleştiren Can ise, bireylerin ekonomik davranışları incelenirken psikolojik faktörlere de yer verilmesi gerektiğini belirtmiştir (Can, 2012). Üniversite öğrencileri üzerinde kredi kartı kullanımını inceleyen bir başka çalışma ise Ünal tarafından gerçekleştirilmiştir. Ünal okur-yazarlık oranının kredi kartı rasyonel kullanımını nasıl etkilediğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma neticesinde ekonomik okur-yazarlık, bireylerin ve tüketicilerin kredi kartı kullanımının davranışsal açıdan daha rasyonel olmasına neden olduğu açıklanmıştır (Ünal vd. 2015).

Çekiç ise 2016 yılında yaptığı çalışmada, tüketim sürecinde cinsiyet farklılığını incelemiştir. Çalışma da kadınların erkeklere göre güzel havalardan etkilenecek daha fazla alışveriş yaptıkları, modayı daha fazla takip ettikleri, marka takıntısına sahip oldukları, giyim ve gıdada ihtiyaç dışına daha çok çıkabildikleri görülmüştür. Elektronik ürünlerde ise kadınların daha rasyonel davrandıkları ortaya koyulmuştur (Çekiç, 2016). Duramaz vd. ise çalışmalarında üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımındaki davranışlarını belirlemek ve bankaların müşteri potansiyeline uygun politikalar üretmesine katkı sağlamak amacıyla incelemeler yapmışlardır. Çalışma sonucunda öğrencilerin farklı uygulama özellikleri bulunan ve avantajlı olarak gördükleri kredi kartlarına yöneldikleri görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin e-alışverişteki kolaylıklardan ve risk taşımamasından dolayı kredi kartı kullandıkları belirtilmiştir (Duramaz, 2018). Ülkemizde davranışsal iktisadın yaygınlaşmasıyla birlikte daha birçok çalışma gerçekleştirilmiş ve davranışsal iktisadın gelişmesine katkı sağlanmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DENEYSEL İKTİSAT

3.1. DENEYSEL İKTİSAT KAVRAMI

Davranışsal iktisadın teorilerinin güvenilirliğini test etme imkanı sağlayan deneysel iktisadı tanımlamadan önce Ariely'nin deneyi nasıl açıkladığına bakalım.

Eğer bedava bir virüs ya da atom altı bir parçacık olsaydı, bir elektron mikroskobundan yararlanarak, merceğin altındaki nesnenin ne olduğunu inceler, doğasını ortaya çıkarmak için onu çeşitli karışımlarla boyardık. Ya da iç bileşimlerini ortaya koyabilmek için onu herhangi bir şekilde parçalara ayırırdık. Fakat söz konusu insan davranışları olunca bu davranışları incelememizi sağlayan farklı bir yöntem kullanmamız gerekmektedir. İşte bu yönüme deney denilmektedir. Ariely'e göre bireylerin yaşamları eşzamanlı etkileyen kuvvetler nedeniyle karmaşıktır. Bu karmaşıklık da bireylerin davranışlarını tam anlamıyla çözme zorlaştırmaktadır. Sosyal bilimcilere göre, deneyler mikroskoplara veya hızlı bir şekilde açılıp kapanan ışıklara benzemektedir. Deneyler, birey davranışlarını derinlemesine anlatarak ayrıntılı bir şekilde incelemeye yaramaktadır (Ariely, 2019: 72).

İktisat bilimi ilk zamanlar astronomi, meteoroloji gibi gözleme dayanan ve deney yapma imkanına sahip olmayan bir disiplin olarak bilinmekteydi. İktisat bilimi teori ağırlıklı ilerlemekte ve yapılan çalışmalarda rastlantı sonucu oluşan saha verileri kullanılmaktaydı. Ancak veri elde etme sürecinin kontrol altında olmaması ve varsayımların analizi açısından önemli kısıtlamaların yaşanmasına sebep olması gibi problemlerle karşılaşılıyordu. 19. Yüzyıldan itibaren kendine yer bulan deneysel yöntemlerle birlikte hem teorik çalışmaların testi için istenilen parametrelerin doğrudan ölçülmesi hem de istenmeyen faktörlerin etkilerinin yok edilmesi gerçekleştirilebilmiştir. 1960'lı yıllardan itibaren Vernon Smith ve arkadaşları önderliğinde geliştirilen deneysel iktisat giderek önem kazanmış ve benimsenmeye başlanmıştır (Sara,2015: 319). Deneysel iktisat, kontrollü bir ortamda iktisadi birimler arasındaki ilişkileri inceleyen, bu amaçla veri toplayan ve bu verilerin analizlerini yapan bir iktisat programıdır. Bu tanımda geçen kontrol ifadesi laboratuvar içerisindeki kontrole işaret ederken, buna karşın deneklerin seçimi ve deneye katılanların özellikleri büyük ölçüde kontrol kavramının dışında, rastgele meydana gelen bir yapıya sahiptir (Eser ve Toigonbaeva, 2011:308).

Ekonomik durumları incelerken davranışsal iktisadın birinci yöntemi gözlemlere dayansa da, psikolojik süreçlerin insan davranışlarını ve bireysel tercihleri nasıl etkilediğini direkt ölçmek mümkün olmamaktadır. Kontrolün az olduğu sahalardan elde edilen veriler davranışsal iktisadın sorularına yetersiz kaldığı için kontrollü bir şekilde elde edilen verilere ilaveten özelliklerin ayrıştırılabileceği deneysel yöntemlerle elde edilen veriler daha bilgilendirici olmaktadır. Bu nedenle davranışsal iktisadın en iyi test etme modellerinin başında deneysel iktisat gelmektedir (Akın ve Urhan, 2009: 13). Deneysel yöntemlerin davranışsal iktisat alanında önemli bir yer edinmesinin bir başka nedeni ise, diğer yöntemlere kıyasla kontrol davranışlarının açıklanması konusunda daha çok yardımcı olmasıdır. Deneysel iktisat alanındaki bilim adamları, deneyleri temel araştırma aracı olarak tanımlamaktadırlar (Camerer ve Loewenstein, 2004, 7-8).

Teknolojik gelişmeler beraberinde iktisatta farklı yöntemlerin kullanılmasını getirmiş ve birey davranışlarını inceleyebilmek için yeni yöntemler kullanılması giderek artmıştır. Deneysel iktisat, iktisadi aktörlerin davranışlarını laboratuvar ortamında kontrollü bir şekilde incelemesine olanak sağladığı için son zamanlarda tercih edilmeye başlanmıştır (Yavuzaslan, 2018: 2153). Deneysel iktisadın güçlü yanları incelenirken bunların başında standart metodolojinin geldiğini görmekteyiz. İktisadi deneylerde karar alma birimlerinin aldıkları kararlar neticesinde deneklere ödemeler para ile yapılmaktadır. Deneye katılmaları nedeniyle bireylere para verilmesinin iki önemli nedeni vardır. Birincisi; para alınan kararın sonuçlarını evrenselleştirmede iyi bir rol oynamasıdır. İkincisi ise; değişik bilim adamları tarafından yapılan deneylerde standart bir metodoloji ortaya koymasındır (Şeniğne, 2011:68). Deneysel iktisat aslında davranışsal iktisadın uygulama kısmında yardımcı olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Davranışsal iktisat çalışmalarının yapılmasıyla birlikte deneysel iktisada da ilgi artmıştır. Deneysel iktisattaki bu gelişim süreci aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

3.2. DENEYSEL İKTİSADIN GELİŞİM SÜRECİ

Sosyal bilimlerde yer alan iktisat biliminde genellikle deneysel yöntemler kullanılmamaktadır. Böylece iktisat teorilerinin doğal bilimlerdeki gibi laboratuvar tekniklerinden faydalanarak incelenmesi son yıllara kadar gerçekleştirilememektedir. Çünkü gerçek hayatta karşılaşılan birçok faktör laboratuvarlarda elelenmekte ve birçok faktörde sabit varsayılmaktadır. Halbuki bu durumun mümkün olmadığı düşünülmüştür. Bu durum, yani deney yapılmadan test edilen iktisadi teorilerin geçerliliğinin sınırlı olması,

birçok bilim adamına göre iktisat biliminin ilerlemesini engelleyen bir olgudur. Sadece saha verilerinden elde edilen bilgilere dayanan teorilerde, söz konusu teorisinin nasıl ve ne zaman yok olacağına karar vermek ve bu yok oluşu engellemek elde değildir. Böylece, deneysel metotları kullanmak isteyen araştırmacılar soyut modelleme yoluna baş vurmuşlardır (Chamberlin, 1948: 95).

2002 yılında Nobel Vakfı “laboratuvar deneylerinde iktisadi metotları geliştirmesi” nedeniyle V. L. Smith’e Nobel Ekonomi Ödülü verilmiştir. Bugün iktisat bilminde yaptığı deneysel çalışmalarla Smith, deneysel iktisadın kurucusu olarak görülmektedir. 2002 yılı her ne kadarda deneysel iktisat açısından bir dönüm noktası olsa da deneysel araştırmaların iktisat bilminde uygulanması 1930’lu ve 1940’lı yılların başlarına kadar uzanmaktadır (Aktan vd. 2019:9-10). Deneysel iktisada katkı sağlayan diğer bilim adamları ise; L. J. Thurstone, E. H. Chamberlin, J. R. Allais, C. R. Plott, S. Siegel’dir. Deneysel iktisadi oyun teorisi ile birleştiren ünlü iktisatçılar; J. F. Nash, J. V. Neumann, O. Morgenstern ve T. C. Schelling’dir. Çalışmalarında davranışsal iktisat ve deneysel iktisadi bir arada yansıtan iktisatçılar ise Nobel ödüllerine layık görülen D. Kahneman ve R. Thaler’dir.

Deneysel iktisadın ortaya çıkışı L. Thurstone’nin makalesi ile olmuştur. Bu çalışma 1931 yılında yayınlanmıştır. Thurstone’nin çalışmasını, “The Journal of Abnormal and Social Psychology” isimli bir dergisinde yayımlanmıştır (Thurstone, L. J., 1931: 249). E. H. Chamberlin de deneysel araştırmalara yönelmiş ve 1948’de yayınladığı çalışmada piyasa da denge fiyatının nasıl oluştuğu analiz etmek için deney kurgulamıştır. Bu deneyde öğrencileri alıcılar ve satıcılar olmak üzere gruplandırmıştır. Daha sonra alıcı ve satıcı konumundaki bu öğrencilere bir miktar para vererek, herhangi bir ürüne fiyat biçmelerini istemiştir. Böylece Chamberlin pazarlık yapılabilen deneysel bir ortam kurmuştur (Chamberlin, 1948: 95-108). 1960’lı yıllara gelindiğinde V. L. Smith’in deneysel çalışmalara hız kazandığı görülmektedir.

Smith, iktisatta deneyin önemini ve neden deney yapma yolunu seçtiğini yedi madde ile açıklamıştır (Smith, 1994:113-115).

- Herhangi bir teorisinin deneysel çalışmalar ile doğruluğunun test edilmesi,
- Başarısızlıkla sonuçlanan teorilerin nedenlerinin incelenmesi ve uygulanan deneysel analizin yenilenerek tekrarlanması
- Ampirik düzenlilikler oluşturulması

- Çevresel şartlar çerçevesinde aynı kurumsal çerçevede kurumları karşılaştırmak,
- Deneysel sonuçlarını değerlendirmek ve analize tabi tutmak,
- Kurumsal tasarım için laboratuvar kurmak.

Dan Ariely ise iktisat biliminde deney yapmanın önemini şu şekilde açıklamıştır. İktisatta günlük hayatta hepimizin rasyonel olduğu varsayımı, karşılaştığımız bütün seçeneklerin değerini hesapladığımızı, daha sonra da mümkün olan en iyi eylem hattımı takip ettiğimizi ileri sürer. Fakat sergilediğimiz bu davranışlar anlamsız ve rastgele olmamaktadır. Bu davranışlar hem sistematik hem de defalarca tekrarlandıkları için öngörülebilir davranışlardır. Sosyal bilimcilere göre, deneyler mikroskoplara ya da hızla yanıp sönen şıklara benzetilmektedir. Deneyler, olayları kare kare anlatarak insan davranışını yavaşlatmamıza ve bu kuvvetleri daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesine yardımcı olmaktadır (Ariely, 2019:25-26).

Ariely'e göre bir deneyde elde edilen bilgiler, deneyin yapıldığı çevre ile sınırlı kalıyorsa bu bilgilerin değeri de sınırlı kalmıştır. Bu nedenle deneyleri, nasıl düşündüğümüz ve nasıl karar verdiğimiz konusunda, sadece bir alanda değil yaşamın çeşitli alanlarında uygulama yoluyla, iç görü sağlayarak genel bir ilkenin örneklerle açıklanması şeklinde düşünmek gerekmektedir (Ariely, 2019: 26). Deneysel iktisadı daha iyi anlayabilmek için örnek vermek yerinde olacaktır.

Dan Ariely, bireylerin başkalarının kararlarından etkilenip etkilenmediklerini ortaya koymak için bir deney hazırlamıştır. Barda gerçekleştirilen bu deneyde, bireylerin siparişlerini sesli verdiklerinde başkalarından farklı olmak için tercih etmeyecekleri içecekleri sipariş edebiliyorken, aynı içecekleri tercih ediyorken yazılı sipariş verdiklerini gözlemlemiştir. Bu durum bizlere farklı görünme ihtiyacı yüksek olan insanlar, itibara yönelik bir fayda sağlamak için kişisel faydayı feda edebilmektedirler. Fakat bu deneyin farklı kültürdeki yansımaları görmek isteyen Ariely ilk deneyini Franklinde yapmasına karşılık ikinci deneyini ise Hong Kong'da yapmıştır. Hong Kong'da yapılan deney sonucunda ise bireylerin gruplara dahil olmak güdüsüyle hareket edip aynı siparişi sesli verirken, farklı sipariş veren bireylerin ise yazılı sipariş verdiklerini ortaya koymuştur (Ariely, 2019: 233-239). Görülmektedir ki deneysel çalışmalar farklı kültürlerin farklı tercihlerini de ortaya koymakta oldukça önemlidir.

3.3. DENEYSEL İKTİSAT ALANINDA KULLANILAN YÖNTEMLER

Deneysel iktisat alanında kullanılan yöntemlere bakıldığında üç farklı yöntem kullanıldığı görülmektedir. Bunlar; saha deneyleri, laboratuvar deneyleri ve çevrimiçi deneylerdir.

3.3.1. Saha Deneyleri

İlk olarak deney denilince aklımıza gelen bir laboratuvar ortamıdır. Fakat deneklerin doğal ortamlarından ayrılmadan deney yapılması gibi durumlarında, bireyler bulundukları ortamda gözlemlenmektedirler. Deneysel iktisatta giderek tercih edilen bu duruma saha deneyleri denilmektedir.

Deneysel iktisat alanında en çok kullanılan yöntem laboratuvar yöntemleri olsa da saha deneyleri de giderek kullanılan bir yöntem haline gelmiştir. Saha deneyleri laboratuvar deneylerine alternatif olmak yerine tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Laboratuvar ortamında yapılmış ve test edilmiş bir durum saha deneyleri ile güvenilirliği kesinleştirilmektedir (Bossaerts ve Plott, 2008: 22-24).

Bu deney yönteminde, denekler genellikle bir araştırma konusuna dahil olduklarını bilmemektedirler. Bu açıdan bakıldığında saha deneylerinin, diğer deney yöntemlerine göre daha doğru sonuçlar verdiği bilinmektedir. Ancak bu deney yöntemlerinde, tüm dışsal verileri doğal bir iktisadi ortamda kontrol etmek mümkün olmadığı için diğer deney yöntemlerine göre dış verilerin kontrolü daha zordur (Kim vd. 2002: 215-231).

Saha deneylerinde, laboratuvara göre kontrolün önemli ölçüde kaybedildiği, deneye dahil edilen kişilerin genellikle birbirleriyle iletişimleri olmadığı görülmüştür. Deneysel iktisadın öncüsü olan John A. List'e göre bu deneyler, deneysel iktisatçıların sürekli karşı karşıya kaldığı laboratuvar dışında da insanların böyle davrandıklarını kim söyleyebilir eleştirisini karşılayabilecek bir yöntemdir (Carpenter vd, 2005: 1-2). Carpenter, Harrison ve List, saha deneylerinin, deneysel iktisatçıların laboratuvar da elde ettiği ilginç sonuçların laboratuvar dışında da geçerliliğini test edebilmeyi mümkün kıldığını şu şekilde belirtmişlerdir. Saha deneylerinde gözlemlenen canlılar birbirleriyle doğal şartlardadır ve iletişim halindedirler, bu deneylerde kontrol faktörleri laboratuvar deneylerine kıyasla daha az görülmektedir ve saha deneylerinin tekrar tekrar yapılması mümkün olmaktadır.

3.3.2. Laboratuvar Deneyleri

Bazı deneysel iktisatçılar bireylerin karar alma mekanizmalarını laboratuvar ortamında incelerken, diğer iktisatçılar ise iktisat teorilerinin test edilişinde deneylerden faydalanmaktadırlar (Bossaerts ve Plott, 2008: 22-24). Laboratuvar deneyleri deneysel iktisadın ilk olarak kullandığı ve günümüzde de yararlandığı bir yöntemdir.

Laboratuvar deneylerinde ilk amaç karar alma mekanizmalarının anlaşılmasını sağlamaktır. İktisat alanında ise deneyler farklı amaçlar ile kullanılmaktadır. Örneğin deneysel iktisatçılar, laboratuvar ortamında bireylerin karar alma mekanizmalarını analiz etmektedirler. Ayrıca laboratuvar deneylerinde, kontrollü ve gözlemlenebilir bir ortamda deneklerin yaptığı seçimler doğrultusunda iktisadi davranışlar hakkında bilgi edinilmeye çalışılmaktadır. Deneysel iktisatta kullanılan laboratuvarlar genellikle üniversite öğrencilerinin denek olarak kullanılmasından dolayı üniversitelerde yer almaktadır. Bu deney yönteminde genellikle deneklere, verilen senaryoları dış ortamdan uzak tutulan bir yerde uygulamaları istenmektedir. Deneklere senaryoya uyum süreçlerinde güdülemek için ise para verilmektedir (Şeniğne, 2011:69).

