

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDEN
EVLİLİĞİN TÜKETİM TERCİHLERİ ÜZERİNE
ETKİLERİ: BİR LİTERATÜR ARAŞTIRMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

HAZIRLAYAN

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ercan KILIÇ Maksut Kürşat KELEŞ

MALATYA-2023

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDEN EVLİLİĞİN TÜKETİM
TERCİHLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ: BİR LİTERATÜR ARAŞTIRMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
Maksut Kürşat KELEŞ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ercan KILIÇ

MALATYA-2023

ONUR SÖZÜ

Dr. Mustafa Ercan KILIÇ danışmanlığında Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Davranışsal İktisat Perspektifinden Evliliğin Tüketim Tercihleri Üzerine Etkileri: Bir Literatür Araştırması” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlâk ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Maksut Kürşat KELEŞ

MALATYA 2023

ÖNSÖZ

“Davranışsal İktisat Perspektifinden Evliliğin Tüketim Tercihleri Üzerine Etkileri: Bir Literatür Araştırması” isimli çalışma, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programında Dr. Mustafa Ercan KILIÇ danışmanlığında hazırlanmış bir yüksek lisans tezidir. Bu çalışma, Türkiye’de bulunan evli çiftlerin yaşamları boyunca tüketim sırasında karşılaştıkları sorunları ve buna bağlı olarak tüketim tercihlerindeki değişimleri davranışsal iktisat kapsamında değerlendiren bir araştırmadır.

Yüksek lisans tez çalışmamın planlamasında, yürütülmesinde ve araştırılmasında, deneyimlerini ve önerilerini esirgemeyen danışman hocam Dr. Mustafa Ercan KILIÇ’a teşekkür ederim. Ayrıca tüm eğitim hayatım süresince maddi ve manevi olarak destek veren kıymetli annem Nevin BARLIK’a ve her zaman yanımda olan değerli arkadaşlarım ve dostlarıma teşekkürü borç bilirim.

ÖZET

Evlilik olgusu, geçmiş tarihlerden günümüze kadar farklı toplum ve eğitim düzeyine sahip kişilerin aile kurumunu oluşturabilmeleri için gerçekleştirdikleri birlikteliktir. Aile kurumunun oluşumundaki temel faktör ise aile üyeleri içerisinde yer alan bireylerin ihtiyaçlarının karşılamasına bağlıdır. Günümüz dünyasında nüfusun artmasına paralel olarak aile ekonomisine olan desteklerin boyutunda da artış olduğu gözlemlenmektedir.

Evlilik sırasında tüketim tasarruf dengesini sağlamak oldukça zorlaşır. Hem bütçe hem de harcama kalemleri arttığı için kişiler rasyonel davranmakta zorlanmaktadır. Bu tez çalışmasının amacı aile kurumunu oluşturan bireylerin tüketim kararlarını davranışsal iktisat açısından incelemektir. Ayrıca bu süreç içerisinde bulunan problemlerin muhtemel çözümleri davranışsal iktisat kapsamında önerilmiştir. Sonuç olarak ise bu alanda yapılan çalışmaların çok az olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Aile Ekonomisi, Rasyonellik, Sınırlı Rasyonellik, Tüketici Davranışları, Dürtme.

ABSTRACT

The phenomenon of marriage is a union that people with different levels of society and education have realized in order to establish a family institution from past history to the present. The main factor in the formation of the family institution depends on meeting the needs of the individuals involved in the family members. In parallel with the population growth in today's world, it is observed that there is an increase in the size of support for the family economy. It becomes quite difficult to maintain the balance of consumption savings during marriage. It is difficult for people to behave rationally because both the budget and expenditure items are increasing. The purpose of this thesis study is to examine the consumption decisions of the individuals who make up the family institution from the point of view of behavioral economics. In addition, possible solutions to the problems arising in this process have been proposed within the scope of behavioral economics. As a result, it has been observed that there are very few studies conducted in this area.

Keywords: Behavioral Economics, Family Economics, Rationality, Limited Rationality, Consumer Behavior, Nudging.

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	ix
GRAFİKLER LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

1. EVLİLİK VE EKONOMİ

1.1. Evlilik Olgusu	3
1.1.1. Tarihsel Süreç İçerisinde Evlilik Olgusunun Gelişimi	3
1.1.2. Türkiye'deki Evlenme ve Boşanma Hızı Verileri	5
1.2. Aile İçerisindeki Ekonomik Sorunlar	6
1.3. Aile Şirketleri	9
1.3.1. Aile Şirketlerinin Büyüme Süreci	11
1.3.2. Aile Şirketlerinin Ekonomideki Rolü	12
1.4. Ailelere Yapılan Kamusal Yardımlar	14
1.4.1. Türkiye	14
1.4.2. Avrupa Ülkeleri	15

2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT

2.1. Geçmişten Günümüze Kadar Davranışsal İktisadın Gelişim Süreci	19
2.1.1. Klasik İktisatta Davranışsal Yaklaşım	22
2.1.2. Neo Klasik İktisatta Davranışsal Yaklaşım	23
2.1.3. Erken Neo-klasik İktisat Dönemi	24

2.1.4. Savaş Sonrası Neo-klasik İktisat Dönemi.....	24
2.2. Davranışsal İktisatta Temel Kavramlar	26
2.2.1. Rasyonellik	26
2.2.2. Beklenti Teorisi.....	28
2.2.3. Dürtme.....	29
2.2.4. Klik-Pırrr Etkisi	30
2.2.5. İkili Sistem.....	32
2.3. Nobel Ödülü Almış Davranışsal İktisatçılar.....	34

3. ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ

3.1. Kısa Yollar ve Önyargılar	38
3.1.1. Bulunabilirlik Kısa Yolu.....	38
3.1.2. Bedavanın Gücü.....	39
3.1.3. Yemleme Etkisi	40
3.1.4. Mülkiyet Etkisi.....	40
3.1.5. Sürü Psikoloji Etkisi.....	41
3.1.6. Çerçeveleme Etkisi	41
3.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	42
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	43
3.4. Araştırma Konusu ile İlgili Literatür Çalışmaları.....	43
3.4.1. Tez, Makale ve Kitap Çalışmaları	44
3.5. Genel Değerlendirme	60
SONUÇ	66
KAYNAKÇA	68

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 2.1. Davranışsal İktisat İle Geleneksel İktisat Arasındaki Metodoloji ve Yaklaşım Açısından Benzerlikler ve Farklılıklar	20
Tablo 2.2. 1. Sistemin Özellikleri	33
Tablo 2.3. 2. Sistemin Özellikleri	34



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1. Türkiye’de Evlenme Hızı	5
Grafik 1.2. Türkiye’de Boşanma Hızı	6
Grafik 1.3. Ankara ili Merkez İlçelerinde Yaşayan Ailelerin Tasarruf Eğilimlerindeki Oranları	8
Grafik 1.4. Ankara İli Merkez İlçelerinde Yaşayan Ailelerin Öğrenim Durumlarına Göre Tasarruf Oranları.....	8