3.3.3. Çevrimiçi Deneyler

Online deneme yöntemleri de denilen çevrimiçi deney yöntemleri, internet kullanımının artması ve doğal ortamdan soyutlama gibi durumların olmaması nedeniyle günümüze oldukça fazla kullanılan bir yöntem haline gelmiştir. Çevrimiçi deneylerin diğer deneylerden ayırtıcı ve kolaylaştıran en önemli özelliği birçok insanın aynı anda gözlemlenmesinin sağlanabilmesidir.

Genellikle kamusal mal oyunları ve ihale teorisi gibi deneylerde çevrimiçi deney yöntemi oldukça fazla kullanılmaktadır. İktisat laboratuvarlarında yapılan incelemelerden sonra deneysel iktisat çalışmasında elde edilen sonuçlar test edilerek, deneysel iktisat çalışmasında elde edilen bulgular eksik yönleri tespit edilerek ortaya konulur. Ortaya konulan bu bulgular sonrasında ise geliştirilmesi için online olarak çalışmalar yapılmaktadır. Bu yönüyle çevrimiçi deneyler saha deneylerine benzemektedir. Fakat çevrimiçi deneyler tekrar değiştirilip gözden geçirilebilmektedir (Arechar vd. 2018:120).

3.4. TÜRKİYE’DE DENEYSEL İKTİSAT

Deneysel iktisadın öncüsü olarak kabul edilen V. Smith 1989 yılında kaleme aldığı makalesinde iktisat biliminin önsel yani “a priori” bir bilim olduğunu ve teori ile gözlem

arasında bir bağa dayalı olmayan bir bilim olduğunu öne sürmüştür (Smith, 1989: 151). Smith'in deneysel araştırmaların iktisat alanında önemli olduğunu vurguladığı bu düşüncelerden kısa bir süre sonra Charles Plott iktisat bilimine deneysel iktisat ile ilgili yaptığı söylemler ile ciddi katkılar sunmuştur.

Charless Plott kaleme aldığı çalışmasında; iktisat bilim, birkaç yüz yıldır laboratuvar dışı bir bilim olarak kabul edildiğini ve birçok araştırmacının laboratuvar çalışmalarının uygulanmasının mümkün olamayacağı bilim dalları arasında iktisat bilimini gösterdiklerini belirtmiştir. Fakat Plott'a göre iktisat bilimi hem saha hem de laboratuvar çalışmalarının yapılabileceği ender bilim dallarından birisiydi. Ayrıca Plott laboratuvar metodolojisi zamanla büyüüp iktisadi davranışları açıklamaya yardımcı olacağını da ileri sürmüştür (Plott, 1991:901-919). Deneysel iktisat alanında ortaya atılan bu bilgiler beraberinde birçok çalışmayı getirmiştir. Bu çalışmalar ülkemizde de deneysel iktisada ilgiyi artırmış ve bilim adamlarımızın bu alana yönelmelerine vesile olmuştur. Ülkemizde iktisadi açıdan deneylerle ilgilenen akademisyen sayısı oldukça hala çok azdır. Fakat gün geçtikçe bu alana yönelen bilim adamı sayısı artmaktadır.

Ülkemizde ilk iktisadi açıdan deneysel çalışmayı Dr. Kevin Hasker ve Dr. Zafer Akın başlatılmıştır. Tübitak projesi olarak desteklenen bu çalışma Bilkent Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilmiştir. Akın ve Hasker, 'Oyuncular Öğrenmeyi Öğreniyorlar mı? Değişen Sayıda Hareketli Sabit-Toplam Oyunlarından Örnekler' adlı projelerin de bireylerin stratejik ortamlarda öğrenme davranışlarını analiz edecek bir dizi deney yaparak farklı öğrenme modellerinin hangilerinin kullanıldığını belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada, deneklere bir dizi sabit-toplam ve değişik karmaşıklıkta oyunlar oynatılmış ve oynadıkları müddetçe oyun ve rakipleri hakkındaki tahminleri kaydedilmiştir. Bu oyun sayesinde davranışların, oyunun formatı ve zamana göre nasıl değiştiğini tespit edilecek ve insanların öğrenmeyi öğrenip öğrenmedikleri sorusunun cevabı bulunmuş olacaktır. Ayrıca Dr. Zafer Akın yurtdışında birçok deneysel çalışma gerçekleştirmesine ilaveten TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi'nde Tübitak desteği ile bir başka çalışmaya da imza atmıştır. Projesinde bireylerin karar almak zorunda oldukları durumlarda karşılaştığı ve tercihlerinin de yine zamanla değişebildiği bir ortamda uzun dönemli bir projeyi nasıl bitireceğine yönelik deneysel ve teorik bir çalışma yürütmektedir. Türkiye'de deneysel iktisatta öne çıkan bir başka isim ise Dr. Seda Ertaç'tır. Ertaç Koç üniversitesinde deneysel iktisat adı altında ilk dersi vermekte olup, Avrupa Birliğinden aldığı desteklerle çalışmalarına devam etmektedir.

Ülkemizde davranışsal iktisat adı altında ilk dersi veren akademisyen ise; Dr. Gökhan Karabulut'tur. Karabulut, Göteborg Üniversitesi'nde iki akademisyen ile gerçekleştirdiği deneyler ise bu alana sağladığı diğer katkılardır. Karabulut, Akay ve Martinsson ile birlikte dini ritüellerin iş birliği ve cezalandırma üzerine etkilerini ramazan ayı içerisinde, basit bir kamusal mal oyunu ile araştırmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler göstermektedir ki, Ramazan ayının tamamında oruç tutanların iş birliği düzeylerinde, hiç ya da bir miktar tutanlara göre istatistiksel bir farkındalık görülmemektedirken, cezalandırma oranları daha düşük olmaktadır (Akın ve Urhan, 2009: 9-10). Ülkemizdeki deneysel iktisat laboratuvarlarına bakacak olursak, Dr. Ayça Ebru Giritligil başkanlığında Bilgi Üniversite'sinde faaliyete geçen laboratuvarla birlikte hala daha ülkemizde yeterli sayıda laboratuvar ortamı sağlanmamıştır. Bu durumdan anlaşılmaktadır ki Dünya genelinde gün geçtikçe daha fazla tercih edilen ve gerek duyulan bir yöntem haline gelen deneysel iktisadın, ülkemizde de farkındalığını artırmak ve bilim adamlarımızı bu alana yönlendirmemiz gerekmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DÜRTME, BEDAVANIN CAZİBESİ VE ÖZKONTROL

4.1. THALER'IN DÜRTME TEORİSİ

İlk kez 1968 yılında verilmeye başlanan Nobel Ödülü 2017 yılında Ekonomi alanında çalışmalar yapan Richard Thaler uygun görülmüştür. Davranışsal iktisadın babası olarak görülen Thaler'ın Nobel Ekonomi Ödülüne layık görülmesi ortaya attığı “dürtme” kavramına ilgiyi artırmıştır. Şu anda ABD Chicago Üniversitesi'nde Davranış Bilimi ve Ekonomi profesörü olarak görev yapan Thaler aynı zamanda “dürtme” isimli kitabında yazarıdır. Thaler; sınırlı rasyonellik, sosyal seçimler, öz-denetim yokluğu sonuçlarına yönelmiş ve ekonomik karar alma süreciyle psikolojik varsayımları birleştirerek davranışsal iktisada birçok yönden katkı sağlamıştır.

Dürtme teorisi, seçeneklerin yasaklanmasına karşı çıkan ve davranış değişikliği temelinde yapılandırılan ve Thaler ve Sunstein tarafından geliştirilen, bir teoridir. Bu teori ile insanlar doğru olana yönlendirilmiştir. Ayrıca bu teori ortaya atıldığından beri kamu politikası olarak, hükümetler tarafından kullanılmıştır. Çeşitli alanlarda kullanılan dürtme teorisi, eğitim, enerji, tasarruf yanında sağlık alanında da kullanılmaya çalışılmıştır. Özellikle ABD, Japonya, İngiltere, Danimarka, Yunanistan ve Türkiye’de sağlık alanında kamu politikası olarak uygulanmaya başlanmıştır (Aldemir ve Kaya, 2020: 124). Thaler ve Sunstein'in “Dürtme” adlı çalışmalarında bireylerin bazı anlarda öz kontrollerini kaybettiklerini ve bu nedenle yanlış seçim yaptıkları düşüncesini ortaya atmışlardır. Bu yüzden bireylerin tasarruf etmesini sağlamak veya finansal durumlarını daha iyi hale getirmek amacıyla aldıkları kararlarda onları dürtmek gerekmektedir. Böylece davranışsal iktisat politikaları oluşturulur ve bu politikalarla davranışsal iktisat pratiğe geçirilmiş olur. Dürtme kavramı bireylerin tercihlerini ortadan kaldırmadan, bireyleri nazik bir şekilde belli bir yöne doğru itmektir. Örneğin bireysel emeklilik planından ayrılmak isteyen bir birey erken geri çekmek neticesinde karşılaşacağı fazla vergiyi göz önüne alarak bu durumdan vazgeçebilir. Thaler ve Sunstein böyle durumlarda kamu politikalarını da bu şekilde dizayn edilebileceğini savunmaktadırlar (Kamilçelebi, 2019:73).

Thaler ortaya attığı dürtme kavramını kitabında şöyle tanımlamıştır. “İnsan davranışlarını tahmin edilecek bir şekilde, seçenekleri yasaklamadan ya da insanların muhatap olduğu ekonomik teşvikleri fazla değiştirmeden yönlendiren seçim mimarisine biz

dürtme diyoruz”. (Thaler ve Sunstein, 2019: 17). Burada dikkat etmemiz gereken nokta seçenekleri ortadan kaldırmamak ve ekonomik teşvikleri fazla değiştirmemektir.

Thaler’a göre her müdahale dürtme sayılmamaktadır. Dürtme olarak sayabileceğimiz müdahalelerin, kolay olması ve bireyin bu müdahalelerden kaçması durumunda herhangi bir maliyete katlanmaması gerekmektedir (Thaler ve Sunstein, 2019:17). Dürtme kavramını daha iyi anlayabilmek için Thaler’ın kitabında bahsettiği seçim mimarı, özgürlükçü paternalizm ve zihinsel muhasebe kavramlarını da açıklamak gerekmektedir.

Thaler’a göre seçim mimarı, insanların karar verecekleri konuya ilişkin bağlamı organize etme sorumluluğunu yüklenmiş kişidir. Örneğin, kantin menülerinde yer alan yiyecek kalemlerini değiştirmeden yemeklerin tezgâhlar da yer alma sıralarında ve sunum yerlerinde değişiklik yapmanın çocukların yemek seçimi üzerindeki etkilerini araştırılacak bir deney yapılmıştır. Bu deney ile birlikte tatlılar ve meyveler, bazı okul kantinlerinde öne, bazılarında arkaya, bazılarında ise ayrı bir bölüme koyulmuştur. Bazı kantinlerde kızarmış patatesler, bazılarında da havuç çubukları göz hizasına yerleştirilmiştir. Bu deneyi uygulayan Carolyn, deney sonucunda %25 e kadar yemek seçimlerinde değişiklik olduğunu gözlemlemiştir. Böylece görülmüştür ki küçük dokunuşlar ile birlikte yapılan seçimlerde büyük değişiklikler yaratılabilmiştir. Thaler’a göre aslında birçok insan farkında olmadan bir seçim mimarı olarak kendini buluverir. Mesela bir seçimde oy pusulasını tasarlayan kişi, Bir hasta için alternatif tedavi yöntemleri ve ilaçlar tavsiye eden bir doktor, Şirket sağlık planına dahil olacak yeni elemanların dolduracakları formun tasarımını yapan kişi, çocukları için muhtemel eğitim seçeneklerini sıralayan anne, baba veya bir satış temsilcisi, bunların hepsi bir seçim mimarıdır (Thaler ve Sunstein, 2019: 11-13). Thaler’ın belirttiği seçim mimarisi aslında küçük dürtmeleri yapan kişilerdir. Seçim mimarilerine aslında bireylerin karar verecekleri ortamı düzenleme sorumluluğu olan ve bizleri yönlendiren kişiler de diyebiliriz. Çünkü seçim mimarilerinin belirlediği düzenlemeler doğrultusunda bireyler seçimlerini değiştirebilirler. Thaler’ın dürtme kitabında önem verdiği bir diğer kavram ise özgürlükçü paternalizmdir. Bu kavrama göre bireyler doğru olan seçeneklere, seçimlerinde bir kısıtlama yapılmadan yönlendirilmelidir. Thaler kitabında özgürlükçü paternalizm kavramını açıklarken, özgürlük ve paternalist kısımlarına ayrı ayrı dikkat çekmiştir.

Paternalizm kavramı genel anlamıyla, bir bireyin kendi çıkarlarının gözetilmesi amacıyla kendi isteklerini geçersiz kılan bir politika olarak tanımlanmaktadır. İlgili otoritelerin, ebeveynler ile çocukları arasındaki ilişkilere benzer şekilde, gerçek çıkarlarına

yönelmekten aciz olanların tercihlerini geçersiz kılma hakkına sahip olan bu kavram aynı zamanda babacılık anlamına da gelmektedir (Thomas ve Buckmaster, 2010:1). Paternalizm kelimesi ile özgürlükçü kelimeleri arasında karmaşık bir ilişkinin yanında güçlüde bir bağ vardır. Kişilerin özgürlükleri paternalist eylemler ile kısıtlanabilir veya ihlal edilebilir. Fakat bu kısıtlama ve ihlal bireyin faydasını artırmaya yönelikse paternalist olduğu iddia edilebilir. Bu duruma emniyet kemeri örneği verilebilir. Bu kemerin takılmasının istenmesi ve takılmadığı durumda para cezası verilmesi bireylerin özgürlüklerini kısıtlamaktadır fakat herhangi bir kaza durumunda kişinin yararına bir durum sağlanması amacı taşımaktadır. Böylelikle bu durum paternalizm olarak kabul edilmektedir. Ancak bir bireyin özgürlüğünü kısıtlayarak, o kişiye zorbalık yapılması, kişinin özgürlüğünü ihlal etmiş olsa da, paternalist eylem olarak kabul edilmemektedir (Shiffrin, 2000:216).

Thaler'a göre özgürlükçü olma özelliği genelde insanların istediklerini yapabilme konusunda özgür olmalarının desteklenmesinde yatmaktadır. Thaler paternalizm sözcüğünü yumuşatmak adına kullandığı özgürlükçü kelimesi ile sadece seçim özgürlüğünden bahsetmiştir. Özgürlükçü paternalizm taraftarları, bireylerin kendi tercihlerine yönelmesini kolaylaştırmak ister ve özgürlüklerini kullanmak isteyenleri engellemeye kalkmazlar. Thaler'a göre stratejilerinin paternalist olma özelliği, kaynağını daha uzun, daha sağlıklı ve daha iyi bir yaşam sürmelerini sağlamak için seçim mimarlarının insanların davranışlarını etkilemeye çalışmalarını meşru görmesine dayanmaktadır. Bu görüşe göre seçim yapanlar daha iyi bir duruma getirecek şekilde etkilemeye çalışması paternalist olduğunu göstermektedir. Özgürlükçü paternalizm kavramı ile herhangi bir seçeneğin dışlanmaması, yasaklanmaması paternalizm kavramının müdahaleci olmayan bir türü olduğunu göstermektedir (Thaler ve Sunstein, 2019: 16-17). Thaler'ın dürtmenin etkilerini anlatırken yararlandığı bir diğer kavram ise zihinsel muhasebedir.

Thaler, zihinsel muhasebe ile beklenti teorisini bir araya getirerek, bireylerin belli bir alan dışındaki diğer koşulların görmezden gelip kararlar aldığını belirtmiştir (Toigonbaeva ve Eser, 2011: 300). Bireylerin işletmeler gibi finansal aktivitelerini değerlendirdikleri, gruplandıkları ve olaylara ilişkin kararlarını ayrı mental hesaplara kaydedip izledikleri bilişsel yollara zihinsel muhasebe denilmektedir. Bireyler tıpkı şirketler gibi her bir finansal işlem için zihinlerinde ayrı bir zihinsel hesap açıp söz konusu işlemi diğer işlemlerden bağımsız bir şekilde değerlendirip izlerler. Zihinsel hesaba kaydedilen bir sonuca başka bir açıdan bakmaya çalışmak zorlaşmakta ve bu durum bireylerin kararlarını beklenmedik bir

şekilde etkilemektedir (Döm, 2003: 111). Thaler ise kitabında zihinsel muhasebeyi iç kontrol sistemlerini otokontrol sorunlarıyla başa çıkmanın bir başka yolu olarak açıklamaktadır. Zihinsel muhasebe bireylerin aile bütçelerini yapmak, ayarlamak ve uygulamak için kullandıkları bir sistemdir. Farkında olmadan neredeyse her birey zihinden hesaplar yapmaktadır (Thaler ve Sunstein, 2019: 69). Zihinsel muhasebe ile parayı nasıl değerlendirdiğimizi açıklamamız yanında, alınan her doğru karar ile zihinsel muhasebe kapsamında olumlu sonuçlar elde etmek mümkündür.

4.1.1. Dürtmeler ve Etkileri

Thaler'ın ortaya atmış olduğu dürtme kavramı ile birlikte hem bireylerin hem de toplumun tercihlerini olumlu yönde etkileyebilir ve yönlendirebiliriz. Özellikle bireylerin kişisel tercihlerini rahatlıkla sergiledikleri sağlık, finans, eğitim gibi alanlarda oldukça uygulanması kolay olan bir etki olarak görebiliriz. Dürtmelerin etkilerini özel kesimde olduğu kadar kamu politikası şeklinde de gözlemleyebiliriz. Dürtmelerin etkilerini daha iyi anlayabilmek için örnekler ile açıklayabiliriz.

Yapılan bir dürtme uygulamasıyla sigara ve tütün kullanımı azaltılmaya çalışılmış ve bu doğrultuda sigara ve tütün almak isteyenlere her yıl satın alma izni belgesi için başvuru yapmaları istenmiştir. Böylece bireylere sigara ve tütün kullanıp, kullanamama arasında tercihleri hatırlatılmıştır. Bireyler bilinçli olarak karar vermişlerdir ve bu belgeyi alabilmek için çaba sarf etmek zorunda kalmışlardır. Diğer bir uygulama ise, vergiler ile ilgilidir. Vergi idaresi tarafından, bireylerin yaşadıkları bölgedeki çoğunluğun vergilerini ödedikleri açıklama mektuplarıdır. Genellikle bireyler birbirlerinin davranışlarını önemsemektedirler. Bu nedenle bireylerin vergi yükümlülüklerini yerine getirmelerini dürtten bir uygulama olmuştur (Grand ve New, 2015: 132-133). Amsterdam Schiphol Havaalanı'ndaki erkek tuvaletlerinde her klozet ve pisuvar içine karasinek figürü koyulması ayrı bir dürtme örneğidir. Havaalanı yetkilileri temizlikçilerine göre klozet ve pisuvarların içine koyulan karasinek çıkartması ile bireylerin o noktaya odaklanması sağlanmıştır. Yapılan bu uygulama ile idrar sıçratma oranının yüzde 80 azaldığı ve dürtme politikasının işe yaradığı ortaya koyulmuştur (Thaler ve Sunstein, 2019: 14). Diğer bir dürtme örneği ise Kopemhag'da "Pure Love" sloganıyla dikkat çekmiştir. Bu dürtme ile çöp kutularına giden çevreci yeşil ayaklar koyulmuş ve çöp kutularına dikkat çekilmiştir. Yapılan bu uygulamanın da başarılı olduğu bildirilmiştir. Yapılan diğer bir çalışma ise Amerika Birleşik Devletleri'nde 2018 Mayıs ayından itibaren uygulanan yemeklerin ve içeceklerin

kalorilerinin yazılması kuralıdır. Uygulamayla bireylerin bilgi sahibi olmadıkları yiyeceklerin kalori ile ilgili bilgi sahibi olmak ve daha rasyonel kararlar almalarını sağlayabilmektedir. Bu uygulama Obama döneminde alınmıştır ve artan obezitenin önüne geçilmesi amaçlanmıştır (Erdoğan ve Karagöl, 2019:12-13). Birçok ülkede uygulanan davranışsal iktisat politikaları ve dürtme uygulamaları ülkemizde de önem verilen bir konu olmuştur. Bu uygulamalar bazı şehirlerimizde karşımıza çıkabilmektedir.

Aydın Büyükşehir Belediyesi, 2017 yılında kentte belirli yerlere koyduğu üç boyutlu yaya geçitleri sayesinde bireylerin yaya geçitlerine yönelmelerini sağlamıştır. Ayrıca sürücüler için optik yanılsama sağlayarak bu yaya geçitlerine yaklaşırken yavaşlamaları amaçlanmıştır. Böylece sürücülerden yayalara karşı bir farkındalık yaratılarak yayaların müdahil oldukları kazalar önlenmeye çalışılmıştır. Bu uygulamaya benzer başka bir uygulamada 2018 yılında Denizli ilinde bir ilkokul önünde gerçekleştirilmiştir. Ülkemizden verebileceğimiz bir başka örnek ise İzmir’de görülmüştür. İzmir metrosun da bireyleri asansör veya yürüyen merdiven yerine normal merdivene yönlendirmek amaçlı basamakları harcanabilecek kalori miktarları yazılmıştır. Böylece bireyler her basamakta ne kadar kalori harcayacağı gösterilmiş ve merdiven kullanmaya teşvik edilmiştir (Erdoğan ve Karagöl, 2019: 7-8).

4.2. ÖZKONTROL

Bireylerin içsel tepkilerinde değişiklik yaratabilme ve istekleri bastırma yeteneğine öz kontrol denilmektedir. Bireylerin istemedikleri davranışların önüne geçebilme ve bu tür davranışlardan kendini alıkoymasını da öz kontrolün bir özelliğidir (Tangney vd., 2004: 314). Muraven ve Baumeister ise öz kontrolü benliğimiz tarafından kendimizi kontrol etme çabamız olarak tanımlamıştır (Muraven ve Baumeister, 2000: 247). Bireylerin kendilerini kontrol edebilme sınırları uyum sürecindeki en önemli özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin kişilerin sağlıklı ve mutlu oldukları zamanlar en fazla uyum ve benlik gösterdikleri anlardır. Bu açıdan bakıldığında öz kontrolü kişilerin çevreleri ve benlikleri arasındaki gerekli uyumun yakalanması için kişiliğini ve davranışlarını değiştirebilme becerisi olarak adlandırabiliriz (Rothbaum vd., 1982:6).

Öz kontrol kavramı dürtüsellik, vicdan, öz düzenleme, tatmin gecikmesi, dikkatsizlik ve hiperaktiflik gibi farklı ölçümleri değerlendirmesinde kullanılmaktadır. Bu nedenle öz kontrol kavramları birbirine bağlayan, sosyal ve davranış bilimlerini birleştiren bir kavram olarak literatürde yerini almıştır (Moffitt vd., 2011: 2693). Bireylerin öz kontrol

derecelerinde kişiden kişiye farklılıklar görülmektedir. Örneğin yüksek öz kontrole sahip bireylerin öfkelerine hâkim olabilme, verdikleri sözleri yerine getirebilme, birikim yapabilme, belirledikleri işleri başarıyla sonuçlandırma gibi özellikleri düşük öz kontrole sahip bireylerden daha iyidir (Tangney vd., 2004: 315). Ayrıca arzularını, isteklerini, davranışlarını ve performanslarını kontrol altında tutabilen insanlar birçok alanda diğer insanlardan daha mutludurlar. Bunun nedeni ise, öz kontrole sahip insanların isteklerini kalıcı kılmak ve memnuniyetlerini baskılamak konusunda iyi olmalarıdır (Muammar, 2015: 71-72).

Öz kontrol durumu her alanda oldukça önemli bir kavram halini almıştır. Tüketici alışkanlıkları incelenirken de öz kontrolün ciddi bir şekilde ele alınması ve plansız satın almada ne derece etkili olduğu ortaya koyulması gerekmektedir. Bireylerin genellikle dürtüsel davranışlar neticesinde plansız tüketime yönelebileceği bilinmektedir. Burada etkili olan kavram bu bireylerin öz kontrol seviyelerinin yüksek veya düşük olmasıdır. Bu durumda economicilerin irdeleyici durum tüketici öz kontrolü olmaktadır.

Bireylerin harcamaları ile ilgili kararlarını kendilerinin belirleyebildiği kurallara göre düzenlemesi tüketici öz kontrolü olarak tanımlanabilmektedir (Haws vd., 2012:697). Tüketim sürecinde de sosyal ilişkiler de olduğu gibi öz kontrolü yüksek olan bireyler alışveriş yapmadan önce daha çok düşünerek hareket edebilir ve anlık isteklerinin önüne geçerek gereksiz harcamalardan kaçınabilirler. Özellikle yapılan harcamalarda anlık memnuniyetini düşünmeyen bireyler ihtiyaçları doğrultusunda tüketime yönelebilirler.

4.3. BEDAVANIN CAZİBESİ

Tüketiciler bedava olan bir ürün aşırı derecede reaksiyon göstermektedir. Böylece tüketicilerin seçim kararları etkilenmekte ve fiyatların düşmesinden çok daha fazla içsel değer artmaktadır. Bu durum sıfırın sadece bir sayıdan ibaret olmadığını ve tüketicilerde özel bir yeri olduğunu göstermektedir (Akkuş, 2018: 388). Sıfır başka bir fiyat olmanın çok ötesinde akıldışı bir heyecan kaynağı ve duygusal bir bantelidir. 50 sentten 20 sente düşürülen bir ürünü veya 50 sentten 2 sente düşürülen bir ürünü bazı tüketiciler için satın alınabilir. Fakat 50 sentten 0'a düşürülen bir ürünü kesinlikle alırsınız. Sıfır maliyeti karşı tüketiciler karşı koyamaz ve o ürün bizlere acayip cazip gelir. Örneğin ihtiyacı olmayan bir ürünü bile alarak eve kadar taşımak ve çoğu zaman kullanmayıp çöpe atacağımız promosyon ürünleri almak sıfır bedava olduğu için katlanılan bir süreçtir. Ariely arkadaşlarıyla yaptığı bir deneyde bedavanın etkisini test etmek için halka açık büyük bir binada stant kurarak

tüketicilere iki çeşit çikolata ikram etmiştir. Tüketiciler standa yaklaştığında iki adet çikolatanın da fiyatlarını görebilmektedirler. Çikolatalardan ilki İsviçre firması tarafından üretilen Lindt'in özellikleri çikolata topları pahalıdır ve özellikle kutusuyla alındığında her bir çikolata topu 30 sente gelmektedir. Diğer taraftan Hershey's Kisses adında sıradan bir çikolata vardır. Ünlü Linty çikolatasına 15 sent ve Kisses çikolatasına ise 1 sent fiyat biçilerek satışa sunulduğunda denekler akılcı bir davranış sergileyerek çikolatanın kalite ve fiyatını kıyaslayarak tüketicilerin %73'ü çikolata toplarını ve % 27'si ise Kiss'i tercih etmişlerdir. Daha sonra bedavanın cazibesinin etkisini görmek isteyen Daniely ve arkadaşları Lindt çikolata topuna 14 sent ve Kiss'lere ise bedava demiştir. Neticede iki çikolatanın da fiyatını sadece 1 sent düşürmüşlerdir. Fakat bedavanın etkisi kendini göstermiştir ve deneklerin % 69'u Lindt çikolata topunu almaktan vazgeçerek bedava olan Kiss'i tercih etmiştir. Lindt'i tercih eden tüketiciler ise % 73'den % 31'e düştü (Ariely, 2019: 71-73). Görülmektedir ki bedava ürünler orantısız bir şekilde tercih edilmektedir. Tüketiciler karar alırken genellikle duygularıyla hareket etmekte ve uyaranlara yönelmektedir. Karar verme sürecinde başvurulmuş duyular havuzu her tercih ile alakalı olumlu ve olumsuz tüm yönlerini kapsar ve karar verme sürecinde bir temel olarak görev yapar. Bu olumlu ve olumsuz durumlar bireylerin bilişsel kaynaklara tam erişememesi neticesinde karar verme davranışlarını etkileyen sezgilerin kullanımının artması ile sonuçlanır. Böylece bedava ürünler tüketiciler için daha cazip hale gelir ve tüketicinin bedava ürünü seçme olasılığını artırır (Delargy, 2011:6).

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ VE UYGULAMA

Bu bölümde ilk olarak davranışsal iktisat kapsamında dürtmeler, tüketici harcama öz kontrolü ve bedavanın cazibesi ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilecektir. Daha sonra çalışmanın metot kısmına geçilecek ve çalışmanın önemi, yöntemi ve amacı açıklanarak çalışma sonunda elde edilen veriler değerlendirilecektir.

5.1. LİTERATÜR ÖZETİ

Davranışsal iktisat alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde, dürtmelerin etkisini konu alan birçok çalışmaya rastlanmasına rağmen bedavanın cazibesi ve tüketici harcama öz kontrolünün etkilerinin araştırıldığı çok az sayıda çalışmaya rastlanmıştır.

Nikoalaou vd. (2014) kalori etiketlemenin genç yetişkinlerin kalori alımlarını ve görüşlerini etkileyip etkilemeyeceğini araştırdığı çalışmasında kalori etiketleme hakkında görüşleri ölçebilecek bir anket hazırlanmıştır ve bu anket 1440 kişiye uygulanmıştır. Katılımcıların özellikleri ve yanıtları SPSS 21 yazılımı ile istatistiksel olarak test edilmiştir. Çalışma kalori etiketlemesinin tercihler üzerinde etkisinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Somon vd. (2014) çalışmalarında dürtme ve öz kontrolü sağlıklı gıda tüketiminde incelemişlerdir. Çalışmaya 177 denek dahil edilmiştir. Diğer çalışmaların aksine düşük öz kontrolden yararlanma şekillerinin incelendiği çalışmada önceki çalışmalarla uyumlu olarak, bireylerin düşük öz kontrol altında daha sağlıklı yiyecek seçimi yaptıkları sonucuna varılmıştır. Fakat düşük öz kontrolün gıda seçimi üzerindeki olumsuz etkisi, sağlıklı seçenek sosyal kanıt buluşsal yöntemiyle ilişkilendirildiğinde sonuç değişmiş ve düşük öz kontrole sahip bireyler daha sağlıklı seçimlere yönelmişlerdir. Çalışma sonucunda düşük öz kontrolden yararlanılarak sağlıklı gıda seçimlerine yönelmenin yüksek öz kontrolden daha faydalı sonuçlar doğurabileceği belirtilmiştir.

Sunstein (2014) kısa bir makale kaleme alarak çalışmasında önemli dürtme teorilerini listelemiştir. Çalışma ile literatüre katkı sağlayan Sunstein dürtmenin detaylı bir şekilde anlaşılmasını sağlamıştır. Ayrıca çalışmada araştırmalarda yürütülebilecek bir tür ayrı “davranışsal içgörü birimi” mi yoksa mevcut kurumlara mı dayandırılacağı sorusuna yönelik bir tartışma sunmuştur.

Bhargava ve Loewenstein (2015) dürtmenin son yıllarda bireylerin karar verme sınırlarını ve sonuçlarını tanıyan alternatif bir yaklaşım olan dürtmeyi çalışmada kamu politikaları açısından ele almışlardır. Çalışmada kamu politikalarının orantılı çözümler sunduğunu ve sağlık sigortası, mahremiyet ve iklim değişikliklerindeki çalışmalarının olumlu sonuçlar doğurduğunu belirtmişlerdir.

Benartzi vd. (2017) dürtme etkilerine hükümetler açısından yaklaşan çalışmalarında hükümetlerin dürtmelere yatırımları konusunu incelemişlerdir. Çalışmada dürtme işleminin, geleneksel politikalarla birlikte daha sık kullanılması gereken değerli bir yaklaşım olduğu sonucuna varılmış ve dürtmenin etkinliğinin belirlemek için daha fazla hesaplama ihtiyacı duyulacağı belirtilmiştir.

Camella ve Bol (2017) çalışmalarında sağlıklı bir gelecek için kalori etiketleme yöntemi ile öz kontrol arasında ilişkiyi incelemişlerdir. Özellikle gelişmekte olan genç bireylerin aşırı kilo ve obezite sorunu ile karşı karşıya olmaları nedeniyle bu bireyler çalışmanın hedef kitlesini oluşturmuşlardır. Çalışma kalori etiketlemenin daha düşük kalorili yiyecek ve içecek seçeneklerini seçme olasılığını artırdığını belirtilmiştir. Özellikle yüksek öz kontrole sahip bireylerin daha düşük kalorili yiyeceklere yöneldiği ve düşük öz kontrol sahibi bireylerin kaloriye dikkat etmeden tüketim gerçekleştirdikleri ortaya koyulmuştur. Çalışma obezite gibi büyük bir probleme çözüm sunarken beslenme bilgilerine ek olarak öz kontrol etkisine de dikkat çekmiştir.

Akkuş (2018) turistik satın alma sürecinde bedavanın etkisini oteller üzerinde yaptığı bir çalışma ile ortaya koymuştur. Çalışmada oda ve kahvaltı fiyatları verilen üç yıldızlı ve dört yıldızlı olmak üzere iki otel belirlenmiştir. Bu otellerin oda kahvaltı fiyatları arasında çok az bir fark olacak şekilde belirlenmesine dikkat edilmiştir. İlk aşamada dört yıldızlı otelin daha fazla tercih edildiği görülmüştür. Diğer aşamada ise bedavanın tercihler üzerindeki etkisini görebilmek için, üç yıldızlı otelin kahvaltısının ücretsiz olduğunu belirtilmiştir. Tüketicilerin birçoğu bedavanın cazibesi ile üç yıldızlı otele yönelmiş ve tüketici kararlarının bedavanın etkisiyle ters yönde değiştiği görülmüştür. Çalışma sonucunda sıfır fiyatın etkisinin tüketiciler üzerinde oldukça etkili olduğu ortaya koyulmuştur.

Mohr ve dg. (2019) yaptıkları çalışmalarında fastfood siparişi sırasında yiyeceklerin enerji içeriğini düşürmede dürtmelerin üzerinde cinsiyet ve öz kontrolün etkisini araştırmışlardır. Araştırmalarına 401 üniversite öğrencisi katılmıştır. Katılımcılardan öncelikle kalori hedeflerini belirlemeleri istenmiştir. Çalışmaları sonucunda öz kontrol

düzeyinin yüksek olduğu tüketicilerde her iki cinsiyet içinde daha düşük kalori alımına yönelindikleri ortaya koyulmuştur. Böylece kalori alımını azaltmayı amaçlayan seçim ortamları tasarlamak için öz kontrolün önemine vurgu yapılmıştır.

Lembcke (2019) çalışmasında dürtme kavramının önemi üzerinde durarak dijital dürtülere hakkında bilgi verilmiştir. Dijital dürtüler için etik ortam sağlamaya çalışılan araştırmada dürtülerin bireylerin özgürlüklerini korumasına, dürtülerin şeffaf bir şekilde sunulmasına ve hedef odaklı olması gerektiğine değinilmiştir. Dürtmeye farklı bir açıdan yaklaşan bu çalışma ile literatüre katkı sağlanmıştır.

Yayar ve Karaca (2019) kamu çalışanlarının tüketim eğilimlerini davranışsal iktisat çerçevesinde incelemiştir. Çalışmalarında Tokat ilinde 409 kişiye yüz yüze anket yöntemi uygulamışlardır. Yüzde analizi ve ki kare kullanılan çalışmada öz kontrol ile de ilgili sonuçlar elde etmişlerdir. Analiz sonucunda erkeklerin daha fazla piyasa normlarına göre hareket ettikleri ve yaşı daha büyük olan tüketicilerin öz kontrollerini daha fazla sağladıkları, gençlerin yaşlılara göre daha fazla risk alabildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Korkut (2019) çalışmasında tüketicilerin satın alma kararları ile dürtmeler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Tüketici kararlarının dürtmeden etkilenmesinin nedenlerini gerekçeli eylem teorisi kullanarak ortaya koymuştur. Çalışmada dürtmenin etkilerini ortaya koymak için 461 katılımcıya aştı farklı anket uygulamıştır. Çalışmada analiz yöntemi ise regresyon analizi, bağımlı örneklem T testi ve bağımsız örneklem T testidir. Araştırma sonucunda dürtmelerin bireylerin satın alma davranışlarında etkili olduğunu ortaya koymuştur ve bireylerin dürtmeden etkilenme nedenlerinin normlar, tutumlar, sağlık bilinci ve tüketim ürününün beğenilmesi olabileceğini belirtmiştir.