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Aile Şirketlerinin Özellikleri	10
Şekil 1.2. Aile Şirketlerinin Avantaj ve Dezavantajları	10
Şekil 2.1. Davranışsal İktisadın Temel Kavramları.....	26
Şekil 2.2. Rasyonellik İlkeleri	26
Şekil 2.3. Rasyonellik Çeşitleri	27
Şekil 2.4. Rasyonellik Unsurları.....	27
Şekil 2.5. Beklenti Fayda Teorisi ve Beklenti Teorisinin Analiz Yöntemleri.....	28
Şekil 2.6. Beklenti Teorisi Değer Fonksiyonu	29
Şekil 2.7. Simon'un 1978 Tarihinde Nobel Ekonomi Ödülünü Almaya Hak Kazandığı Çalışma Konuları.....	35
Şekil 3.1. Kısa Yollar ve Önyargılar	38
Şekil 3.2. Ortak Kararlarda Gerek Duyulan Roller	44
Şekil 3.3. Tüketicinin Karar Alma süreci	49
Şekil 3.4. Bilişsel Anlamda Dokuz Farklı Karar Alma Aşaması	61
Şekil 3.5. Konuya Ait Problem Cümlesinin Özellikleri	63
Şekil 3.6. Anket Çalışması Yaparken Sıklıkla Yapılan Hatalar	63

KISALTMALAR LİSTESİ

TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
SED	: Sosyal ve Ekonomik Destek Hizmeti
ASHB	: Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
GSYH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla



GİRİŞ

Dünyanın her yerinde evlilik kurumu büyük bir öneme sahiptir. Evlilik birliğinin oluşması için bazı koşulların yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu koşulların ilk sırasında ise aile kurmak isteyen kişilerin evlilik için yaş ehliyetine sahibi olması gelmektedir. Dünyadaki evlenme oranlarına bakıldığında evliliklerin son yıllarda dünya nüfusunun etkisiyle geçen yüzyıla göre arttığı görülmektedir. Bu durum bazı ülkelerde eğitim düzeyinin düşüklüğünden kaynaklı bir durumdur. Evlilik olgusunun temel amacı insanları bir bütün haline getirmektir. İki cins birbirlerini tamamlar. Böylece erkek bakım ihtiyacı ve sıcak bir yuva ihtiyacını karşılarken kadın ise korunma ve güven duygusunu tatmin eder.

Evlilikte çiftlerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik önemli unsurlar vardır. Bu unsurlar; yeme-içme, barınma, duygusal boşlukların giderilmesi, sosyalleşme gibi faaliyetleri içerir. Bu yüzden evli çiftlerin, aile kurumunu ayakta tutabilmeleri ve bir birliktelik kurarak hayatlarını sürdürebilmeleri için ekonomik olarak güçlü temellere sahip olması gerekir. Evli çiftler çalışarak ya da üyesi oldukları toplumun kuralları çerçevesinde çeşitli sosyal yardımlar alarak evliliklerini ayakta tutmaya çalışırlar. Bu yardımlar arasında ilk olarak akla gelen, çalışanların aylık ve yıllık olarak elde ettikleri gelirlerinin yanında devlet tarafından evlilik yardımı adı altında belli bir miktar gelir elde edilmesidir. Bu tür yardımlar sayesinde evliliğin oluşturulması ve sürdürülmesi kolaylaşır. Böylece toplumun en önemli unsuru olan aile kavramı ayakta kalır.

Davranışsal iktisat kapsamında evliliklerin sürdürülmesi, evlilikte tüketim tercihlerinin aile bütçesine yansımaları konuları, belli bir standardı yakalama açısından önemli ve ele alınması gereken konulardır. Aile ekonomisini yönetebilmek ve olumsuz etkilerini ortadan kaldırabilmek için bu alandaki sorunların çözüme ulaştırılması gerekmektedir. Dünyadaki gelişmiş ülkelerde, evlilik planlaması ve yönetimi ile ilgili uygulamalar yapılmaktadır. Bu sayede evli çiftlerin çalıştığı kurumdaki, evdeki ekonomik ve sosyal hayatına kadar planlamalar yapılarak ortaya çıkan ekonomik sıkıntılar mümkün olduğunca en aza indirgenmeye çalışılmaktadır. Planların uygulanması ve bu konunun sosyal bir politika haline getirilmesi ülkelerin siyasi bakış açılarına bağlı bir durumdur. Gelişmiş ülkelerdeki insanların geç yaşta evlilik yapması bireyin ekonomik olarak

evliliğe hazır olmasına bağlı iken az gelişmiş ülkelerde ise bu durum değişiklik gösterir. Bazı eğitim düzeyi düşük ülkelerde evliliklerin erken yaşta olması ve evlilikte ekonomik sorunlarla karşılaşılması yüzünden devlet tarafından bir cep telefonu uygulaması geliştirilmiştir. Yetkililer bu dijital platform sayesinde, evlilik yapacak olan gelin ve damatların yaşlarının kontrolü sağlanmaktadır. Bu sayede erken evlilik yapılması önlenmeye çalışılmaktadır. Evli insanların elde ettikleri gelirlerin aile bütçesine maksimum fayda sağlaması, tüketim harcamalarının planlamasına bağlıdır. Elde edilen gelirin tüketim kalemlerinde gerçekleşen giderlere olan oranı düşükse ekonomik sorunlar baş göstermeye başlar. Bu yüzden evlilikte ekonomi yönetiminin planlı bir şekilde gerçekleştirilmesi büyük bir öneme sahiptir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de yaşayan evli çiftlerin gelirlerinde ve tüketim kalemlerinde ortaya çıkan sorunları davranışsal iktisat perspektifinde ele alarak incelemektir. Çalışmada evli insanların gelirleriyle giderleri arasındaki denge ve tüketim harcama alışkanlıklarında meydana gelen değişimler sonucu ortaya çıkan sorunlar, davranışsal iktisat kavramları üzerinden ele alınmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde evlilik hakkında genel bilgilere yer verilmektedir. Evlilik kurumu hakkında açıklamalar yapılmaktadır. Evlilik kurumundaki iktisadi tercihler ile ilgili bilgiler verilmiştir. Evlilikte devletin ve özel sektörün ailelere sağladığı sosyal yardımlar ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, evlilik kurumuna sağlanan sosyal yardımlar hakkında karşılaştırmalara yer verilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde davranışsal iktisat alanı ile ilgili tanımlamalara yer verilmiştir. Davranışsal iktisadın ortaya çıkışı, gelişim süreci, ikna yöntemleri, davranışsal iktisat açısından evliliklerdeki karşılaştırmalar ile bu alanda çalışmalar yapan iktisatçılar hakkında açıklamalar yapılmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümü ise araştırma bölümüdür. Bu bölümde araştırmanın amacı, kapsamı ve yöntemi belirlenmiştir. Çalışmanın konusu ile ilgili literatür araştırmasına bu bölümde değinilmiştir. Evlilik ile ilgili yapılabilecek çalışmalarla ilgili öneriler sunulmuştur. Son olarak evlilikteki tüketim harcamalarındaki sorunlara, davranışsal iktisat perspektifinden genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1. EVLİLİK VE EKONOMİ

Bu bölüm dört alt bölümden oluşmaktadır. İlk olarak evlilik kavramı ve geçmişine yönelik bilgiler sunulmaktadır. İkinci bölümde aile içerisindeki ekonomik sorunlardan bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde aile şirketleri ile ilgili açıklamalar yapılırken son bölümde ise ailelere sağlanan kamusal yardımlar hakkında bilgiler verilmektedir.

1.1. Evlilik Olgusu

Evlilik, bireylerin bir araya gelerek oluşturduğu birlikteliktir. Bu birlikteliğin oluşmasıyla birlikte iki insanın karar almaları sonucu evlilik olgusu gerçekleşir ve bir aile kurumu ortaya çıkar. Birbirlerini tanımayan iki insanın evlilik kararlarıyla beraber aile yapısını oluşturmaları mutluluk verici bir durum olsa da bu durumun bazı zorlukları da vardır. Hem fiziksel hem de ruhsal olarak iki farklı yapıda bulunan insanın birliktelik oluşturmaya karar vermesiyle yaşamlarının sonuna kadar birbirlerine sadakat sözü vermeleri büyük bir emek ister (Adler, 2016, s. 303-304).

Bir evliliğin ayakta durabilmesi için iyi bir ekonomi yönetimine ihtiyaç vardır. Bireyler evlendikleri andan itibaren evliliklerini korumaları için ekonomik yönden tedbirler almaları gerekmektedir. Burada bireysel kararlardan daha çok çiftlerin ortaklaşa aldıkları kararların yeri önemlidir. Evlilikte çiftlerin beraber aldıkları kararlar neticesinde farklı iki düşüncenin eksi ve artı taraflarının ele alınarak tartışılması aile kurumunu oluşturan temel yapı korunur. Aile içerisinde doğru ve planlı bir ekonomi işleyişinin sağlanabilmesi için evli çiftlerin ortaklaşa almış oldukları kararların etkisi büyüktür. Bu sayede aile içinde doğruya en yakın ekonomik kararlara ulaşılır ve sorunlar daha hızlı aşılır (Gürel, B., Çopur, Z., 2021, s. 637).

1.1.1. Tarihsel Süreç İçerisinde Evlilik Olgusunun Gelişimi

Evlenme, tarihte ilk olarak erkeğin kadını kaçırmasıyla birlikte gerçekleşmiştir. Bu duruma “Kaçırma-Gasp Evlenmesi” adı verilmiştir. Evlilikte, “Satış Evlenmesi” çeşidi erkeğin, kadını ailesinden satın almasıyla ortaya çıkan bir evlenme türüdür. Bir başka evlenme türü ise “Hizmet Evlenmesi”dir. Bu tür evlenme, bedeli ödenerek gerçekleşen bir evlenme türüdür. Bu şekilde erkek, kadının ailesinin yanında belli bir süre çalışır ve

bunun karşılığında o kadınla evlenmeye hak kazanır. Diğer toplumlarda ise erkek ve kadın bir süre beraber yaşarlar ve bu süre içerisinde kadın o erkekten hamile kalırsa evlilik gerçekleştirilir. Bu türden evliliğe ise “Deneme Evliliği” denilmektedir. Bu tür evlenmeler dışında, en ilginç olan evlilik türü ise “Trampa Evlilik” türüdür. Bu tür evliliklerde iki erkek zaman içerisinde eşlerini sürekli olarak değiştirirler. Evliliğin tarihsel geçmişine bakıldığında, ilk toplumlarda kadın ve erkek arasında herhangi bir farkın olmadığı görülmektedir. Bu dönemde erkek ve kadınlarda eşitlik söz konusudur. Böylece erkeğin, kadın üzerinde baskı oluşturması durumu görülmemektedir. Mısır dönemini incelediğimizde akrabalık ilişkileri anneye göre kurgulanmaktadır ancak aile içerisindeki otorite erkek tarafından sağlanmaktadır. Bu medeniyette erkek, kadının ailesine bedel ödediği görülmektedir. Daha sonraları bu bedele, Babillerde “Tirhatu”, İbranilerde ise “Mohar” adı verilmektedir. Eski Yunan dönemine gelindiğinde kadın sürekli olarak vesayet altında bulunduğu görülmektedir. Önce babası, sonra kocası ve en sonunda da erkek çocuklarının vesayeti altındadırlar. Bu dönemde, kadının evleneceği erkeği seçme hakkının bulunmadığı, sadece evlilik gerçekleştiğinde, çeyizin kadında kaldığı görülmektedir. Erkek ise çeyiz konusunda, evlilik süresince bu çeyizin işletme hakkına sahip olduğu görülmektedir. Herhangi bir boşanma anında ise çeyiz kadına kalmaktadır. En son olarak Roma İmparatorluğunu incelediğimizde, tek bir kadınla evlilik yapma kuralı vardır fakat aile kurumunu oluşturabilmek Roma İmparatorluğunda herhangi bir kurala bağlı değildir. Erkek ve kadın evlenmeye karar verdiklerinde aynı ev içerisinde birlikte yaşamaya başladıklarında aile müessesesi kendiliğinde ortaya çıkmaktadır (Kama, 2013, s. 675-678).

Tarihsel açıdan evlenme biçimleri incelendiğinde, iki farklı grupta ele alınmaktadır. İlk olarak çevre konusuna bakıldığında iki çeşit evlenme biçiminin olduğu görülmektedir. Bunlar, Endogami ve egzogami evlenme biçimleridir.

- Endogami: Yaşam tarzlarının kapalı bir coğrafi çevre içerisinde olan ve kendi aile grupları içerisinde evliliklerin gerçekleştiği bir evlenme biçimidir. Bu tür evlenme biçimine “içten evlilik” adı verilmektedir.
- Egzogami: Bu tür evlenme biçiminde ise eş seçimi yabancı kabileden sağlanır. Bu tür evlilik biçimi tarihte çok fazla görülmektedir.

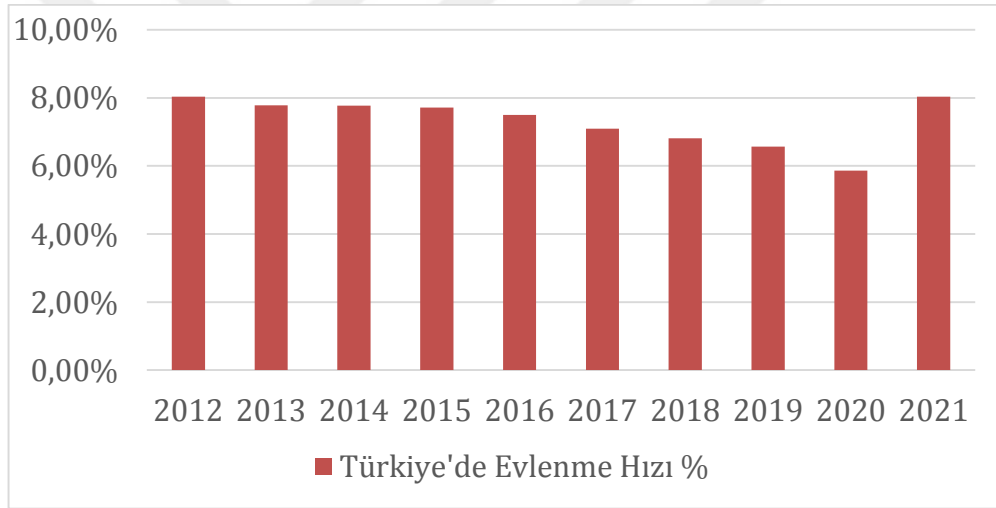
İkinci gruptaki evliliklere bakıldığında, Monogami ve Poligami şeklinde iki çeşit evlenme tipi görülmektedir.

- Monogami: Bir erkeğin ya da kadının tek bir kadın ya da erkekle evlilik gerçekleştirmesidir.
- Poligami: Kadının ya da erkeğin birden çok kişiyle evlilik yapması durumudur (Eyce, 2000, s. 225).

1.1.2. Türkiye’deki Evlenme ve Boşanma Hızı Verileri

Bu bölümde, Türkiye’deki gerçekleşen evlenme ve boşanma hızı verileri ile ilgili bilgiler verilecektir.