Gülmez (2019) çalışmasında otomatik katılım şeklinde uygulanan dürtmenin etkilerini 18-30 yaş arasındaki 29 katılımcı ile görüşme yaparak ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma ile işçilerin emekliliğe karşı tutumlarının, emeklilik planında bulunma ve kalma motivasyonlarının ve özel emekliliğe karşı güven ve güvensizlik nedenlerinin analizi sunulmuştur. Çalışma sonucunda bireysel emeklilikten vazgeçme nedenleri olarak mali gereksinimler, emeklilik yaşı yüksekliği ve özel sigorta şirketlerine karşı güvensizlikler dürtme teorisini başarısızlığa uğratan nedenler olarak belirlenmiştir.

Ata (2019) Hanehalkı elektrik enerjisi tasarrufunun uyarılmasında dürtme tekniklerinin kullanıldığı çalışmada dürtme yöntemleri ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi nedensel boyutta ölçebilmek için alan çalışması yapılmıştır. 12 hafta süren çalışmada 94

hane denek olarak kullanılmıştır. Deney süresince elektrik sayaçları her hafta kayıt altına alınarak deney grubuna posta yoluyla geri bildirim yapılmıştır. Çalışma sonucunda dürtme mesajlarının hanehalkı elektrik tüketimini uyardığı ancak bu uyarının artış yönünde bir etki yarattığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Ariely (2019) “Akıldışı ama Öngörülebilir” isimli kitabında ise, davranışsal iktisadın birçok önemli etkisini farklı yönleriyle ele almıştır. Özellikle bedavanın cazibesini yapmış olduğu deneyler ile ortaya koyan Ariely, çalışmasında sürü psikolojisi, sosyal normların etkileri, erteleme alışkanlığının sonuçları, uyarılmanın etkileri, öz kontrolün etkisi, sahipliğin ve beklentilerin etkisi, nasıl tercihlerin etkileri ile asıl hedeflerimizden uzaklaştığımızı, karar almada duygularımızın etkileri ve tuzak sorular ile tercihlerdeki değişiklikler gibi birçok davranışsal iktisat konusuna açıklık getirmiş ve deneysel bir yaklaşım sunmuştur.

Adusumalli ve ark. (2020) dürtme davranışını sağlık açısından ele almış ve kardiyovasküler sağlığa yönelik dürtme davranışını, davranışsal ekonomi uygulamaları çerçevesinde incelemiştir. Davranışsal ekonomi alanındaki ilkeler, hastaları ve sağlık hizmeti sunucularını daha iyi sağlık hizmeti kararları vermeye yönlendirmek için kullanılabileceğini belirtilen çalışmada birincil ve ikincil kardiyovasküler önleme müdahalelerinin nasıl sunulabileceği konusuna odaklanılmış ve dürtme ile çözümler sunulmuştur.

Aldemir ve Kaya (2020) dürtme düşüncesini kamu politikası olarak inceleyen çalışmalarında özellikle kamu politikalarının Covid- 19 dönemindeki etkinliği üzerinde durulmuştur. Çalışmanın amacı ülkelerin iş birliği içerisinde oldukları takımlar aracılığıyla uygulanan dürtme politikalarının etkili olup olmadıklarını literatürü dayandırarak tespit etmektir. Çalışma sonucunda dürtme politikalarının Covid-19 döneminde de oldukça etkili olduğu ortaya koyulmuştur.

İpek vd. (2020) bilişsel yönlü dürtme ile sağlıklı içecek tercih etme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada tüketicilerin dürtmeler ile sağlıklı gıdaya yönelik yönelmediklerini ortaya koymak amacıyla deney yapılmıştır. İki ay süren ve beş farklı aşamadan oluşan deneyde, deney sahası olarak üniversite kantini belirlenmiştir. Deney sonucunda tüketicilerin sağlıklı gıda tercihinde kullanılan en etkili dürtme yönteminin bilişsel yönlü dürtme olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca çalışma Türkiye’de yapılan ilk uygulamalı araştırma olması sebebiyle literatürde önemli bir yer edinmiştir.

Yiğit (2021) çalışmasında bedavanın gücünü kompulsif satın alma davranışı üzerinde incelemiştir. Çalışmada kargo seçeneklerinin bireylerin satın alma niyetlerinin değişip değişmediğini ortaya koymak amaçlı z kuşağından 128 kişiye satın alma niyeti ölçeği ve satın alma anketi uygulamıştır. Çalışma sonucunda bedava kargo seçeneğinde kompulsif satın alma eğilimi ile satın alma niyeti arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

5.2. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

Çalışmada bireylerin tüketici harcama öz kontrollerinin, dürtmeler ve bedavanın cazibesi bağlamında içecek tercihleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada tüketici harcama öz kontrol ölçeği kullanılarak, dürtme ve bedavanın cazibesini öne çıkaracak deneyler tasarlanmıştır. Çalışmada verilerden doğru sonuçlar elde etmek amacıyla deneyler titizlikle tasarlanmış ve sonrasında anketler yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. Anketler, herhangi bir yönlendirme olmaması amacıyla, deneklere tasarlanan dürtme ve bedavanın cazibesi deneyi sonrasında uygulanmıştır. Çalışma kapsamında kullanılacak nicel ve nitel sorular için 10.05.2022 tarihinde E.88656144-000-2200141158 sayılı belge ile Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan etik kurul onay belgesi alınmıştır. Çalışmanın anket kısımları ve tasarlanan deneyler Atatürk Üniversitesi Fuat Sezgin Çalışma Salonu'nda yirmi sekiz günlük bir çalışma sonucunda tamamlanmıştır. Çalışmanın hedef kitlesi Atatürk Üniversitesinde sosyal bilimler, fen bilimleri ve sağlık bilimlerinde lisans, yüksek lisans ve doktora seviyesinde eğitim gören öğrencilerdir. Çalışmada sosyal bilimler, sağlık bilimleri ve fen bilimleri alanlarının seçilmesinin nedeni öğrencilerin okudukları bölüm ile tüketici harcama öz kontrol düzeylerinin ve dolayısıyla içecek tercihleri arasında bir ilişki olabileceği düşüncesidir. Çalışmada toplam 410 katılımcıya anket uygulanmıştır. Dürtme deneyi kapsamında ilk olarak toplam 138 denek gözlemlenmiş ve daha sonra bu deneklerin tamamına tüketici harcama öz kontrol ölçeği uygulanmıştır. Çalışmanın diğer boyutunu oluşturan bedavanın cazibesi deneyinde ise ilk aşamada 137 denek gözlemlenmiş ve sonrasında bu deneklere de tüketici harcama öz kontrol ölçeği uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler SPSS paket programı yardımı ile analiz edilmiştir. Çalışmada analiz yöntemi olarak ikili lojistik regresyon kullanılmıştır. Bu analiz yönteminin kullanılma nedeni bağımlı değişkenimizin kategorik olması ve ikili logit model yardımıyla tüketicilerin içecek tercihlerinde etkili olan faktörlerin neler olduğu ve etkilerinin yönünün belirlenmek istenmesidir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda belirlenen hipotezler ise şöyledir:

- H1: Tüketici harcama öz kontrolü, dürtme ve bedavanın cazibesi ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H2: Cinsiyet ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H3: Yaş ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H4: Okuduğu bölüm ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H5: Gelir ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H6: Alışveriş şekli ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H7: Dürtme ile içecek tercihleri arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H8: Cebinizdeki para miktarı ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H9: İçeceği önceden planlamak ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H10: Sağlıklı gıda tüketimine verilen önem ile içecek tercihi arasında bir ilişki vardır
- H11: Sürekli tüketim ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H12: Ürün fiyatı ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H13: Dürtmeden etkilenmek ile tüketici harcama öz kontrolü arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H14: Dürtmeden etkilenmek ile içeceği önceden planlamak arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H15: Dürtmeden etkilenmek ile sağlıklı gıda tüketimine verilen önem arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H16: Dürtmeden etkilenmek ile sürekli tüketim arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H17: Dürtmeden etkilenmek ile ürün fiyat etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H18: Dürtmeden etkilenmek ile cebinizdeki para miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H19: Bedavanın cazibesi ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H20: Bedavanın cazibesi ve tüketici harcama öz kontrol düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H21: Bedavanın cazibesi ile sürekli tüketim arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H22: Bedavanın cazibesi ile sağlıklı gıda tüketimine verilen önem arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H23: Bedavanın cazibesi ile içeceği önceden planlamak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çalışma hipotezleri belirlenirken, ilk olarak içecek tercihleri üzerinde etkili olabileceği düşünülen demografik bilgiler, açlık durumu, alışveriş şekli gibi sorularda katılımcılara yöneltilmiştir. İlaveten dürtme ve bedavanın cazibesi üzerinde etkili olabileceği düşünülen, tüketici harcama öz kontrolü, sürekli tüketim, sağlıklı gıda tüketimine verilen önem, ürün fiyat etkisi, cepte bulunan para etkisi ve içeceği önceden planlayıp planlamamak gibi sorularda dürtme ve bedavanın cazibesi deney sonucunda deneklere sorulmuştur.

Çalışmamızın analiz kısmı üç aşamadan oluşmaktadır. Çalışmanın ilk aşamasında 135 katılımcıya içecek tercihinin, demografik bilgilerini, alışveriş şekillerini, açlık durumlarını ve tüketici harcama öz kontrol ölçek sorularını içeren anket uygulanmıştır. Ayrıca ankette katılımcılara kronik bir hastalığa sahip olup olmamaları, eğer bir kronik hastalıkları varsa bu durumun içecek tercihinde etkili olup olmadığı da sorulmuştur. Bu sorunun amacı kronik hastalıkların bireylerin tercihlerinde etkili olabileceği düşüncesidir. Tüketici harcama öz kontrol ölçek sorularına verilen cevapların SPSS paket programı yardımıyla ortalamaları alınmış üç ve üzerindeki değerlere tüketici harcama öz kontrol düzeyleri yüksek, üç altındaki değerler ise tüketici harcama öz kontrolleri düşük olarak belirlenmiştir. Anket sonucunda elde edilen veriler analiz edilerek, katılımcıların tüketici harcama öz kontrolünün, demografik bilgilerinin, alışveriş şekillerinin ve açlık durumlarının içecek tercihleri üzerinde etkili olup olmadığı ve bu etkinin yönü ortaya koyulmuştur.

Çalışmanın ikinci aşamasında tüketicilerin içecek tercihleri üzerinde dürtmelerin etkilerini ve bu etkilerin yönünün ortaya koymak amacıyla bir deney tasarlanmıştır. Deneyde tüketicilerin kantin içerisinde ve kasa arkasında sağlıklı içecekleri kolaylıkla görebilecekleri bir yer oluşturulmuş, kantin giriş kapısına ve kasa arkasına sağlıklı içecek önemini vurgulayan afişler asılmıştır. Kantine gelerek sağlıklı içecek (ayran, su ve maden suyu) veya diğer içeceklerden alan tüketicilere, sağlıklı içeceğe önem verip vermedikleri, aldıkları içeceği sürekli tüketip tüketmedikleri, aldıkları içeceğin fiyatının tercihlerinde etkili olup olmadığını, ceplerindeki para miktarının tercihleri üzerinde etkisi olup olmadığı, kantine gelmeden aldıkları içeceği planlayıp planlamadıkları, uygulanan dürtme deneyinden (afişler ve sağlıklı içeceklerin göz önüne çıkarılmasından) etkilenip etkilenmedikleri sorularını ve tüketici harcama öz kontrol ölçek sorularını içeren anket uygulanmıştır. 138 deneğin katılım sağladığı ankette, tercihlerinde ceplerindeki para miktarının ve tercih ettikleri ürün fiyatının etkili olup olmadığını sormanın amacı sağlıklı içeceklerin diğer içeceklere göre daha ucuz olmasıdır. Sağlıklı gıda tüketimine önem verip vermemelerinin, aldıkları içeceği sürekli

tüketip tüketmediklerinin, aldıkları içeceği kantine gelmeden planlayıp planlamadıklarının sorulma nedeni ise, bu durumların kantinden aldıkları içeceklerde etkili olabileceği düşüncesidir. Dürtme sonucunda uygulanan anket sonuçları analiz edilirken içecek tercihi bağımlı değişken olarak seçilmiş ve dürtmeden etkilenmenin, tercih edilen içeceğin fiyatının, sağlıklı içeceğe verilen önemin, içeceği sürekli tüketmenin ve tercih edilen içeceği önceden planlamanın içecek tercihi üzerine etkisi olup olmadığı ve etki yönü ortaya koyulmuştur. Daha sonra dürtme bağımlı değişken olarak seçilmiş ve tüketici harcama öz kontrolünün dürtme üzerine bir etkisi olup olmadığı ve etki yönü ortaya koyulmuştur. Çalışmanın bu aşaması tamamlandıktan sonra üçüncü aşama yani bedavanın cazibesi deney aşamasına geçilmiştir.

Çalışmanın üçüncü aşamasında bedavanın cazibesinin içecek tercihleri üzerinde etkisi olup olmadığını ortaya çıkarmak amaçlı bir deney tasarlanmıştır. Bu deneyde kantinde kasa yanına su, maden suyu ve ayranlar dizilerek ücretsiz olduklarını belirten bir yazı asılmıştır. Deneklere herhangi bir müdahale edilmeden kantinde bu ürünlerden alanlar veya diğer içeceklerle yönelenler gözlemlenmiştir. Daha sonra bedava sunulan içeceklerden ve kantine gelip diğer içeceklerden alan deneklere, tüketici harcama öz kontrol ölçeği sorularının yanında tercih ettikleri içeceği sürekli tüketip tüketmedikleri, sağlıklı gıda tüketimine önem verip vermedikleri, bedavanın cazibesinden etkilenip etkilenmedikleri ve alacakları içeceği kantine gelmeden önce planlayıp planlamadıkları sorularını içeren anket uygulanmıştır. 137 deneğin katılım sağladığı anketten elde edilen veriler analiz edilirken içecek tercihi bağımlı değişken seçilmiş ve bedavanın cazibesinin içecek tercihinde etkili olup olmadığını ve bu etkinin yönü ortaya koyulmuştur. Daha sonra elde edilen verilerde bedavanın cazibesinden etkilenip etkilenmemek bağımlı değişken olarak belirlenmiş ve tüketici harcama öz kontrolünün bedavanın cazibesi üzerindeki etkisi ve bu etkinin yönü ortaya koyulmuştur.

Çalışma tüketici harcama öz kontrolü, dürtme ve bedavanın cazibesini tek bir çalışmada ele alması ve içecek tercihlerindeki tüketici harcama öz kontrolü, dürtme ve bedavanın cazibesini inceleyen ilk çalışma olması nedeniyle özgünlüğe sahiptir ve literatüre katkı sağlamaktadır.

5.3. LOJİSTİK REGRESYON MODELİ

Lojistik regresyon analizi özellikle son dönemlerde oldukça sık kullanılan bir yöntem olmuş ve bu yöntemle çalışmaların neden sonuç ilişkilerinin ortaya konulması

amaçlanmıştır. Bu analizde incelenen değişkenler genellikle olumlu-olumsuz, evet-hayır gibi iki düzeyli sorulardan oluşmaktadır. Bağımlı değişkenin iki düzeyli ya da çok düzeyli olması durumlarında neden sonuç ilişkisinin incelenmesi açısından Lojistik Regresyon analizi oldukça önemli bir yere sahiptir (Agresti, 1996: 103).

Lojistik regresyon modeli zayıf ölçekle ölçülmüş değişkenler arasındaki ilişkinin şeklini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yapılan çalışmalarda bağımlı değişken sadece iki sonuca sahiptir ve genellikle üzerinde durulan durumun gerçekleşmesi 1 gerçekleşmemesi ise 0 ile gösterilir (Bircan, 2004: 189). Aslında lojistik regresyon analizi temelde regresyon analiz olarak görünse de bu analizden birkaç farklılığa sahiptir.

Bu farklılıklar, regresyon analizinde bağımlı değişken sayısal iken Lojistik Regresyon Analizinde kesikli bir değerdir. Regresyon Analizinde bağımlı değişkenin değeri, Lojistik Regresyonda ise bağımlı değişkenin alabileceği değerlerden birinin gerçekleşme olasılığı kestirilir. Ayrıca Lojistik Regresyonda uygulama yapılabilmesi için bağımsız değişkenlerin dağılıma ilişkin hiçbir koşul beklenmezken regresyonda bağımsız değişkenlerin çoklu normal dağılım göstermesi beklenmektedir (Şahin, 2017: 650). Lojistik regresyon analizi, sınıflama ve atama işlemi yapmaya yardımcı olan bir analiz yöntemidir. Bağımlı değişken üzerinde açıklayıcı değişkenlerin etkileri olasılık olarak elde edilerek, risk faktörlerinin olasılık olarak belirlenmesi sağlanır (Özdamar, 2002: 623).

Çalışmada kullandığımız İki değişkenli yani İkili (Binary) Lojistik Regresyonda ise temel amaç, en az değişkeni kullanarak en iyi uyumu sağlayacak sonuç değişkeni ve açıklayıcı değişkenler arasındaki ilişkiyi tanımlayan kabul edilebilir modeli kurmaktır (Ulupınar, 2007: 39).

5.4. AMPİRİK BULGULAR

Yapılan deneysel analiz ve ankete katılım sağlayanların demografik özelliklerinin belirtilmesi çalışmanın anlaşılması açısından oldukça önem arz etmektedir. Çalışmanın demografik bilgileri Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2
Logit Modelde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER		F	%
Cinsiyet	Kadın	77	57,0
	Erkek	58	43,0
Yaş	18-22 arası	86	63,7
	22-28 arası	46	34,1
	28 ve üzeri	3	2,2

Gelir	1000 TL altı	64	47,4
	1001-2000 TL	43	31,9
	2001-3000 TL	17	12,6
	3001-4000 TL	4	3,0
	4001 TL ve üzeri	7	5,2
Alışveriş Şekli	Yalnız	82	61,5
	Grup Halinde	53	38,5
Açlık Durumu	Çok açım	12	8,9
	Açım	12	8,9
	Ne aç ne tokum	41	30,3
	Tokum	26	19,3
	Çok tokum	44	32,6
İçecek Tercihi	Sağlıklı İçecek	68	50,4
	Diğer İçecekler	67	49,6
Tüketici Harcama Öz Kontrolü	Düşük	16	11,9
	Yüksek	119	88,1
Okuduğu Bölüm	Sosyal bilimler	74	54,8
	Fen Bilimleri	29	21,5
	Sağlık Bilimleri	32	23,7
Toplam		135	100

Tüketici harcama öz kontrol ölçeği ve ankette kullanılan değişkenler Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde kadınların erkeklere göre 18-22 yaş aralığının diğer yaş kategorilerine göre ve gelir düzeyinin 1000 TL altı olması diğer gelir gruplarına göre yoğunluk göstermektedir. Ankete katılanlardan içecek alanların çoğunluğu yalnız bir şekilde alışveriş yaparken katılımcıların açlık durumları sorulduğunda ise çoğunluğunun çok tokum cevabı verdiği görülmüştür. İçecek tercihi incelendiğinde ise katılımcıların neredeyse yarısının sağlıklı içecek tercih ettiği tabloda belirtilmiştir. Katılımcıların tüketim öz kontrol düzeyleri ise sorulan ölçek sorularının ortalaması alınarak belirlenmiştir. Tabloya bakıldığında 135 katılımcıdan 119’unun tüketici harcama öz kontrol düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Ankete katılanların okudukları bölüme bakıldığında ise çoğunluğun sosyal bilimler alanında eğitim aldığı görülmektedir.

Dürtme deneyi sonrasında deneklere yapılan anketin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3
Logit Modelde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER		F	%
İçecek Tercihi	Sağlıklı İçecek	70	50,7
	Diğer İçecekler	68	49,3
Harcama Öz Kontrolü	Düşük	38	27,5
	Yüksek	100	72,5
Dürtmeden Etkilenmek	Evet	76	55,1
	Hayır	62	44,9

Sağlıklı Gıda Tüketimine Verilen Önem	Evet	58	42,0
	Hayır	80	58,0
Sürekli Tüketim	Evet	42	30,4
	Hayır	96	69,6
Ürün Fiyat Etkisi	Evet	115	83,3
	Hayır	23	16,7
Cebinizdeki Para Miktarı	Evet	49	35,5
	Hayır	89	64,5
İçeceği Önceden Planlamak	Evet	53	38,4
	Hayır	85	61,6
Toplam		138	100

Tüketici harcama öz kontrol ölçek soruları ve dürtme deney sorularının kullanıldığı ankete ait değişkenler Tablo 3’de gösterilmiştir. Bu değişkenler incelendiğinde içecek tercihlerin de sağlıklı içecek ile diğer içecek tercih edenlerin sayıları yakınlık gösterirken öz kontrol düzeylerini belirlemek için sorulan sorulara ise büyük bir çoğunluğun verdiği cevaplar öz kontrollerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcılara aldıkları içeceği kantine gelmeden mi planladıkları sorulmuş ve %38,4’ü bu soruya evet yanıtını verirken, %61,6’sı ise aldıkları içeceği planlamadan kantine geldiklerini belirtmişlerdir. Deneklere uygulanan dürtmelerden etkilenip etkilenmedikleri sorulmuş ve %55,1’i evet cevabını verirken %44,9’u ise hayır cevabını vermiştir. Sağlıklı gıda tüketimine önem verir misiniz sorusuna ise %42’ si evet %58’i ise hayır cevabını vermiştir. Deneklere sorulan diğer bir diğer soru ise aldığınız içeceği sürekli tüketir misiniz sorusudur. Deneklerin%30,4’ü evet %69,6’sı ise hayır cevabını vermiştir. İçecek tercihinizde ürün fiyatı etkili midir sorusuna ise %83,3’ü evet %16,7’si ise hayır cevabını vermiştir. İçecek alırken cebinizdeki para miktarı etkili midir sorusuna %35,5’i evet %64,5’i ise hayır cevabını vermiştir.

Çalışmada bedavanın cazibesi deneyi sonucunda deneklere yapılan anketin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4**Logit Modelde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler**

DEĞİŞKENLER		F	%
İçecek Tercihi	Sağlıklı İçecek	70	51,1
	Diğer İçecekler	67	48,9
Harcama Öz Kontrolü	Düşük	38	27,0
	Yüksek	99	73,0
Bedavanın Cazibesinden Etkilenmek	Evet	81	59,1
	Hayır	56	40,9
Sürekli Tüketim	Evet	75	54,7
	Hayır	62	45,3
Sağlıklı Gıda Tüketimine Verilen Önem	Evet	104	75,9
	Hayır	33	24,1
İçeceği Önceden Planlamak	Evet	113	82,5
	Hayır	24	17,5
Toplam		137	100

Tüketici harcama öz kontrol ölçeği ve bedavanın cazibesi deney sorularını içeren ankette kullanılan değişkenler Tablo 4’te gösterilmiştir. Bu değişkenler incelendiğinde içecek tercihlerin de sağlıklı içecek ile diğer içecek tercih edenlerin sayıları yakınlık gösterirken 99 katılımcının tüketici harcama öz kontrol düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcılara aldıkları içeceği kantine gelmeden mi planladıkları sorulmuş ve %82,5’i bu soruya evet yanıtını verirken, %17,5’i ise aldıkları içeceği planlamadan kantine geldiklerini belirtmişlerdir. Deneklere bedavanın cazibesinden etkilenip etkilenmedikleri sorulmuş ve %59,1’i evet cevabını verirken %40,9’u ise hayır cevabını vermiştir. Sağlıklı gıda tüketimine önem verir misiniz sorusuna ise %75,9’u evet %24,1’i ise hayır cevabını vermiştir. Deneklere sorulan diğer bir soru ise aldığınız içeceği sürekli tüketir misiniz sorusudur. Deneklerin %54,7’si evet %45,3’ü ise hayır cevabını vermiştir.

İçecek tercihi ve tüketici harcama öz kontrolü arasındaki lojistik regresyon analizine ilişkin gerçekleştirilmesi istenilen olayın olasılığı Denklem 1’de verilmiştir.

$$P_i = E \left(Y_i = \frac{1}{x_i} \right) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 TH\hat{0}_1 + \beta_2 cinsiyet_i + \beta_3 gelir_i + \beta_4 yaşı + \beta_5 OB_i + \beta_6 AD_i + \beta_7 AŞ_i + u_i)}} \quad (1)$$

Tablo 5**İçecek Tercihi ve Tüketici Harcama Öz Kontrolü Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları**

Değişkenler	Beta Değeri	Standart Hata	Wald İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)	Üstel B Değerleri
Tüketici Harcama Öz Kontrolü	-2,540	0,931	7,447	1	0,006	0,079
Cinsiyet	-0,543	0,462	1,377	1	0,241	0,581
Gelir (Referans Kategori: 1000 TL altı)						

Tablo 5 (Devamı)

1001-2000 TL	1,350	0,545	6,129	1	0,013	3,859
2001-3000 TL	1,954	0,740	6,964	1	0,008	7,056
3001-4000 TL	2,159	2,316	0,869	1	0,351	8,665
4000 TL ve üzeri	1,110	1,071	1,076	1	0,300	3,035
Yaş (Referans Kategori: 18-21 yaş arası)						
Yaş (22-27)	-0,101	0,490	0,042	1	0,837	0,904
Yaş (28 ve üzeri)	-1,566	1,501	1,088	1	0,297	0,209
Okuduğu Bölüm (Referans Kategori: Sosyal Bilimler)						
Okuduğu Bölüm (Fen Bilimleri)	-0,493	0,575	0,736	1	0,391	0,611
Okuduğu Bölüm (Sağlık Bilimleri)	-0,213	0,571	0,139	1	0,709	0,808
Açlık Durumu (Referans Kategori: Çok açım)						
Açlık Durumu (Açım)	-1,068	1,161	0,845	1	0,358	0,344
Açlık Durumu (Ne açım ne tokum)	0,129	0,774	0,028	1	0,868	1,137
Açlık Durumu (Tokum)	0,073	0,851	0,007	1	0,931	1,076
Açlık Durumu (Çok tokum)	0,275	0,813	0,114	1	0,736	1,316
Alışveriş Şekli	2,672	0,526	25,771	1	0,000	14,476
Sabit	-0,307	2,238	0,019	1	0,891	0,736
H-LX² =; P=0,218 Tahmin Başarı Yüzdesi= 76,3 Nagelkerke R Squared= 0,429						

Tablo 5’de verilen Hosmer ve Lemeshow testine bakıldığında “sig” değerinin 0,05’ den büyük olması bu modelin iyi bir model olduğunu göstermektedir. Model tahmin başarısı %76,3’tür. Nagelkerke R Squared sonucuna baktığımızda ise, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında %42’lik bir ilişki bulunduğunu görmekteyiz.

Analiz sonucundaki tablolarımızı yorumlarken referans kategorilerimiz, beta değeri, anlamlılık düzeyi ve üstel B değeri dikkate alınacaktır. Tablo 5’teki analiz sonuçlarına göre tüketici harcama öz kontrolü, gelir, alışveriş şekli ve içecek tercihi arasında %5 anlamlılık seviyesine göre istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar bulunmuştur. Bu değişkenlerin anlamlı bulunması içecek tercihi üzerinde etkili olduklarını göstermektedir. Diğer değişkenlere bakacak olursak sabit terimde dahil olmak üzere tüm değişkenler istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. Tüketici harcama öz kontrolü yüksek bireyler diğer içeceklerden sağlıklı içeceğe yönelmektedirler. Üstel B değerine yani Exp (b) değerine bakacak olursak tüketici harcama öz kontrolü yüksek olanların diğer içecekler yerine sağlıklı içecek yönelimi 0,79 kat daha fazladır. Gelir değişkenlerine baktığımız zaman, gelirin 1001-2000 Tl olması ve 2001-3000 Tl olması ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yani gelir düzeyi 1001-2000 ve 2001-3000 Tl olan bireyler gelir düzeyi 1000Tl ve altı olan bireylere göre daha çok sağlıklı içeceklerden diğer içeceklere yönelmektedir. Geliri 1001-2000 Tl olanların geliri 1000 Tl ve altı olan bireylere göre diğer içeceklere yönelimleri 3,859

kat daha fazladır. Geliri 2001-3000 TL arası olanların ise sağlıklı içeceklerden diğer içeceklere yönelimleri 7,056 kat daha fazladır. Alışveriş şekli ile içecek tercihi arasında da istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hipotezlerimize bakacak olursak;

- H2: Cinsiyet ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H3: Yaş ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H4: Okuduğu bölüm ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H5: Gelir ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H6: Alışveriş şekli ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır

Hipotezlerimizden H2, H3, H4 reddedilirken H5 ve H6 kabul edilmiştir.

İçecek tercihi ve dürtme arasındaki lojistik regresyon analizine ilişkin gerçekleştirilmesi istenilen olayın olasılığı Denklem 2’de verilmiştir.

$$P_i = E \left(Y_i = \frac{1}{x_i} \right) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 TH\hat{O}_i + \beta_2 l\hat{O}P_i + \beta_3 SGT\hat{O}_i + \beta_4 ST_i + \beta_5 \hat{U}F_i + \beta_6 CPM_i + u_i)}} \quad (2)$$

Tablo 6
İçecek Tercihi İle Dürtme Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	Beta Değeri	Standart Hata	Wald İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)	Üstel B Değerleri
Tüketici Harcama Öz Kontrolü	-2,016	,755	7,133	1	0,008	0,133
Dürtme	-2,649	1,278	4,441	1	0,035	0,068
İçeceği Önceden Planlamak	5,857	1,291	20,587	1	0,000	349,635
Sağlıklı Gıda Tüketimine Verilen Önem	-0,991	0,845	1,374	1	0,241	0,371
Sürekli Tüketim	-0,042	0,757	0,003	1	0,955	0,959
Ürün Fiyatı Etkisi	0,442	0,891	0,246	1	0,620	1,556
Cebinizdeki Para Miktarı	-0,110	0,739	0,022	1	0,882	0,896
Sabit	-1,004	3,325	0,091	1	0,763	0,366
H-LX ² =; P=0,744 Tahmin Başarı Yüzdesi= 84,8 Nagelkerke R Squared= 0,711						

Tablo 6’da verilen Hosmer and Lemeshow testine bakıldığında “sig” değerinin 0,05’ den büyük olması bu modelin iyi bir model olduğunu göstermektedir. Model tahmin başarısı % 84,8’dir. Nagelkerke R Squared sonucuna baktığımızda ise, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında %71 ‘lik bir ilişki bulunduğunu görmekteyiz.

Tablo 6’ya baktığımızda yine tüketici harcama öz kontrolü, dürtme, içeceği önceden planlamak %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Diğer değişkenler ise sabit terim dahil istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. İçecek tercihi

ve dürtme analiz sonucuna bakıldığında, tüketici harcama öz kontrolü yüksek olanların düşük olanlara göre sağlıklı içeceğe yönelimi 0,133 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Dürtmeden etkilenmek ise diğer içeceklerden sağlıklı içeceklere yönelimi 0,068 kat artırmaktadır. İçeceği önceden planlamak ise sağlıklı içeceklerden diğer içeceklere doğru yönelim sağlamıştır. Hipotezlerimize bakacak olursak;

- H7: Dürtme ile içecek tercihleri arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H8: Cebinizdeki para miktarı ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H9: İçeceği önceden planlamak ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H10: Sağlıklı gıda tüketimine verilen önem ile içecek tercihi arasında bir ilişki vardır
- H11: Sürekli tüketim ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H12: Ürün fiyatı ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır

H8, H10, H11, H12 reddedilirken H7 ve H9 kabul edilmiştir.

Dürtme ve tüketici harcama öz kontrolü arasındaki lojistik regresyon analizine ilişkin gerçekleştirilmesi istenilen olayın olasılığı Denklem 3’de verilmiştir.

$$P_i = E \left(Y_i = \frac{1}{X_i} \right) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 TH\ddot{O}_i + \beta_2 l\ddot{O}P_i + \beta_3 SGT\ddot{O}_i + \beta_4 ST_i + \beta_5 \ddot{U}F_i + \beta_6 CPM_i + u_i)}} \quad (3)$$

Tablo 7

Dürtme ve Tüketici Harcama Öz Kontrolü Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	Beta Değeri	Standart Hata	Wald İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)	Üstel B Değerleri
Tüketici Harcama Öz Kontrolü	1,341	0,783	2,935	1	0,087	3,882
İçeceği Önceden Planlamak	3,002	0,896	11,233	1	0,001	20,116
Sağlıklı Gıda Tüketimine Verilen Önem	-4,635	0,885	27,410	1	0,000	0,010
Sürekli Tüketim	0,125	0,974	0,017	1	0,898	1,134
Ürün Fiyatı Etkisi	-1,988	0,876	5,150	1	0,023	0,137
Cebinizdeki Para Miktarı	1,652	1,062	2,419	1	0,120	5,216
Sabit	-0,700	2,967	0,056	1	0,814	0,497
H-LX ² =; P=0,212						
Tahmin Başarı Yüzdesi= 92,8						
Nagelkerke R Squared= 0,810						

Tablo 7’de verilen Hosmer ve Lemeshow testine bakıldığında “sig” değerinin 0,05’ den büyük olması bu modelin iyi bir model olduğunu göstermektedir. Model tahmin başarısı %92,8’dir. Nagelkerke R Squared sonucuna baktığımızda ise, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında %81 ‘lik bir ilişki bulunduğunu görmekteyiz.

Tablo 7’ye bakıldığında içeceği önceden planlamak, sağlıklı gıda tüketimine verilen önem ve ürün fiyat etkisi %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Diğer değişkenler ise istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. Sağlıklı gıda tüketimine verilen önem ve ürün fiyat etkisi ile dürtme arasındaki ilişkiye bakıldığında, sağlıklı gıdaya verilen önem dürtmeden etkilenmeye doğru olan yönelimi 0,010 kat artırmaktadır. Ürün fiyat etkisi ise dürtmeden etkilenmeye doğru olan yönelimi 0,137 kat artırmaktadır. İçeceği önceden planlamak ise tam tersi bir yönelim göstermiştir. Hipotezlerimize baktığımızda;

- H13: Dürtmeden etkilenmek ile tüketici harcama öz kontrolü arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H14: Dürtmeden etkilenmek ile içeceği önceden planlamak arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H15: Dürtmeden etkilenmek ile sağlıklı gıda tüketimine verilen önem arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H16: Dürtmeden etkilenmek ile sürekli tüketim arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H17: Dürtmeden etkilenmek ile ürün fiyat etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H18: Dürtmeden etkilenmek ile cebinizdeki para miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H13, H16, H18 reddedilirken H14, H15 ve H17 kabul edilmiştir.

İçecek tercihi ve bedavanın cazibesi arasındaki lojistik regresyon analizine ilişkin gerçekleştirilmesi istenilen olayın olasılığı Denklem 3’de verilmiştir.

$$P_i = E \left(Y_i = \frac{1}{X_i} \right) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 TH\hat{O}_i + \beta_2 BC_i + \beta_3 ST_i + \beta_4 SGT\hat{O}_i + \beta_5 İ\hat{O}P_i + u_i)}} \quad (3)$$

Tablo 8

İçecek Tercihi İle Bedavanın Cazibesi İkili Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	Beta Değeri	Standart Hata	Wald İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)	Üstel B Değerleri
Tüketici Harcama Öz Kontrolü	-2,196	0,586	14,023	1	0,000	0,111
Bedavanın Cazibesi	-2,495	0,662	14,209	1	0,000	0,083

Tablo 8 (Devamı)

Sürekli Tüketim	-0,139	0,549	0,064	1	0,801	0,871
Sağlıklı Gıda Tüketimine Verilen Önem	-0,592	0,605	0,957	1	0,328	0,553
İçeceği Önceden Planlamak	1,962	0,631	9,678	1	0,002	7,114
Sabit	6,467	2,460	6,910	1	0,009	643,308
H-LX² =; P=0,723 Tahmin Başarı Yüzdesi= 75,9 Nagelkerke R Squared= 0,470						

Tablo 8’de verilen Hosmer ve Lemeshow testine bakıldığında “sig” değerinin 0,05’ den büyük olması bu modelin iyi bir model olduğunu göstermektedir. Model tahmin başarısı %75,9’dur. Nagelkerke R Squared sonucuna baktığımızda ise, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında %47’lik bir ilişki bulunduğunu görmekteyiz.