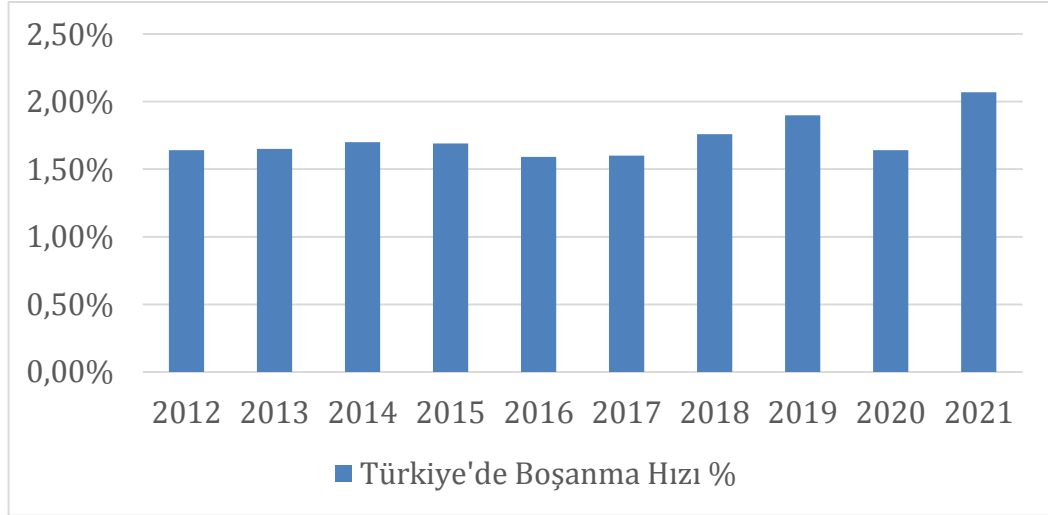
Grafik 1.1. Türkiye’de Evlenme Hızı (%)



Kaynak: TÜİK-2021

Türkiye’de evlenme hızı verileri incelendiğinde; 2012 yılında % 8.03 iken 2018 yılında % 6.81’e kadar düştüğü, 2021 yılından sonra ise tekrardan % 8.03’e yükseldiği görülmektedir.

Grafik 1.2.Türkiye’de Boşanma Hızı (%)



Kaynak: TÜİK-2021

Türkiye’deki yıllara göre boşanma hızına bakıldığında yıllara göre değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Ancak 2021 yılına gelindiğinde boşanma hızının aniden yükselişe geçtiği gözlemlenmektedir.

1.2. Aile İçerisindeki Ekonomik Sorunlar

Evliliklerde ekonomik planlamanın doğru ve rasyonel bir şekilde gerçekleşmesi, evliliğin sürdürülebilmesi açısından son derece önemlidir.

Yapılan çalışmalara göre; aileler arasında yaşanan ekonomik zorluklar evliliklerde tüm aile bireylerini olumsuz açıdan etkilemektedir. Aile içerisinde bulunan bir üyenin ekonomik açıdan bir zorlukla karşılaşması durumunda, bu zorluğun bir başka aile üyesini negatif anlamda etkilemesinin yanında hem dolaylı hem de doğrudan bir etkiyle olumsuz anlamda her geçen gün şiddetini artırdığı görülmektedir (*Gürel ve Çopur, 2021, s. 658*).

Evlilikte parayı planlı bir şekilde yönetebilmenin bazı durumları vardır. Bunlardan ilki eşler arasında açık olma durumudur. Evli çiftler evlenmeden önce ailelerinden gelen ekonomik alışkanlıklarını evliliklerinde de devam ettirebilme eğilimi içerisindeyler (*Şarlak, 2012, s. 7-8*). Bu sebeple aile içerisindeki para konularında, maddi tasarruflarda ve parayı harcama konularında eşlerin birbirlerine karşı olan düşünceleri açık olmalıdır.

Eşlerin para konularında birlikte karar verebilmeleri önemlidir. Bunun için bazı hedefler ortaya konmalıdır. Bu hedefler; kazalara, sağlık sorunlarına ve ani olarak gelişen risklere yönelik sevdiklerini koruma altına almak, hayat standardını artırmak, ailenin

temel ihtiyaçlarını karşılamak, elde edilen mal varlığını zamanı geldiğinde çocuklarına devretmektir (*şarlak, 2012, s. 8*). Bu sayede ortak kararlar alınarak maddi konularda kolayca hedefler belirlenir. Böylece evlilik kurumunun gerektirdiği ortak karar alabilme gücü sayesinde evliliğin sürdürülmesi kolaylaşır.

Bir başka durum ise evli çiftler arasında maddi sırların saklanmaması durumudur. Eşlerin maddi konularda birbirlerine karşı gizlilik içerisinde bulunmaları evlilikte ekonomik sorunları çoğaltır (*şarlak, 2012, s. 7-8*). Evlilikte eşlerden birinin yaptığı harcamanın diğer tarafın bilmemesi evliliğe zarar verir. Maddi zorlukların eşler arasında paylaşılması, aile içerisinde ekonomik dengenin sağlanması açısından fayda sağlamaktadır.

Tasarruf, ileriki zamanlarda kullanılmak üzere bir yere konulan paradır. Ekonomi yönetiminde parayı planlı bir şekilde yönetebilmenin anahtarı tasarruflardır.

Tasarruf eden bir birey;

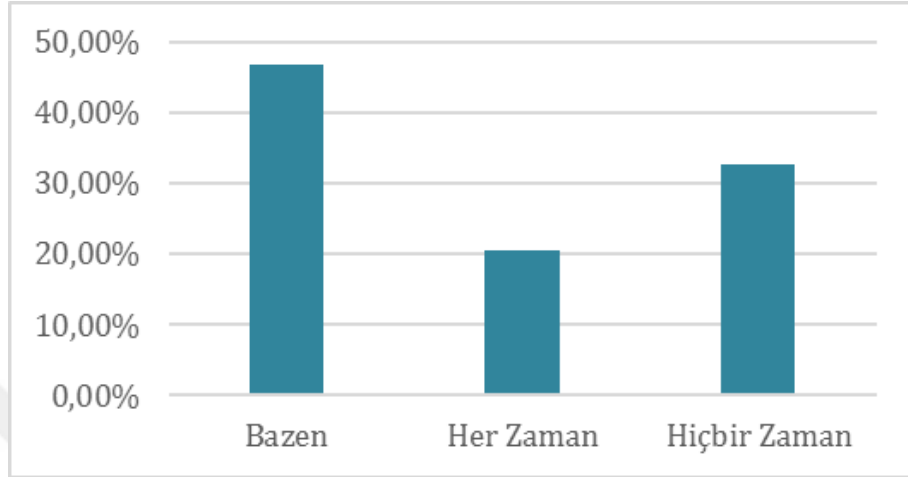
- Maddi açıdan kendisini güvence altına alır.
- İşini büyütür.
- Ekonomik olarak bir zorluğa düştüğünde evini, arabasını satmak zorunda kalmaz.
- Aile bireylerinin eğitim masraflarını rahat bir şekilde karşılar.
- Mal varlığı artırma yoluna gider.
- Hedeflerine daha hızlı ulaşır (*şarlak, 2012, s. 7-8*).

Evliliklerde ekonomi yönetimini doğru ve planlı bir şekilde gerçekleştirebilmek için temel prensip aile bireylerinin tasarruf yapmalarına bağlıdır. Sürekli olarak kredi ve borç alarak yaşamını sürdürmeye çalışan aile yeleri hem kendisine hem de aile üyelerine olumsuz etki eder. Bu durum aile içerisinde psikolojik ve fiziksel yönden olumsuz yansımalara yol açar.