Tablo 8’e bakıldığında tüketici harcama öz kontrolü, bedavanın cazibesi ve içeceği önceden planlamak %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Diğer değişkenler ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Tüketici harcama öz kontrolü diğer içeceklerden sağlıklı içeceğe doğru yönelimi ,111 kat artırmaktadır. Bedavanın cazibesi ise sağlıklı içeceğe doğru olan yönelimi ,083 kat artırmaktadır. İçeceği önceden planlamak ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır. İçeceği önceden planlamak diğer içeceklere olan yönelimi 7,114 kat artırmaktadır. Hipotezlerimize baktığımızda;

- H19: Bedavanın cazibesi ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır

H19 kabul edilmiştir.

Bedavanın cazibesi ve tüketici harcama öz kontrolü arasındaki lojistik regresyon analizine ilişkin gerçekleştirilmesi istenilen olayın olasılığı Denklem 4’de verilmiştir.

$$P_i = E\left(Y_i = \frac{1}{X_i}\right) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 TH\ddot{O}_i + \beta_2 ST_i + \beta_3 SGT\ddot{O}_i + \beta_4 l\ddot{O}P_i)}} \quad (4)$$

Tablo 9

Bedavanın Cazibesi ve Tüketici Harcama Öz Kontrolü Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	Beta Değeri	Standart Hata	Wald İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)	Üstel B Değerleri
Tüketici Harcama Öz Kontrolü	1,246	0,586	4,516	1	0,034	3,477

Tablo 9 (Devamı)

Sürekli Tüketim	-2,541	0,529	23,093	1	0,000	0,079
Sağlıklı Tüketime Verilen Önem	-2,867	0,672	18,185	1	0,000	0,057
İçeceği Önceden Planlamak	0,185	0,758	0,059	1	0,808	1,203
Sabit	5,356	2,130	6,321	1	0,012	211,922
H-LX² =; P=0,813 Tahmin Başarı Yüzdesi= 80,3 Nagelkerke R Squared= 0,583						

Tablo 9’da verilen Hosmer ve Lemeshow testine bakıldığında “sig” değerinin 0,05’ den büyük olması bu modelin iyi bir model olduğunu göstermektedir. Model tahmin başarısı %80,3’tür. Nagelkerke R Squared sonucuna baktığımızda ise, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında %58’lik bir ilişki bulunduğunu görmekteyiz.

Tablo 9 incelendiğinde tüketici harcama öz kontrolünün, sürekli tüketimin ve içeceği önceden planlamanın anlamlı fakat diğer değişkenlerin anlamsız çıktığı görülmüştür. Tüketici harcama öz kontrolü yüksek olan bireylerin bedavanın cazibesinden etkilenmemeleri 3,447 kat daha fazladır. Sürekli tüketim bedavanın cazibesinden etkilenmeye doğru olan yönelimi, 0,079 kat artırmaktadır. Sağlıklı gıda tüketimine verilen önem bedavanın cazibesinden etkilenmeye doğru olan yönelimi 1,057 kat artırmaktadır. Hipotezlerimize baktığımızda;

- H1: Tüketici harcama öz kontrolü, dürtme ve bedavanın cazibesi ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H20: Bedavanın cazibesi ve tüketici harcama öz kontrol düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H21: Bedavanın cazibesi ile sürekli tüketim arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H22: Bedavanın cazibesi ile sağlıklı gıda tüketimine verilen önem arasında anlamlı bir ilişki vardır
- H23: Bedavanın cazibesi ile içeceği önceden planlamak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1, H20, H21, H22 kabul edilirken ve H23 reddedilmiştir.

SONUÇ

Bireylerin tüketim süreçleri doğumlarıyla başlar ve ölene kadar devam etmektedir. Bu tüketim süresince bireylerin bazı tüketim alışkanlıkları değişmezken bazıları ise bulundukları çevresel faktörler, ortamlarla, inançlarla veya psikolojik etkileriyle değişiklik gösterebilmektedir. Bireylerin dış etkenler nedeni ile farklı tercihlere yönlendirilebileceği davranışsal iktisatta yapılan çalışmalar ile ortaya koyulmuştur. Özellikle son zamanlarda hızlı bir artış gösteren obezite durumu bireylerin tüketim tercihlerine müdahaleyi gerekli kılmıştır. Obezite ile yıllardır mücadele içerisinde olan Amerika Birleşik Devletleri'nde tüketicilere kalori etiketlemesi gibi politikalar uygulanarak bireyleri daha sağlıklı ve az kalorili yiyecek ve içeceklerle yönlendirmede dürtmelerin etkilerini gösteren örnekler bulmak mümkündür. Bu çalışmada ise tüketici harcama öz kontrolünün, dürtme ve bedavanın cazibesi bağlamında içecek tercihi üzerindeki etkileri ortaya koymaya çalışılmıştır.

Yapılan tüketici harcama öz kontrol anket uygulaması sonucunda tüketicilerin tüketici harcama öz kontrolleri ile içecek tercihleri arasında bir ilişki olduğu analiz sonuçları ile ortaya koyulmuştur. Bu ilişki bireylerin öz kontrol seviyeleri arttıkça diğer içeceklerden sağlıklı içeceklere doğru bir yönelim olduğu yönündedir. Görülmektedir ki tüketiciler her ne kadar sağlıksız içecekleri beğeniyor olsalar da tüketici harcama öz kontrolleri yüksek olanlar daha ucuz ve daha sağlıklı olan ayran, su ve doğal maden suyunu tercih etmektedirler. Ayrıca gelir durumu da içecek tercihinde etkili olan bir başka değişken olmuştur. Geliri 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL arasında olan bireyler gelir düzeyi 1000TL ve altı olan tüketicilere göre daha çok sağlıklı içeceklerden diğer içeceklerle yönelmektedirler. Bunun nedeni özellikle gazlı içecekler gibi sağlıksız içeceklerin fiyatlarının sağlıklı içeceklerle göre daha pahalı olmasıdır. Gazlı ve şekerli olarak sağlığa oldukça zarar veren bu içeceklerin sağlıklı içeceklerle göre daha pahalı olmasına rağmen bireylerin bu içecekleri tercih etmeleri zevkleri doğrultusunda hareket ettiklerini göstermektedir. Yapılan analiz sonucunda alışveriş şeklinin de içecek tercihinin etkileyen bir başka değişken olduğu görülmektedir. Tek başına değil de arkadaş grubu ile alışveriş yapma arttıkça sağlıklı içeceklerden diğer içeceklerle doğru yönelim artmıştır. Bu durum tüketim sürecinde sürü psikolojisinin etkisini ortaya koymaktadır. Çünkü arkadaş gurubunda çoğunluğun tercih ettiği içeceği diğer grup elemanlarının da tercih ettiği görülmüştür. Özellikle sürü psikolojisiyle hareket eden bireylerin sağlıklı içeceklerden diğer içeceklerle doğru bir yönelim sergiledikleri

görülmüştür. Bu durum göstermektedir ki istenilen sonuçlar elde etmek amacıyla devlet politikalarında sürü psikolojisine de yer vermek gerekmektedir.

Çalışmada dürtme deney sonrası uygulanan anket sonuçlarında ise bireylerin sağlıklı içeceklere yönelim gösterdiği ortaya çıkmıştır. Çalışma dürtmeler ile sağlıklı tüketime yönelimin arttığı noktasında Somon vd. (2014), Nikoalaou (2014), İpek vd. (2020) yaptığı çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Çalışmada dikkat çeken nokta ise tüketicilerin harcama öz kontrolleri ile dürtmeden etkilenip etkilenmemeleri arasında herhangi bir ilişki olmamasıdır. Ayrıca diğer içeceklerden tercih eden birçok kişi alacakları içeceği kantine gelmeden önce planladıklarını belirtmişlerdir. Analiz sonucuna baktığımızda da içeceği önceden planlamak sağlıklı içeceklerden diğer içeceklere doğru yönelimi artırmaktadır. Genellikle tüketicilerin zevkleri doğrultusunda hareket etmeleri ve rasyonel davranış sergileyememeleri bireylerin hem sağlıklı hem de daha ucuz olan sağlıklı içecekler yerine gazlı ve şekerli içecekleri tercih ettiklerine neden olmaktadır. Ayrıca dürtme ile içeceği önceden planlamak arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İçeceği önceden planlayanlar uygulanan dürtmelerden etkilenmemeye doğru yönelim gösterirken içeceği planlamadan kantine gelen bireyler ise dürtmelerden etkilenerek sağlıklı içecek tercih edebilmektedirler. Bu durum göstermektedir ki özellikle tercihleri konusunda kararsız olan bireyler kolaylıkla küçük dürtmeler ile istenilen tercihlere yönlendirilebilmektedir. Ayrıca tercih edilen içeceklerin fiyatları ve sağlıklı gıda tüketimine verilen önemle birlikte dürtmeden etkilenmeye doğru bir yönelim olmuştur. Bunun nedeni sağlıklı içeceklerin diğer içeceklerden daha uygun fiyatlı olmasıdır. Sağlıklı tüketime önem veren bireylerin göz önüne sağlıklı tercihleri çıkarmamız bu kişilere küçük dokunuşlar yapacak ve o an akıllarında yoksa bile gördükleri sağlıklı ürünlere yönelebileceklerdir. Çalışma sonucunda tüketici harcama öz kontrolü ile dürtmeden etkilenip etkilenmeme arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak özellikle bireylerin öz kontrollerinin incelendiği Camelle ve Bol (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öz kontrol ile sağlıklı tüketime yönelme arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Bedavanın cazibesi deney sonrasında deneklere uygulanan ankette elde edilen sonuçlara göre bedavanın cazibesi ile içecek tercihi arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır. Çalışma ile Akkuş (2008) yaptığı çalışma sonucunda elde edilen bedavanın cazibesi ile bireylerin tercihleri üzerinde değişiklik yapılabileceği sonucu paralellik göstermektedir. Böylece bedavanın cazibesinden faydalanarak bireyleri istenilen içeceklere

yönlendirebilmenin mümkün olduğu görülmektedir. Yapılan diğer analiz sonucunda ise bedavanın cazibesi ile sürekli tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifadeyle sürekli tüketim arttıkça denekler bedavanın cazibesinden etkilenmişlerdir. Bu durum göstermektedir ki bireylerin sürekli tükettikleri bir ürün olunca bedavanın cazibesine tepki vermeleri çok daha kolay olmaktadır. Çünkü sürekli tüketilen ürüne ihtiyaç duyulması anında para vermek yerine bedava üründen faydalanmak bireyler için çok daha önemli olmaktadır. Özellikle bu tercih edilen ürünlerin taksit ve kredi kartı gibi yöntemlerle tercih edilmesi durumlarında davranışsal iktisadın önemli terimlerinden olan ödeme sancısı ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu noktada bedavanın cazibesi daha etkili olabilecek ve bireyleri ödeme sancısından uzaklaştırabilecek bir durum oluşturmaktadır.

Bedavanın cazibesi ve tüketici harcama öz kontrolü arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tüketici harcama öz kontrolü yüksek olan bireylerin bedavanın cazibesinden etkilenmemelerinin nedeni bireylerin kararlarında net olmaları ve gereksiz ürünlerin taşınması karşısında katlanılan maliyete bile katlanmak istememeleridir. Çünkü genellikle bedavanın cazibesinden etkilenen ve o ürünü o an ihtiyacı olmasa bile alan bireyler bir süre sonra bu ürünü çöpe atmakta veya tüketmeyerek bozulmasına, tarihinin geçmesine neden olabilmektedirler. Ayrıca bu durumun başka bir nedeni ise tüketici harcama öz kontrolü yüksek olan bireylerin zaten sağlıklı içecek tüketme olasılığının daha yüksek olmasıdır. Ayrıca sağlıklı tüketime verilen önem ile bedavanın cazibesinden etkilenme arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bireylerin normal hayatta sağlıklı bir yaşama ve sağlıklı tüketime önem veriyor olmaları sağlıklı ürünler tercih edeceğini göstermektedir ve bu ürünlerin bedava olması durumunda ise kolaylıkla alınabileceğini göstermektedir.

Çalışma sonucunda tüketicilerin büyük bir kısmının, tüketici harcama öz kontrollerini yüksek bulduklarını ve bu yönde anket sorularını cevapladıkları görülmüştür. Özellikle sağlıksız tüketim alışkanlığının bu kadar yayıldığı ve bu tüketimler neticesinde yaşanan birçok hastalığın artmasının aslında dürtme gibi teorilerden faydalanılarak önüne geçilebilecektir. Dürtme gibi tüketici davranışlarını etkileyebilecek ve bireyleri daha iyiye, daha sağlıklıya yönlendirebilecek politikaların devlet tarafından uygulanması örneğin okul kantinlerinde sağlıklı gıdaların göz önüne çıkarılması veya fiyatlarının daha uygun hale getirilmesi bu ürünlere ilgiyi artıracaktır. Çalışmada dikkat çeken bir başka sonuç ise bireylere kronik hastalığınız var mı ve eğer varsa içecek tercihinizi etkiliyor mu sorusudur. Bu sorunun analize dahil edilmemesinin nedeni çok az sayıda kişinin bu soruya evet cevabını

vermesidir. Toplamda 18 kişi kronik hastalığının olduğunu belirtmiş ve 18 kişinin 13'ü diyabet hastası olduğunu, 4'ü kalp hastası olduğunu 1'i ise kronik solunum yolu hastalığının olduğunu söylemiştir. Kronik hastalığı olan 18 kişinin 16'sı ise hastalıklarının içecek tercihinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu noktadan hareketle politikalar geliştirilirken kronik rahatsızlık gibi olguların göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir.

Ayrıca yapılan gözlem sonucunda görölmüştür ki özellikle arkadaşlarıyla birlikte kantine gelen veya kantin kalabalıkken kantine gelen denekler sağlıklı içeceklerden alsalar bile ödeme yapmış ve deney içerisinde verilen ücretsiz içeceği tercih etmemişlerdir. Fakat kantinde çok az sayıda kişi varsa veya kimsenin olmadığı zamanlara denk gelen tüketiciler ise bedava ürünlere yönelmişlerdir. Bu göstermektedir ki tüketiciler özellikle çevre etkisinde kalmakta ve çoğunlukla gelir seviyeleri 1000 TL ve altında olsa bile ücretsiz ürünlere sosyal statülerini korumak amaçlı yönelmemişlerdir. Çalışma sonucunda anlaşılmaktadır ki özellikle tüketicilerin gelir durumları ve kişisel faydalarının yanında çevresel etkilerde oldukça önemlidir. Bu nedenle özellikle genç tüketiciler ile ilgili bundan sonra yapılacak çalışmalarda çevresel faktörlerin etkileri dikkate alınmalıdır. Çalışma sonucunda günümüzün ve geleceğin özellikle tehlikeli hastalıklarından olan obezite, diyabet ve kalp gibi kronik hastalıklarla mücadele sürecinde dürtmelerin yanı sıra bedavanın cazibesini de öne çıkarabilecek politikalardan yararlanılabileceği görölmüştür. Özellikle küçük ve genç yaştaki bireylere uygulanabilecek politikalar ile sağlıklı beslenme alışkanlığı kazandırılabilir ve harcama öz kontrollerini güçlendirebilecek politikalar oluşturulabilir. Ayrıca kamu spotları düzenlenebilir ve sağlıklı yaşamın önemi hakkında farkındalık yaratılabilir. Çünkü oluşturulan bu farkındalıklar bireylerde dürtme etkisi yaratabilecektir. Böylece hem bireyler uygulanan politikalar ile daha ucuz ve sağlıklı gıdalara yönlendirilebilir, daha sağlıklı yaşam sürerek birçok hastalıktan uzak tutulabilir ve dolayısıyla birçok hastalık için kullanılan ilaçların tüketimi ve gereksiz sağlık harcamaları maliyeti azaltılabilir. Bu durumun sağlanabilmesi için davranışsal iktisadın devlet politikalarında daha çok gündemde olması sağlanmalı ve bu yönde adımlar atılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adusumalli S., Aragam G. ve Patel M. (2020). “A Nudge Towards Cardiovascular Health: Applications of Behavioral Economics for Primary and Secondary Cardiovascular Prevention”. **Curr Treat Options Med.** 24, 1-17
- Agresti, A. (1996). **An Introduction to Categorical Data Analysis**. John Wiley and Sons Inc.
- Akerlof, G. A., (1970). “The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism”. **The Quarterly Journal of Economics** 84(3). 488-500
- Akerlof, G. ve Kranton R. E. (2000). “Economics and Identity”. **The Quarterly Journal of Economics**. CXV:3, 715-753
- Akın Z. ve Urhan B. (2009). “İktisat Deneyisel Bir Bilim Olmaya mı Başlıyor”? **İktisat, İşletme ve Finans**. Sayı 25, 9-28
- Akın, Z. ve Urhan, B. (2015). **Davranışsal Oyun Teorisi. (Ed.) Dumludağ D. Vd., İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**. İmge Kitabevi, İstanbul.
- Akkuş, Ç. (2018). “Turistik Satın Alma Karar Sürecinde Bedava Etkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma”. **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**. 15 (2). 386-403
- Aktan, C., Basılğan, M. ve Yay S. (2019). **Deneyisel İktisat**. Divan Kitap
- Aksoy, T. ve Şahin, I. (2015). “Belirsizlik Altında Karar Alma: Gelenekel ve Modern Yaklaşımlar”. **İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi**. 2(2), 1-28
- Aktan, C. C., ve Basılğan, M. (2019). “Deney ve İktisat: İktisat Biliminde Deneyisel Araştırmalar”. **Sosyal Bilimler Araştırmaları Derneği Hukuk ve İktisat Araştırmaları Merkezi**. 6-27
- Aldemir C. ve Kaya M. (2020). “Dürtme” Fikrinin Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Covid-19 Döneminde Hükümetler Tarafından Uygulanması”. **Gaziantep University Journal Of Social Sciences**. 122-142
- Altunöz, U. (2016). **Davranışsal Ekonomi (Nörofinans)**. Ankara: Seçin Yayıncılık
- Anay, H. (2011). “Jeremy Bentham’ın Etkisi ve Yararcılığın Çağdaş Arap Düşüncesine Girişi”. **Osmanlı Araştırmaları**. (37), 99-138