Borç almanın bazı riskleri vardır. Kişinin almış olduğu borcunu geri ödememesi durumunda evliliğine ve ailesine olumsuz yönleri olacaktır. Evli bireylerin hayatında ani olaylar gerçekleşebilir. Örneğin Evli bir insan, işlerindeki bozulmalardan, doğal afetlerle karşılaşmasından ve sağlığında meydana gelen ani bozulmalardan kaynaklı ekonomik anlamda glklrle karşılaşabilir. Aile yesi, bu durumlar karşısında borç ya da kredi

almak yerine maddi tasarruflarına başvurması sonucunda kendisine ve aile bütçesine ek bir maliyet getirmeden zararı en aza indirebilir.

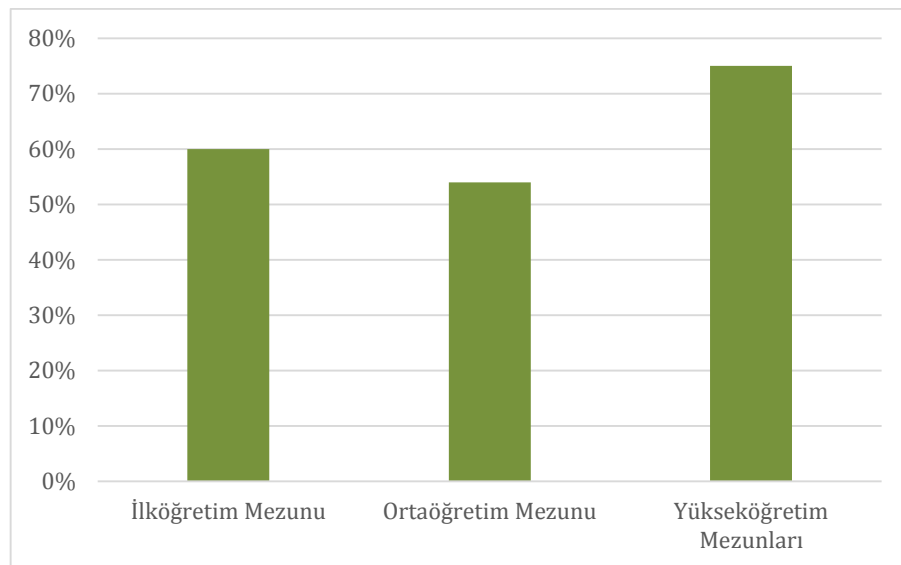
Grafik 1.3. Ankara ili Merkez İlçelerinde Yaşayan Ailelerin Tasarruf Eğilimlerindeki Oranları (%100)



Kaynak: Kastamonu Eğitim Dergisi-2008

Ailelerdeki tasarruf eğilimlerine bakıldığında eğitim ve öğrenim durumlarına göre tasarruf eğilimleri farklılık gösterebilir. Yapılan araştırmalar sonucunda; ailelerin % 46.8'i bazen, % 20.5'i her zaman, %32.7'si de hiçbir zaman tasarruf yapmamaktadır. Duruma göre öğrenim düzeyleri açısından bakıldığında,

Grafik 1.4. Ankara İli Merkez İlçelerinde Yaşayan Ailelerin Öğrenim Durumlarına Göre Tasarruf Oranları



Kaynak: Kastamonu Eğitim Dergisi-2008

İlköğretim mezunu ailelerin %60.0'nın ve ortaöğretim mezunlarının %54.0'ünün, yükseköğretim mezunlarının da %70.5'inin tasarruf yaptığı görülmektedir (*Ayazıt Hayta, 2008, s. 345-358*).

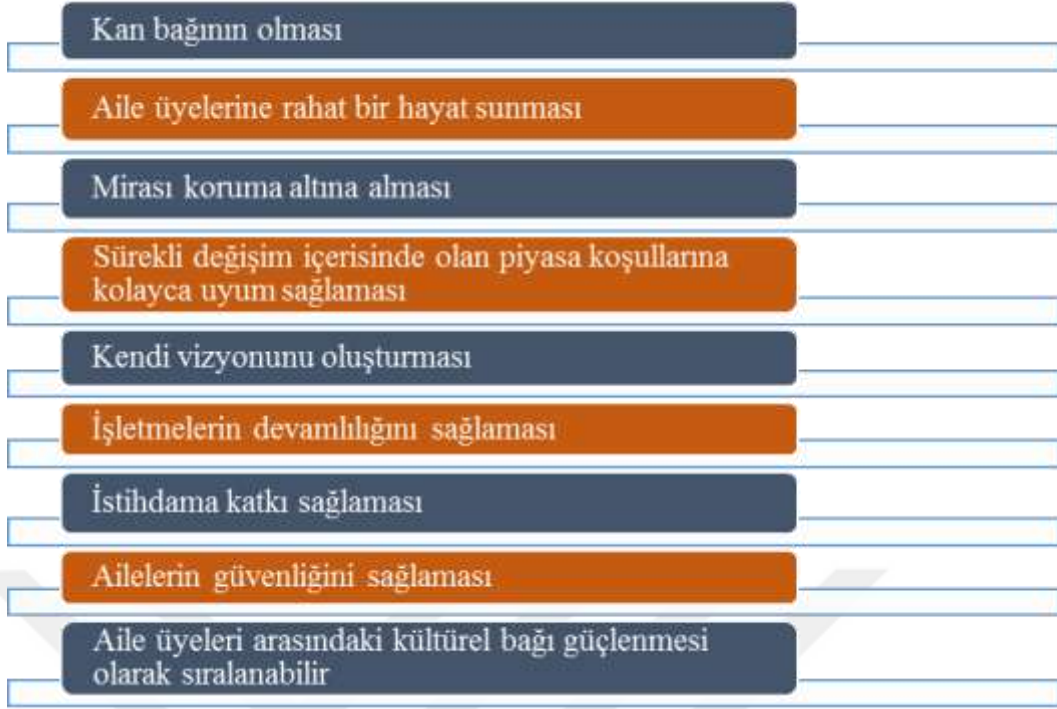
Evliliklerde aile olabilmek için bireysel düşünmek yerine aile üyeleriyle ortaklaşa kararlar almanın önemi büyüktür. Aile üyelerinin uyacağı bazı kurallar sayesinde ekonomik açıdan tasarrufların gerçekleşmesi kolaylaşabilir. Evliliklerde ailenin ekonomik kaynakların planlı bir şekilde kullanması önemlidir. Örneğin; doğalgaz, su ve elektrik faturalarının yüksek miktarda gelmemesi için aile üyelerinin dikkatli olması aile bütçesine olumlu bir şekilde yansır. Bu sayede ihtiyaç dışında tüketim yapmak engellenerek tasarruf edilmiş olur. Aile içerisinde tasarruf yapmanın bir diğer yolu ise alışveriş yaparken önceden liste yapılmasıdır. Bu sayede sadece ihtiyaç duyulan ürünler satın alınırken gereksiz para harcamaları engellenebilir. Evlerde kullanılan temizlik ürünlerini satın almak yerine doğal ürünler tercih edilerek aile ekonomisine katkıda bulunulabilir. Örneğin; 1 litre sıvı sabunun satın alınması yerine imkanlar dahilinde doğal meyvelerden elde edilen sirke ile temizlik ihtiyacı giderilerek aile bütçesinde tasarruf sağlanabilir. Bunun dışında temizlik için kullanılan elektrikli ev aletleri yerine fiziksel güç ile evin bakımı yapılarak gereksiz enerji tüketimi ortadan kaldırılmış olur.