- Andreoni, J. (1988). “Why Free Ride? Strategies and Learning in Public Goods Experiments”. **Journal of Public Economics**. 37, 291-304
- Arechar, A., A. Gächter, S. ve Molleman, L. (2018). “Conducting Interactive Experiments Online”. **Experimental Economics**. 1(21), 99-131
- Ariely, D. (2019). **Akıldışı ama Öngörülebilir**. (Çev: A. Hekimoğlu Gül ve F. Bolat). İstanbul: Optmist Yayın Dağıtım.
- Arkes, H. R. ve Blumer, C. (1985). “The Psychology of Sunk Cost”. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. 124-140.
- Ata, O. (2019). **Hanehalkı Elektrik Enerjisi Tasarrufunun Uyarılmasında Dürtme Tekniklerinin Kullanımı: Ankara Örneği** (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Augier, M. ve Mart J.G. (2003). “The Economic Psychology of Herbert Simon: Introduction to a Special Issue”. **Journal of Economic Psychology**. 24(April2), 135-141
- Aytekin E., Y. ve Aygün M. (2016). “Finansta Yeni Bir Alan “ Davranışsal Finans”. **Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. 2, 143-156
- Barberis, N. C. (2013). “Thirty Years of Prospect Theory in Economics: A review and Assessment”. **Journal of Economic Perspectives**. 27(1), 173-196
- Basilgan, M. (2015). “İktisatta Laboratuvar Deneyleri ve Uluslararası İktisat Uygulamaları”. **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**. No.53, 53-86
- Beaudreau, B. C. (2012). “A Humanistic Theory of Economic Behavior”. **The Journal of Socio- Economics**. 41(2), 222-234
- Benartzi S., Beshears J., Milkman L. K., Sunstein C. R., Thaler R. H., Shankar M., Tucker-Ray W., Congdon J. W. ve Galing S. (2017). “Should Governments Invest More in Nudging”? **Psychological Science** 28(8), 1041-1055
- Bhargava S. ve Loewenstein G. (2015). “Behavioral Economics and Public Policy: Beyond Nudging”. **American Economic Review** 105(5). 396-401
- Bierman, H. S. ve Fernandez, L. (1998). **Game Theory with Economic Applications**. Addison- Wesley, USA

- Bircan, H. (2004). “Lojistik Regresyon Analizi: Tıp Verileri Üzerine Bir Uygulama”. **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. 2, 185-208.
- Blaug, M. (2009). **İktisatta Yöntem veya İktisatçılar Nasıl Açıkıyor**. (çev. Levent Konyar). Ankara: Eflatun Yayınevi
- Boettke, P. J., (2002). “Information and Knowledge: Austrian Economicsin Search of its Uniqueness”. **The Review of Austrian Economics**. 15(4), 263-274
- Bossaerts, P. ve Plott, C. R. (2008). “From Market Jaws to the Newton Method: The Geometry of How a Market Can Solve Systems of Equations”. **The Handbook of Experimental Economics Results**. İçinde (22-24). Vol. 1. Oxford: North- Holland.
- Bolton, G. E., Katok, E. ve Zwick, R. (1998).” Dictator Game Giving: Rules of Fairness Versus Acts of Kindness”. **International Journal of Game Theory**. 27, 269-299
- Bruni, L., ve Sudgen, R. (2007). “The Road Not Taken: How Psychology was Removed From Economics and How It Might Be Brought Back”. **The Economic Journal**. (117), 146-173
- Branson, W. H. (1989). **Macroeconomic Theory and Policy** (3rd Edition), Harper&Row Publishers, New York
- Camella J. R. ve Bol N. (2017). “Nudging Our Way to a Healthier Population: The Effect of Calorie Labeling and Self-Control on Menu Choices of Emerging Adults”. **Health Communication**. 32 (8), 1032-1038
- Camerer, C. (1999). “Behavioral Economics: Reunifying Psychology and Economics”. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA**. 96, 10575-10577
- Camerer, Colin F. ve Loewenstein, G. (2003). “Behavioral Economics: Past, Present, Future. Advances in Behavioral Economics”. **Princeton University Press**. 5-51
- Camerer , C. F. ve Loewenstein, G. (2004). **Behavioral Economics: Past, Present, Future**. İçinde Camerer, C. Loewenstein, G. Ve Rabin, M. (Ed). Advances In Behavioral Economics, 3*51. New York: Princeton University
- Camerer C. ve Weber, R. (2006). “Behavioral Experiments in Economics”. **Experimental Economics**. 9, 187-192

- Can, Y., (2012). “İktisatta Psikolojik İnsan Faktörü: Davranışsal İktisat”. **Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi**. 4(2), 91-98
- Caplin, A. ve Dean, M. (2015). “Revealed Preference, Rational Inattention and Costly” **Information Acquisition**. 105(7). 2183-2203.
- Carpenter, Jeffrey, P., Harrison, G. W. ve List, J. A. (2005). “Field Experiments in Economics”. **Research in Experimental Economics**. Vol 10, 1-40
- Chamberlin, E. H., (1948). “An Experimental Imperfect Market”. **Journal of Political Economy**. 56(2), 95-108
- Colander D. (2000). “The Death of Neoclassical Economics”. **Journal of the History of Economic Thought**. 22(2), 127-143
- Çakar, T., ve Neyse, L (2015). **İkisadi Kararların Biyolojik Temelleri: Nöroiktisat**. İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar. 1. Baskı, Ankara. İmge Kitabevi Yayınları, 383-404
- Çetinkaya, Ş., (2012). “Asimetrik Bilginin Piyasalara Etkileri ve Finansal Krizlerdeki Rolü”. **Sakarya İktisat Dergisi**. 1(2). 46-63
- Çekiç, S. (2016). **Davranışsal İktisat Bağlamında Cinsiyet Farkının Tüketici Tercihinde Etkisi: Bartın Örneği**. (Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Delargy, C. (2011). “The Popularity and Valuation of Free Products in an Undergraduate Student Population”. **Student Psychology Journal**. 2, 3-20.
- Demir, Ö. (2013). Akıl ve Çıkar: **Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği**. Ankara: Sentez Yayıncılık
- Diacon, S. ve Hesseldine, J. (2007). “Framing Effects and Risk Perception: The Effect of Prior Performance Presentation Formak on Investment Fund Choise”. **Journal of Economic Psychology**. 28(1), 31-52
- Dumludağ, D., Gökdemir, Ö., Neyse, L. ve Ruben, E., (2015). **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**. İstanbul: İmge Kitabevi
- Durusoy S. (2008). “İktisat Biliminin Yeri ve Yöntemi Neden Sorgulanıyor”? **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**. 5(1), 1-26

- Duramaz, S., Gökbunar, A. R., Onağ A. O. ve Onağ, Z. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kartı Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Merkez Kampüsleri Örneği”. **Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi**. 307-337
- Downward P. (2007). “Exploring The Economic Choice To Participate İn Sport: Result From The 2002 General Household Survey”. **International Review of Applied Economics**. 21(5), 633-653
- Döm, S. (2003). **Yatırımcı Psikolojisi**. İstanbul: Değişim Yayınları
- Earl P. E. (2005). “Economics and Psychology in the Twenty-Century”. **Cabridge Journal of Economics**. 29(6), 909-926.
- Easterlin, A. R., (1974). Does Economic Growth Improve the Humen Lot? Some Empirical Evidence. In: David P. A. And Reder, M. W., eds., **Nations and Households in Economic Growth, Academic Press**. New York, 89-125
- Ellsberg, D. (1961). “Risk Ambiguity and the SavageAxioms”. **The Quarterly Journal of Economics**. 75(4). 643-649
- Eser R. ve Toıgonbaeva D. (2011). “Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat”. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**. 6(1), 287-321
- Erdoğan, M. ve Karagöl, v. (2019). “Davranışsal İktisat, Dürtme ve Günlük Hayatta Kamusal Müdahaleler: Türkiye Örnekleri ve Tavsiyeler”. **Econworld**. 1-15
- Frey B. S. ve Benz M. (2002). “From Imperialism to Inspiration: A Survey of Economics and Psychology”. **The Elgar Companion to Economics and Philosophy**. No. 118, 3-23
- Frantz, R. (2012). “Friedrich Hayek’s Behavioral Economics in Historical Context”. R. Frantz ve R. Leeson (Ed). **Hayek and Behavioral Economics** (1-34). Hampshire, England: Plagrave Mcmillan.
- Gächter, S., Eric, J. J. ve Andreas, H. (2007). **İndividual-Level Loss Aversion in Riskless and Risky Choices**. IZA Discussion Pape 2961, Institute fort he tudy of Labor
- Geiger, N., (2017). “The rRise of Behavioral Economics: A Quantitative Assessment”. **Social Science History**. 41(3), 555-583

- Giddens, Anthony (2012). **Sosyoloji- Kısa Ama Eleştirel Bir Giriş**.Çev. Ülgen Yıldız Battal. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gilovich, T. ve Medvec, V. H. (1994). “The Temporal Pattern to the Experience of Regret”. **Journal of Personality and Social Psychology**. 67, 357-365
- Grand, J. L. ve New, B. (2015). **Government Paternalism: Nenny State or Helpful Friend?** New Jersey: Princeton University Press.
- Gülmez, M. (2019). **Attitudes of Young Turkish Workers Towards Private Pension Plans**. (Yüksek Lisans Tezi). Boğaziçi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gümüsoğlu, Ş. ve Özdemir, A. (2007/2008). “Rekabet Ortamında Karar verme Süreçlerinde Oyun ve Fayda Kuramı İlişkileri ve Fayda Etkileşimi”. **Review of Social, Economic and Business Studies**. 9(10). 287-308
- Hammond, J. S., Keeney, R. L. ve Raiffa, H. (1998). “The Hidden Traps in Decision Making”. **Harvard Business Review**. 76(5), 47-58
- Hatipoğlu, Y. Z., (2012). “**Davranışsal İktisat ve 2008 Küresel Finans Krizine Getirilen Yaklaşımlar**”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Haws, K., Bearden, W. ve Nenkov, G. (2012). “Consumer Spending Self-Control Effectiveness and Outcome Elaboration Prompts”. **Journal of the Academy of Marketing Scienc.**, 40(5), 695-710
- Henrich, J., Boyn, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H., Mcelreath, R., Alvard, M., Barr, A, Endminger, J., Nerich, N., Hill, K., Gil-White, F., Gurven, M., Marlowe, F. W., ve Patton, J. (2005). “Economic Man” in cross-cultural Perspective: Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies.**Behavioral and Brain Sciences**. 28(6). 795-815
- Houser, D., ve McCabe K. (2009). **Experimental Neuroeconomics and Non- Cooperative Games. Neuroeconomics: Decision Making and Brain**. İngiltere, 1. Baskı, 47-61
- Hume, D. (1978). **A Treatise of Human Nature**. L. A. Selby- Bigge, P. H. Nidditch (Eds). Oxford: Clarendon Press
- Huekelom, F., (2014). **Behavioral Economics: A History**. New York: Cambridge University Press.

- İğdeli, A. ve Sever, E. (2018). “Belirsizlik ve Risk Kavramlarının Felsefi ve Matematiksel Açından İncelenmesi”. **Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. (2)1,1-12
- İpek İ., Duman S., Akdeniz G. & Göklen M. (2020). “Bilişsel Yönlü Dürtme ile Üniversite Öğrencilerini Sağlıklı İçecek Tercih Etmeye Yöneltilme”. **Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**. 26, 359-378.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”. **Econometrica**. 47(2). 263-291
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1981). “The Framing of Decision and the Psychology of Choice. Science”. **New Series**. 211 (4481), 453-458
- Kahneman, D. ve Twersky, A. (1984). “Choices, Values and Frames”. **American Psychologist**. 39 (4), 341-350
- Kahneman, D. (2003). “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral”. **The American Economic Review**. 1449-1475
- Kahneman, D., (2020). **Hızlı ve Yavaş Düşünme**. (çev; Deniztekin O. Ç. Ve Deniztekin N.). İstanbul: Varlık Yayınları A.Ş.
- Kamilçelebi, H. (2019). **Davranışsal İktisat**. Ijopec Publication Limited.London
- Katona, G. ve Donald J. Harris. **Behavioral Economics**.M.E. Sharpe, Inc. 21(4), 14-18
- Kaplan, M.D. (2004). **Analysis Of Factors Influencing Consumer Decision Making and Choice: With A Comparative Study In Different Product Classes**. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Üniversitesi
- Kaynaş, M. (2012). **Tüketicilerin Mantıkal Olmayan Davranışlarının Ekonomik Sonuçları**. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul
- Keynes J. M. (2008). **The General Theory of Employment, Interest and Money**. (Chap 12). The State of Long-Term Expectation, Atlantic Books.
- Keskin, H. D., ve Koparan, E. (2010). “Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kartı Sahipliğini Belirleyen Faktörler”. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**. 111- 129.
- Kırmızıaltın E. (2017). **İktisat ve Rasyonalite**. K. Marx, W.S. Jevons ve T.B. Veblen’de Rasyonalite, İnsan, Teori. 1. Basım Ankara: Heretik Yayınları.

- Kitapcı İ. (2017). Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 85-102
- Kim, B., Barua, A. ve Whinston, B., A. (2002). “Virtual Field Experiments for a Digital Economy: A New Research Methodology for Exploring an Information Economy”. *Decision Support System*. 32(3), 215-231
- Knight, F. H. (1921). **Risk Uncertainty and Profit** (1.Baskı). Riverside Press, Cambridge
- Koçaslan, G., (2011). **Risk Altında Karar Almada Neo Klasik ve Alternatif Yaklaşımlar: Kayıplar Alanında Risk Tavrılarına İlişkin Davranışsal Bir Araştırma**. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Korkut, M. (2019). **The Effects Of Behavioral Economics On Consumer Decision Making Behavior: An Application Of Nudge Theory**. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kökdemir, D. (2003). **Belirsizlik Durumlarında Karar Verme ve Problem Çözme**. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı. Ankara.
- Kurtoğlu, R., (2016). **Nörofinans, Küresel Para Savaşları ve Davranış Ekonomisi**. Asi kitap: 26, araştırma: 18. Baskı ve Cilt: Tor Ofset, İstanbul
- Küçükkefe, B. (2017). “Rasyoonel Dikkatsizlik Modeli ve Fiyat Katılıkları. Ömer Halisdemir Üniversitesi”. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 10(4). 35-58
- Laibson, D. ve Zeckhauser, R., (1998). “Amos Tversky and The Ascent of Behavioral Economics”. *Journal of Risk and Uncertainty*. 16(1), 7-47
- Learned, E. P. ve Sproat a. T., (1972). **Örgüt Kuramı ve Politikası**. (Çev: G. Şaylan). Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enst
- Lembcke T. B., Engelbrecht N., Brendel B. A. ve Kolbe L. (2019). **To Nudge or not to Nudge: Ethical Considerations of Digital Nudging Based on Its Behavioral Economics Roots**. Conference: European Conference on Information Systems.
- Lewis, A., Sonia C., Jhon C., ve Philip Jones (2009). “Individual, Cognitive and Cultural Differences in Tax Compliance: UK and Italy Compared”. *Journal of Economic Psychology*. 30, 431-445

- Moffitt, T., E., Arseneault, L. Belsky, D., Dickson, N., Hancox, R. J., Harrington, H., Houts, R., Poulton, R., Roberts, B. W. Ross, S., Sears, M. R., Thomson, W. M. Ve Caspi, A. (2011). “A Gradient of Childhood Self-Control Predicts Health”. **Wealth And Public Safety**, PNAS, 108(7), 2693-2698.
- Mohr B., Dolgoplova I. ve Roosen Jutta (2019). “The Influence of Sex and Self-Control on the Efficacy of Nudges in Lowering the Energy Content of Food During a Fast Food Order”. **Appetite**. 141 (3), 1-12
- Muraven, M. ve Baumeister, R. F. (2000). “Self- Regulation And Depletion of Limited Resources: Does Self- Control Resemble a Muscle”? **Psychological Bulletin**. 126(2),247.
- Muammar, O. M. (2015). “Zeka ve Öz-Kontrol’un Üstün Zekalı ve Normal Öğrencilerin Akademik Performansları ile Olan İlişkisi”. **Turkish Journal of Giftedness and Education**. 5(1), 67-81
- Mullainathan, S. ve Thaler, R. (2000). **Behavioral Economics**. NBER Working Paper Series, No. 7948
- Myerson, R. B. (1991). **Game Theory, Analysis of Conflict**, Cambridge, Massachusetts. Harvard University Press. London.
- Neumann, J. & Morgenstern, O. (1953). **Theory of Games and Economic Behavior** (3.b.). Princeton University Press.
- Neyse, L. (2011). **Davranışsal İktisat Çerçevesinde Güven Kavramı**. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Nikolaou C., Mendil C.ve Yalın M. (2014). “Calorie- Labelling: Does it impact on Calorie Purchase in Catering Outlets and the Views of Young Adults”? **International Journal of Obesity**. 39(3), 542-545
- Norton, D.F. (1993). **Introduction to Hume’s Thought**. In D. F. Norton (Ed.). Cambridge: Cambridge University Press The Cambridge Companion to Hume (2), 1-39
- Norton, M. I., Mochon, D. & Ariely, D. (2012). “The Ikea Effect: When Labor Leads to Love”. **Journal Of Consumer Psychology**. 453-460