1.3. Aile Şirketleri

Aile, iki insanın evlilik kararı almasıyla birlikte birbirlerine karşı bağlılık sözü ile oluşan bir olgudur. Dünyada aile şirketleri için birden fazla tanım bulunmaktadır. Bir ailenin devamlılığı sağlaması, mutlu bir hayat sürmesi ve mal varlıklarının devamını sağlanması açısından aile şirketlerinin rolü büyüktür.

Aile şirketlerinin oluşturulmasındaki temel hedef, aile içerisinde bulunan bireylerin yaşam standartlarını korumak, huzurlu bir yaşam sürmek ve ekonomik anlamda ailelerin geçimini sağlayabilmektir. Aile şirketinin oluşabilmesi için en az iki kuşağın şirket örgütünün içerisinde faaliyette bulunması gerekmektedir (*Halkbank-Kobi-2022*). Aile şirketlerinin bir başka temel amacı ise mirasın korunmasıdır. Şirket içerisindeki üyelerin, karar alma noktasındaki etkisi, yönetimde kendisini göstermektedir. Aile şirketlerinin kendine özgü bir duruşunun olması bazı temel özelliklere sahip olmasına bağlıdır.

Bu özelliklere bakıldığında;



Şekil 1.1. Aile Şirketlerinin Özellikleri

Kaynak: Halkbank-Kobi-2022

Aile şirketlerine finansal açıdan bakıldığında diğer şirketlere göre daha hızlı bir şekilde büyüdüğü görülmektedir. Aile şirketlerinin faaliyetlerini sürdürmesi açısından incelendiğinde ise yaşam sürelerinin bir o kadar kısa olduğu görülmektedir. Aile şirketlerinin avantajları ve dezavantajlarına bakıldığında;



Şekil 1.2. Aile Şirketlerinin Avantaj ve Dezavantajları

Kaynak: Halkbank-Kobi-2022

1.3.1. Aile Şirketlerinin Büyüme Süreci

Aile işletmeleri birçok yerel ve pazarlama şirketlerinden daha küçük faaliyetlerde bulunan şirketler gibi kurulmuşlardır. Şirketlerin kuruluş yıllarına bakıldığında ürün ve sermaye yönünden daha az bir rekabet gücüyle hareket ettikleri görülmektedir. Şirketlerin ilk yıllarındaki temel amaç müşteri kitlesini oluşturmaktır (Ulukan, 1999, s.53).

Bir şirketin gelişmesi iki faaliyet türünden birinin ya da ikisinin işleyişiyle olur.

- Yeni pazarların bulunması ile yeni hizmet ve ürünlerin ortaya çıkarılması
- Satışların, karlılığın ve buna bağlı olarak verimliliğin artması için şirketlerde görülen emeğin artırılması, ortaya çıkarılan yeni ürünlerin kullanımına yönelik pazar payının artırılması gibi çabalar.

Aile şirketlerinin kendine has bazı sorunları vardır. Bu sorunların en önemlilerine bakıldığında, bir sonraki veliahtın kim olacağı, kardeşler içerisindeki iç çekişmeler, akrabalara gösterilen iltimaslar, aile üyeleri arasındaki ücret tutarsızlıkları, karar almadaki fikir çatışmaları ve kurumsallaşma sorunları olarak gösterilebilir. Aile şirketleri içerisinde, aile üyeleri arasında veliahtın kim olacağı sorununa değinecek olursak; her aile şirketinin bir kurucusu vardır. Her şirketin kurucusu kendisinden sonra veliaht olarak kimin geleceği konusunu, şirketin geleceği açısından düşünmek zorundadır. Şirketin gelecek planları doğrultusunda düşünüldüğünde şirketi kimin yöneteceği konusu önem kazanmaktadır. Aile şirketlerinin %30'unun ikinci kuşağa, %10'unun ise üçüncü kuşağa aktarılabilmesi yaşanan zorluğun göstergesidir. Özellikle şirket içerisinde yer alan kardeşler arasındaki çekişmelere bakıldığında, yönetimdeki kilit noktalarda bulunan kardeşler arasındaki sorunlar bu durumu kanıtlar niteliktedir. Bu durum şirketin rekabet gücünü azaltır ve büyümesini olumsuz anlamda etkiler. Bu sorunu ortadan kaldırabilmek için aile üyelerinin birbirleriyle olan iletişimleri önemlidir. Şirket içerisinde akrabalara gösterilen iltimaslar, aile şirketinin kendi özünde mevcuttur ve normal bir durum olarak görülebilir ancak çok fazla akraba kayırılması şirket içerisinde bazı sorulara yol açar. Bu şekilde devamlılığını sürdürmeye çalışan şirkette, ileriki dönemlerde şirket liderinin ve yöneticilerinin seçimindeki alternatifler azalır. Şirket bünyesinde hak ettiği halde hedeflediği pozisyonlara gelme arzusu içerisinde olan şirket çalışanlarını olumsuz etkiler ve işten ayrılmalara ortaya çıkar. Sadece aile üyelerinin üst yönetici olarak şirketinin yönetimine getirilmesi sonucunda mesleki yönden karmaşıklığa, eğitimlerde ve dışarıdan

işe alımlarda sorunlara sebebiyet verir. Belli bir büyüklüğe ulaşan aile şirketlerinde istenilen iş gücü potansiyelini elde edebilmek için gerekli olan iş gücü, hem aile içerisinde hem de aile dışından karşılanır. Aile şirketlerinde saygı ve güven unsurları önem arz etmektedir. Bu unsurların sağlanabilmesi için çalışanların ücretlendirme politikasında herhangi bir dengesizliğin olmaması gerekir. Buradaki kritik nokta aynı deneyime sahip aile içi çalışanlar ile aile dışındaki şirket çalışanlarının iş deneyimlerine bakılarak dengeli ücret politikasının uygulanmasıdır. Aile şirketlerindeki bir başka soruna baktığımızda şirket içerisindeki karar almadaki fikir çatışmaları gösterilebilir. Şirket ile ilgili herhangi bir karar alınırken çok fazla katılımcı ile karar mekanizmasını hayata geçirmek zordur. Bu yüzden belirsizlikleri ortadan kaldırmak adına yetki ve sorumlulukların belirlenmesi gerekir. Böylece şirket ile ilgili alınan kararlar daha sağlıklı bir temel üzerine kurulur. Düzenli olarak yapılan toplantıların, ekip ruhunun gelişmesinde ve bu sorunun ortadan kalkmasındaki rolü büyüktür. Kurumsallaşmadaki sorunlara bakıldığında ise aile şirketlerindeki işleyişin profesyonel olarak ileriki bir aşamaya geçebilmesi zor bir süreçtir. Şirketin ihtiyacı doğrultusunda çalışanlar genellikle aile içerisinde karşılanmak istenir. Bu durum da aile bireyleri ve çalışanları arasında birtakım sorunlara yol açar. Kurumsallaşmanın önemi de tam bu noktada devreye girer ve sağlıklı bir işe alım politikasının gerçekleşmesi için kurumsal bir kültürün olması şarttır (Ulukan, 1999, s. 88-96).