- Nyborg K. (2000). “Homo Economicus and Homo Politicus: Interpretation and Aggregation of Environmental Values”. **Journal of Economic Behavioral & Organization**. 42(3). 305-322
- Obergruber, P. & Hrubcova, G. (2016). “Experiments in Economics”. **Procedia Economics and Finance**. 39, 482-492
- Öztopçu, A., (2019). “Davranış ve Ekonomik Karar Verme İlişkisi”. **Ekonomi, İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi**. 1(4). 364-376
- Özdamar, K. (2002). **Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi**. Cilt 1, 2. Baskı, Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Pesendorfer, W., (2006). “Behavioral Economics Comes of Age: A Review Essay on Advances in Behavioral Economics”. **Journal of Economic Literature**. 44(3):712-721
- Plott, C. (1991). “Will Economics Become an Experimental Science”. **Southern Economic Journal**. 57,901-919
- Pugno, M., (2014). “Scitovsky’s The Joyless Economy and The Economics of Happiness”. **The European Journal of the History of Economic Thought** 21(2). 278-303
- Rabin M. (1998). “Psychology and Economics”. **Journal of Economic Literature**, 36(1), s.11-46
- Rabin, M., (2002). “A Perspective on Psychology and Economics”. **European Economic Review**, 46(4-5),657-685
- Rasmussen, E. (2006). **Games and Information**. 4. Baskı. Abd. Wiley- Balackwell Publishing
- Ratneshwar, S., Shocker, A. D. ve Stewart, D. W. (1987). “Toward Understanding the Attraction Effect: The implications of Product Stimulus Meaningfulness and Familiarity”. **Journal of Consumer Research**. 13(4), 520-533.
- Ruben, E. B. (2013). **İktisadın Unuttuğu İnsan**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık
- Ruben E. & Dumludağ D. (2015). “Davranışsal İktisadın Gelişimi”. **İktisat ve Toplum Dergisi**. 58, 4-9

- Rosser, J. B. Jr., (2001). "Alternative Keynesian and Post Keynesian Perspectives on Uncertainty and Expectations". **Journal of Post Keynesian Economics**. 23(4),545-566
- Rooderkerk, R. P., Van Heerde, H. J., ve Bijmolt, T. H. (2011). "Incorporating Context Effects Into a Choice Model". **Journal of Marketing Research**, 48(4), 767-780
- Rothbaum, F., Weisz, J. R., ve Snyder, S. S. (1982). "Changing The World And Changing The Self: A Two-Process Model Of Perceived Control". **Journal of Personality and Social Psychology**. 42(1), 5-37
- Ryan, F. X. (2003). "Values as Consequences of Transaction: Commentary on Reconciling Homoeconomicus and John Dewey's Ethics". **Journal of Economic Methodology**. 10(2), 245-257
- Sabine G.H. (1917). "Rational in Hume's Philosophy. Philosophical Essays In Honor of James Edwin Creighton". **The New York: Macmillan Company**. 42-60
- Saral, A. S. (2015). İktisatta Laboratuvar Deneyleri. **İktisat ve Toplum**. Sayı 58, 40-45
- Savaş, V., (2000). **İktisadın Tarihi**. Siyasal Kitabevi. Ankara
- Saral, A. S. (2015). **Laboratuvar Deneyleri: Metodolojik Bir Giriş**. İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar. Derleyen: Devrim Dumludağ, Özge Gökdemir, Levent Neyse, Ester Ruben, Ankara: İmge Kitabevi
- Sedlacek, T., (2017). **İyi, Kötü ve Ekonomi** (Çev A.S. Erdoğan) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sendhil, M., & Richard, T. (2000). "Behavioral Economics". **National Bureau of Economic Research**. Working Paper 7948, 1-14
- Sent E. M. (2004). "Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics". **History of Political Economy**. 36(4), 735-760
- Shiffrin, S. V. (2000). "Paternalism, Unconscionability Doctrine and Accommodation". **Philosophy & Public Affairs**. 29.3, 205-250
- Shafir, E., Diamond, A. ve Tversky, A. (1997). "Money Illusion". **The Quarterly Journal of Economics**. CXII, 2, 342-374

- Simon, H. A. (1979). "Rational Decision Making in Business Organizations". **The American Economic Review**. 69(4), 493-513
- Simon, H. A., & Greenberger, M.(ed.) (1971). **Designing Organizations for an Information- Rich World**. The Johns Hopkins Press. 38-72
- Simon H. A. (1972). Theories of Bounded Rational. **Decision and Organization**. 162-176
- Sims, Christopher, A. (2010). "Rational Inattention and Monetary Economics". **Handbook of Monetary Economics**. Chapter 4. 155-181
- Smith, V. L. (1989). "Theory, Experiment and Economics". **The Journal of Economic Perspectives**. 3(1), 15169
- Smith, V. L. (1994). "Economics in the Laboratory". **Journal of Economic Perspectives**. 8(1), 113-131
- Somon S., J., Fennis B., M., Ridder D. T., Adrianse M., A. ve Veteriner E. (2014). Health on Impulse: "When Low Self-Control Promotes Healthy Food Choices". **Health Psychol**. 33(2). 103-109
- Soyer, E. (2015). **Davranışsal İktisat ve Politika Geliştirme**. D.Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse & E. Ruben içinde, İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar. 73-104
- Soydal, H. (2010). **Yeni Ekonomi** (Kuantum- Nöroiktisat). Konya. Palet Yayınları
- Spence, M., (1973). "Job Market Signalign". **The Quarterly Journal of Economics**. 87(3). 355-374
- Sunstein C. R. (2014). "Nudging: A Very Short Guide". **Journal of Consumer Policy**. 37, 583-588.
- Sutherland, S. (2009). **İrrasyonel** (5. Baskı). İstanbul: Domingo
- Şahin, O. (2017). "Lojistik Regresyon Yöntemi ile Ayvalığı Turizm Amaçlı Tercih Etmede Önemli Risk Faktörlerinin Belirlenmesi". **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. 16 (61), 647-660.
- Şeniğne , B. (2011). **Rasyonalite Kavramına Deneysel ve Davranışsal İktisat Bağlamında Yeni Bir Bakış Açısı: Nöroiktisat**. (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Tak, A. G., (2020). **Davranışsal İktisat Perspektifinden Türkiye’de Vergi Ahlakının Değerlendirilmesi.** (Yüksek Lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Maliye Anabilim Dalı.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). “High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades And Interpersonal Success”. **Journal of Personality.** 72(2), 271-324.
- Taşdemir, M., (2006). “Dinamik Genel Denge Modellerinde Zamanlararası Tercihler: İndirgenmiş Fayda Teorisi ve Yetersizlikleri”. **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi.** 6(12), 114-129
- Tajima K. (2007). “The Theory of Institutions and Collective Actions in Adam Smith’s Theory of Moral Sentiment”. **The Journal of Socia- Economics.** 36(4), 578-594
- Tarı, R. ve Çalışkan Ş. (2010). “Kocaeli İlinde Tüketicinin Gelir Hipotezlerinin Analizi”. **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi.** 19(2), 1-19.
- Thaler, R. H. (1999). “Mental Accounting Matters”. **Journal of Behavioral Decision Making.** 12(3), 183-205
- Tekin, B. (2016). “Beklenen Fayda ve Beklenti Teorileri Bağlamında Geleneksel Finans-Davranışsal Finans Ayrımı”. **Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies.** 2(4), 75-107
- Thomas, M. ve Buckmaster, L. (2010). **Paternalism in Social Policy When is it Justifiable?** Research Paper.8
- Thaler, R. H. ve Sunstein, C. R. (2019). **Dürtme.** (Çev: E. Günsel). İstanbul. Pegasus Yayınları
- Thaler, R., (1997). “Irving Fisher: Modern Behavioral Economist”. **The American Economic Review.** 87(2), 439-441
- Thurstone, L.L., (1931). “The Measurement of Social Attitudes”. **The Journal of Abnormal and Social Psychology.** 26: 249-269
- Tomak, S. (2009). “Girişimci Hevrinstikleri: Bir Kavramsal Çözümleme”. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.** 10(2), 145-166

- Tomer F. J., (2007). "What is Behavioral Economics". **The Journal of Socio- Economics**. 36(3), 463-479
- Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı. (2018). **Kamu Politikası Tasarımında Davranışsal Yaklaşım**. Ankara, Türkiye
- Trepel, C., Fox, C. R. ve Poldrack, R., A. (2005). "Prospect Theory on the Brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision Under Risk". **Cognitive Brain Research**. 23, 34-50
- Trigilia C. (2002). **Economic Sociology State, Market and Society in Modern Capitalism**. Blackwell Publishers.Oxford
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1992). "Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation Under Uncertainty". **Journal of Risk and Uncertainty**. (5), 297-323
- Tversky, A. ve Kahneman D. (1974). "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases.Utility". **Probabaility and Human Decision Making**. 185 (4157), 1124-1131
- Öner, N. (2005). **Bilginin Serüveni**. Vadi yayınları. Ankara
- Özdemir G. Z. (2013). **Tüketici Güveninin Tüketici Kredileri ile İlişkisi ve Öngörü Gücü: Türkiye Örneği**, (Uzmanlık Yeterlilik Tezi), TCMB
- Özdilek, E. ve Akal M. (2020). "Davranışsal Ekonomi Çerçevesinde Richard Thaler'in Görüşleri". **İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi**. 5(13), 240-250
- Ulupınar, S. D. (2007). **2001 Kriz Dönemi, Öncesi ve Sonrasında Türk Ticari Bankalarının Karlılıklarının Lojistik Regresyon Analizi ile İncelenmesi, İstatistik Bilim Dalı** (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Ünal, S., Düğer, Y. S., ve Söylemez, C. (2015). "Ekonomi Okuryazarlığı ve Kredi Kartı Tutumunun Rasyonel Kredi Kartı Kullanımına Etkisi: Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı MYO Örneği". **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 31-52
- Ünal, R., (2019). **Davranışsal İktisat Açısından Kuşaklar Arası Tüketici Tercihlerinin İncelenmesi: Bartın Üniversitesi Örneği**. (Yüksek Lisans Tezi(. Bartın Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı

- Yalçın, Y. (2012). **Davranışsal İktisat Yaklaşımıyla Rekabetçi Piyasa Analizi**. Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 133, Rekabet Kurumu, Ankara
- Yayla, A. (1993). **Özgürlük Yolu, Hayek'in Sosyal Teorisi**. Turhan Kitabevi Yayınları. Bilimsel Araştırma Dizisi, Adalet Matbaacılık Ltd. Şti. Ankara
- Yavuzaslan K. (2018). “Ekonomideki Tercihlerde, Demografik Farklılıkların Önemi: Davranışsal ve Deneysel İktisat Çalışmaları”. **Social Sciences Studies Journal**. Vol:4, 2152-2158
- Yayar R, & Karaca E. Ö. (2019). “Davranışsal İktisat Bağlamında Kamu Çalışanlarının Tüketim Davranış Eğilimleri”. **Akdeniz İİBF Dergisi**. 19 (1), 1-29
- Yaylalı M. (2004). **Mikroiktisat**. Beta Basım A.Ş. 3. Baskı. İstanbul
- Yılmaz, F. (2009). **Rasyonalite: İktisat Özelinde Bir Tartışma**. İstanbul, Paradigma Yayıncılık
- Yiğit, G., A. (2021). Kompulsif Satın Alma Davranışı Üzerinde Bedavanın Cazibesi. **Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. 19(2), 205-216
- Yurdakul F. ve Özcan M. (2014). “Uyarlanmış ve Rasyonel Beklentiler Modellerinin Doğrusal Olmayan Eksik Regresyon Modelleri Çerçevesinde İncelenmesi”. **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**. 68 (2), 309-331
- Xu, H. (2017). “Herding Behavior Affects Our Lives- A Double- Edged Sword”. **Journal of Finance Research**. 1(1), 19-21
- Warneryd, K.E., (1982). “The Life and Work of George Katona”. **Journal of Economic Psychology**. (2), 1-31
- Wilkinson, N. ve Klaes, M. (2012). **An Introduction to Behavioral Economics**. (3.b). Macmillan Education
- Zeelenberg, M. ve Pieters, R. (2007). “A Theory of Regret Regulation”. **Journal of Consumer Psychology**. 17 (1), 3-18

EKLER

Ek 1

Deney Sürecinde Kullanılan Görsel



Ek 2

Deney Sürecinde Kullanılan Görsel (Kantin Giriş Kapısı)



Ek 3

Deney Sürecinde Kullanılan Görsel (Kasa arkası)



Ek 4

Gönüllü Katılım Formu

Erzurum Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Hüseyin Daştan tarafından yürütülen “Tüketici Tercihleri Üzerinde Öz Kontrol Etkisinin Dürtme ve Bedavanın Cazibesi Bağlamında İncelenmesi: Deneysel Bir Analiz” araştırmaya katılımızı rica ederiz. Bu çalışmada katılımınız tamamen gönüllülük esasına dayanır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler kişisel veri içermeyecek şekilde (ad, soyad vb.) sadece akademik çalışma için kullanılacaktır. Çalışmanın yapılabilmesi için gerekli etik kurul izni Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul Başkanlığından alınmıştır.

1-ÇALIŞMANIN ADI _____: Tüketici Tercihleri Üzerinde Öz Kontrol Etkisinin Dürtme ve Bedavanın Cazibesi Bağlamında İncelenmesi: Deneysel Bir Analiz

2-ÇALIŞMANIN AMACI _____:Doktora Tezi

Araştırmacının Adı- Soyadı: Arş. Gör. Hilal Mola

Katılımcı Onayı: Yapılan deneye gönüllü bir şekilde katılım sağladım ☐

Katılımcı İmzası:

Ek 5

Demografik Bilgi Soruları

☐ Sağlıklı İçecek Tercihi

☐ Diğer İçecek Tercihi

1. Cinsiyetiniz

☐ Kadın

☐ Erkek

2. Yaşınız

☐

Aylık Gelir Durumunuz

☐

☐ 1000 TL ve altı

☐ 1000-2000 TL

☐ 2000-3000 TL

☐ 3000-4000 TL

☐ 4000TL ve Üzeri

Alışveriş şekli ?

☐ Yalnız

☐ Grup Halinde

Okuduğunuz Bölüm

☐

Kronik bir hastalığınız var mı?

☐ Evet

☐ Hayır

Kronik hastalığınız varsa bu durum içecek seçiminizde etkili oluyor mu?

☐ Evet

☐ Hayır

Şu anki açlık durumunuzu 1-5 arasında puanlayınız (1 çok açım- 5 hiç aç değilim)

☐

Ek 6

Çalışmada Kullanılan Tüketici Harcama Öz Kontrol Ölçeği

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
a. Harcamalarımı kontrol altında tutarım.					
b. Uzun vadeli finansal hedeflerimi etkin bir şekilde planlarım.					
c. Satın alım yapmadan önce neye ihtiyacım olduğunu belirlerim.					
d. Sonuçlarımdan emin olmadığım satın alımlarımı ertelerim.					
e. Arkadaşlarla dışarı çıktığımda ne harcadığımı takip ederim.					
f. Bütçe hedeflerime ulaşabilmek için gereksiz harcamalardan kaçınırım.					
g. Harcamalarım konusunda her zaman planlı ve dikkatliyimdir					
h. Sosyal konumuma uygun harcamalar yaparım					
ı. Harcamalarıma ilişkin bir planımın olması benim açımdan önemlidir.					
j. Harcamalarım konusunda sorumluluk sahibiyimdir.					

Ek 7

Dürtme deney sonrası deneklere sorulan sorular

- Aldığınız içeceği almayı önceden planladınız mı?

☐Evet ☐Hayır

- İçeceği alırken cebinizdeki para miktarı etkili oldu mu?

☐Evet ☐Hayır

- Aldığınız içeceği sürekli tüketir misiniz?

☐Evet ☐Hayır

- Sağlıklı gıda tüketimine önem verir misiniz?

☐Evet ☐Hayır

- İçeceği alırken ürünün fiyatı etkili oldu mu?

☐Evet ☐Hayır

- Satın alma tercihinizde standı yerleştirilmiş görsel sizi etkiledi mi? (Dürtme)

☐Evet ☐Hayır

EK 8

Bedavanın Cazibesi Deney Sonrası Deneklere Sorulan Sorular

- İçeceklerin cretsiz olması mı sizi bu ürüne yönlendirdi? (Bedavanın Cazibesi)

☐Evet ☐Hayır

- Aldığınız içeceği sürekli tüketir misiniz?

☐Evet ☐Hayır

- Sağlıklı gıda tüketimine önem verir misiniz?

☐Evet ☐Hayır

- Aldığınız içeceği almayı önceden planladınız mı?

☐Evet ☐Hayır

Ek 9

Etik Kurul Onay Belgesi



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul Başkanlığı

Sayı : E.88656144-000-2200141158

ETİK KURUL ONAY FORMU

KARAR BİLGİLERİ	Oturum Sayısı : 9 Karar No : 151	Toplantı Tarihi: 10.05.2022
	Aşağıda bilgileri verilen proje ile ilgili çalışmanın, etik ilkeler açısından değerlendirilmesi isteği ile ilgili husus görüşüldü. Yapılan görüşmelerden sonra; söz konusu projeye alakalı yapılacak çalışma için, araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak konuyla ilgili çalışmanın gerçekleştirilmesinde <i>bilim etiği yönünden sakınca bulunmadığına</i>, Etik Kurulu oy birliği ile karar vermiştir.	
PROJE - TEZ BİLGİLERİ	Proje- Tez Yürütücüsü: <i>Arş.Gör. Hilal MOLA</i> Proje -Tez Konusu "<i>TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNDE ÖZ KONTROL ETKİSİNİN DÜRTME VE BEDAVANIN CAZİBESİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: DENEYSEL BİR ANALİZ</i>"	
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU		
Unvanı/Adı Soyadı	Görevi	İmza
<i>Prof.Dr. Sait UYLAŞ</i>	<i>Etik Kurul Başkanı</i>	<i>(e-imza)</i>
<i>Prof.Dr. Vedat KAYA</i>	<i>Etik Kurul Başkan Yardımcısı</i>	<i>(e-imza)</i>
<i>Prof.Dr. Adem YILMAZ</i>	<i>Etik Kurul Üyesi</i>	<i>(e-imza)</i>
<i>Prof.Dr. Gökalep Nuri SELÇUK</i>	<i>Etik Kurul Üyesi</i>	<i>(e-imza)</i>
<i>Prof.Dr. Ufuk ŞİMŞEK</i>	<i>Etik Kurul Üyesi</i>	<i>(e-imza)</i>
<i>Prof.Dr. Musa BİLGİZ</i>	<i>Etik Kurul Üyesi</i>	<i>(e-imza)</i>
<i>Prof.Dr. Dilaver DÜZGÜN</i>	<i>Etik Kurul Üyesi</i>	<i>(e-imza)</i>