Aile şirketlerinin, faaliyetlerine uzun dönemde devam edebilmeleri planlı bir organizasyona bağlıdır. Bu organizasyonu sistem haline getirmek mümkündür. Şirketlerin nesilden nesile aktarımını bu sistem sağlar. Şirketlerdeki operasyonel işleyişin planlı ve doğru bir şekilde gerçekleşmesi, bu organizasyon sayesinde olmaktadır. Görev dağılımlarının doğru bir şekilde yapılması ve yönetmeliklerin planlı bir şekilde hazırlanması profesyonel anlamda bir yönetim tarzına geçildiğine işaret etmektedir. Böylece şirketlerde kurumsallaşmayı meydana getirerek sistemli bir ilerleme sağlanmış olur (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018, s. 44).

1.3.2. Aile Şirketlerinin Ekonomideki Rolü

Dünya ekonomisine bakıldığında aile şirketlerinin önemli rolleri bulunmaktadır. Aile şirketlerinin dünya ekonomisine katkılarının yanında kendi milli ekonomi içerisindeki önemi de büyük rol oynamaktadır. Aile şirketlerindeki miras dağılımı ve bir

sonraki kuşağa devri gibi konular aile şirketlerinde bulunan kurumsal kültürün var olmasına bağlı bir durumdur. Kurumsal açıdan bir geçmişe sahip olmaları kuşaktan kuşağa bu kültürün uygulanması açısından önemli bir durumdur. Bu sayede şirketlerin deneyimlerinin ve değerlerinin doğrudan aktarılması sonucunda her şirket farklılıklarını ortaya çıkarmış olur (*İstanbul Kültür Üniversitesi 3. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, 2008, s. 4-7*).

Günümüz şartlarında aile şirketlerinin rakipleriyle rekabet edebilmesi, şirket içerisinde oluşturulan güçlü bir organizasyon kültürüne sahip olmasına bağlıdır. Rekabeti içselleştiren şirketlerin başarılı olabilmelerindeki en önemli sebepler incelendiğinde akılcı bir yönetim anlayışının bulunmasının yanında, içerisinde bazı beşeri faktörlerin de olduğu güçlü bir “örgüt kültürü” yapısının var olmasına bağlı olduğu görülmektedir. Aile şirketleri olarak bakıldığında örgüt kültürü farklı bir durum ifade etmektedir. Şirketlerin etkisi ve rolü sebebiyle, dönem olarak sadece girişimcilik döneminde değil, ilerleyen dönemlerde de şirket sahiplerinin değerleri bu kültürün şekillenmesinde belirleyici bir unsur olduğu görülmektedir. Şirketlerin kuruluşundan itibaren bir örgüt kültürüne sahip olmaları, şirket kurucusunun değerlerini göstermesi açısından önemlidir. Şirket kurucusunun değerleri, uyumu ve inançlarının olması şirket içerisinde diğer bireyleri etkiler ve şirketi kurarken bu değerler üzerinden kişiler seçilir. Örgüt kültüründe şirket kurucusunun önemi kadar o şirketin kurucusunun yanında ailenin de en az şirket kurucusu kadar önemli rolü vardır. Şirket içerisinde görev yapan aile bireylerinin, şirket kurucusunun kültürel değerlerini yansıtmasından dolayı aile şirketlerinin daha çok güçlendiği görülmektedir. Şirket kurucuları yanında ailenin gücü de yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu gerçeklik kapsamında bir değerlendirme yapıldığında bu bireylerin şirket içerisindeki rolü iki farklı kaynağa dayanmaktadır. Aile şirketlerinde bireysel başarının dünyada yayılması, aile açısından özel ve önemli bir konudur. Ailede üyeler içerisindeki paylaşımlarda geçmiş ve kimlik, aile şirketleri açısından önemli bir durumdur. Aile şirketindeki üyelerin, yönetimde farklı stratejilerle kendi takvimini oluşturabilmesi, şirket yönetiminde kendisine yer bulabilmesi açısından bakıldığında bu durum yönetimdeki yansımalarının daha etkili olduğunu göstermektedir (*İstanbul Kültür Üniversitesi 3. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, 2008, s. 4-7*).

1.4. Ailelere Yapılan Kamusal Yardımlar

Devletin evliliklerde sağladığı kamu yardımları incelendiğinde, evli bireylere farklı alanlarda çeşitli desteklerin sunulduğu görülmektedir. Bu sayede, evliliklerin daha kolay bir şekilde ilerleyebilmesi amaçlanmıştır.

1.4.1. Türkiye

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesinde Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün hem yeni evlenecek olan kişilere hem de evli olanlara sağladığı çeşitli sosyal yardımlar bulunmaktadır. Çeyiz hesabı ve devlet katkısı adı altında yeni evlenecek olan kişilere sağlanan sosyal yardımdan faydalanabilmek için bazı şartlar bulunmaktadır.

Bu şartlar; (ASHB, 2021).

- Türk vatandaşı olunması ve 5901 sayılı Türk Vatandaşlığı Kanununun 28. Maddesine girenler,
- Yurt içerisinde faaliyet gösteren mevduat ya da katılım bankalarından Çeyiz hesabı açanlar,
- Evlilik tarihinden en önce en az 3 yıl düzenli bir şekilde ödemede bulunanlar,
- 27 yaşını doldurmamış olup ilk evliliğini gerçekleştirmiş olanlar, devletin sunduğu 'Çeyiz hesabı ve devlet katkısı' sosyal yardımından faydalanabilmektedirler.

Bunun dışında devletin sunmuş oldukları sosyal yardımlar içerisinde 'Konut hesabı ve devlet katkısı' da bulunmaktadır. Buradaki şartlar ise; (ASHB, 2021).

- Türk vatandaşı olunması,
- Tarih olarak 07.04.2015 tarihi itibarıyla kendi adına kayıtlı herhangi bir konut varlığının olmaması,
- Konut edinim tarihine kadar asgari üç yıl boyunca konut hesabına düzenli bir şekilde ödeme yapılması gerekmektedir.
- 'Sosyal ve Ekonomik Destek (SED) Hizmeti' biriminin çocukların temel ihtiyaçlarını karşılayamayan ailelere sunmuş oldukları ekonomik ve psiko-

sosyal destek hizmeti bulunmaktadır. ‘Sosyal ve Ekonomik Destek Hizmeti’nden faydalanabilmek için;

-Haklarında bakım tedbiri verilen ve sosyal hizmet kuruluşlarında bakılan ve desteklendikleri takdirde ailesi veya ya da yakınlarının yanına verilebilecek çocuklar.

-Ekonomik anlamda korunmaya muhtaç çocuklar,

-Korunmaya muhtaç gençler,

-Doğal felaketler dolayısıyla temel ihtiyaçlarını karşılayamayacak durumda olanlar veya hayati tehlikesi olan veya vefat eden kişilerin çocukları,

Devlet tarafından uygun görüldüklerinde ekonomik anlamda desteklenmektedirler. Devletin ailelere sunmuş olduğu bir başka yardım ise ‘Doğum Yardımı’ ve ‘Çoklu Doğum Yardımı’ hizmetidir. Doğum yardımından faydalanmak isteyen kişilerin, Türk vatandaşı veya mavi kart sahibi olması gerekmektedir. Çoklu Doğum yardımından faydalanabilecek kişiler ise yine Türk vatandaşlığının yanında sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıfları tarafından belirlenen ve muhtaç olduğu tespit edilmiş çocuklar veya hanelerdir.

Devletin temel ihtiyaçlarını karşılamada zorlanan ailelere yönelik bir başka yardım ise ‘Aile Yardımları’ adı altında ekonomik desteklerdir (ASHB, 2021).

1.4.2. Avrupa Ülkeleri

Avrupa ülkeleri içerisinde aile yardımı ilk defa 1870 tarihlerinde Fransa’da nüfusça kalabalık aileleri finansal açıdan desteklemek için çeşitli idare hizmetlerinde ve demir yollarında çalışan işçilerin maaşlarına ek olarak ödenen ücret ile uygulamaya girmiştir. Günümüzde Fransa’daki mal, hizmet ve nakit yardımlarına bakıldığında, bu ülke farklı şekillerde aile yardımlarını barındıran açık ve net bir aile politikasına sahiptir. Fransa’da ailelere yapılan sosyal yardımlar sadece çocuklara yapılan yardımlarla sınırlı değildir; ailelerin gelirlerine bakılarak ilave yardımlar da mevcuttur. Bunun dışında vergilerde indirim uygulaması da sosyal yardımlar içerisinde uygulanmaktadır.

İngiltere’nin, ailelere olan yardımlarına bakıldığında, sosyal yardımlar açısından güçlü ve etkili uygulamaları hayata geçirmiş bir ülke olarak karşımıza çıktığı

görülmektedir. Sosyal yardımlarda geçmişten günümüze kadar büyük bir tecrübeye sahiptir. İngiltere'nin evlilikte ailelere sağladığı sosyal destekler sayesinde ülke içerisinde yaşayan bireyler, hayat standartlarını refah düzeyine çıkarmayı başarmıştır. Bu sayede ülke genelinde evlilik kurumuna olan güven de artmaktadır. Avrupa ülkeleri içerisinde Danimarka ve İngiltere'de ailelere sağlanan sosyal yardımlar da, yardımların uygulanmasında amaçlanan gruplar, aile içerisindeki çocuklardır. Bu yüzden çocuklara “özel sosyal koruma hizmetleri ve yardımları” aile yardımları içerisinde değerlendirilmiştir. Avrupa birliği ülkelerinin hepsinde ailelerdeki çocuklara sosyal yardım adı altında önlemler alınmıştır. Bu sosyal yardımlar çocukların yaşına göre her geçen gün artış göstermiştir. Danimarka, Hollanda, İsveç, Belçika, Norveç ve Finlandiya'da çocuklu ailelere özel sosyal yardımlarda bulunmaktadır (*Atatanır, 2011, s. 151*).

Ailelere sağlanan sosyal yardımlar ülkelerden ülkeye çeşitlilik göstermektedir. Almanya, Fransa, Lüksemburg, Belçika'da ailelere sağlanan sosyal yardımlar belli başlı hükümet mekanizmalarının yetkisi altında bulunmaktadır. Bu ülkelerde aileden sorumlu bakanlar mevcuttur (*Atatanır, 2011: s. 152*). Aile yardımları, Almanya, İngiltere, Danimarka, ve İspanya gibi Avrupa ülkelerinde vergilerle finanse edilirken, Avusturya, Belçika gibi ülkelerde ise prim ve devlet katkısıyla finanse edilmektedir (*MISSOC, 2011*).

Avrupa ülkelerinde evli insanlara yapılan çeşitli sosyal yardımlar sayesinde kişilerin eğitim, barınma, beslenme, sağlık, sosyal güvenlik alanlarında aile hayatını geliştirilmesine önem verilmiştir. Bu politikalar sayesinde aile hayatı sürekli olarak geliştirilmek istenmiştir. Bu gelişim seyri içerisinde bakıldığında evli ailelere verilen sosyal desteğin sürekliliği sağlanmıştır. Avrupa ülkelerinin evliliklerde ailelere sağladığı sosyal yardımlar ile Türkiye'de sağlanan yardımları karşılaştırdığımızda Avrupa'daki yardımların daha çok aile içerisindeki çocuklara yönelik olduğu görülürken Türkiye'de ise bu yardımlar daha çok ailelerin her bir ferdine eşit bir şekilde dağıtılarak yapıldığı görülmektedir.

2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT

Bilindiği üzere insanların ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için çeşitli kaynaklara ihtiyaç vardır. Bu kaynaklar sınırsız olsa da mal ve hizmetlerin miktarı sınırlıdır. Kaynakların sınırlı oluşu, ekonomi alanı için bir sorun oluşturmaktadır. Bu yüzden hangi maldan ne kadar üretileceği konusunda bir karar mekanizması oluşturulması gerekir. Bu sayede kaynaklar boşa harcanmadan hedeflenen üretim ve tüketim gerçekleştirilmiş olur. İktisat bilimi de bu kaynakların doğru ve etkili bir şekilde kullanılmasını gerçekleştirmek için ortaya çıkmıştır.

Davranışsal iktisat, insanların üretimde ve tüketimdeki seçimleri ve kararlarının psikolojik açıdan inceleyen bir disiplin alanıdır. Davranışsal iktisat, geleneksel iktisattaki “rasyonalite” kavramının her yerde ve her anımızda geçerli olmadığını savunmaktadır (Aktan, 2020, s. 347).

Davranışsal iktisat nedir sorusuna karşılık tanımlama yapıldığında, bu disiplin alanı ile ilgili yapılan çalışmaların hemen hemen hepsinde “rasyonel insan” kavramı ile başlangıç yapıldığı görülmektedir. Davranışsal iktisadın geleneksel iktisadın görüşlerinden farklılıkları açısından bakıldığında “homo economicus” tanımının ortaya çıktığı görülmektedir. Geleneksel iktisatta ana düşünce “iktisadi insan” ya da “homo economicus” ismiyle adlandırılan bir hayali karakterdir. Bu karaktere bakıldığında kendisini egoist, rasyonel ve kendi faydasını gözetten bir karakter olarak göstermektedir.

Böyle bir karakteri gerçek hayattaki insanlara uyarlayabilmek doğru değildir. Çünkü insanlar ne sadece rasyonel ne de sadece kendisini düşünen bir varlıktır. İnsan duygusal bir varlıktır ve bir ekonomik karar alırken bu karar için duyguları tarafından ekonomik karar almasına izin verilir. Davranışsal iktisat alanındaki iktisadi kararlar gerçek kişiler tarafından alınmaktadır (Aktan ve Yavuzaslan, 2020, s. 102).

İktisat alanında en önemli teorilerden birisi olan “Beklenti Fayda Teorisi” davranışsal iktisadın başlangıcında etkili olmuştur. Beklenti Fayda Teorisi’nin esnek bir özelliği bulunmaktadır. Bu yüzden bu teoriyi çürütmek zordur ve aksayan tarafları iktisat alanının araştırma konusu olmuştur. Beklenti Fayda Teorisi 1950’li yıllardan sonra gerçekleşen deneysel incelemelerde eleştirilere maruz kalmıştır. Bu eleştiriler arasında bulunan Ellsberg ve Allais paradoksları en önemlileridir. Ellsberg ve Allais tarafından

ortaya atılan sonuçlarda beklenen fayda teorisindeki tercihlerde yapılan sapmalar ispatlanmıştır fakat o dönemde değeri tam olarak anlaşılmadan anomali şeklinde literatürde kendisine yer bulmuştur. Davranışsal iktisat alanındaki araştırmacılar arasında ilk kişiler arasında olarak görünen kişi “Eski Davranışsal” İktisatçı George Katona olarak gösterilmektedir. Katona “Ekonomik Davranışın Psikolojik Analizi” adında yayımlanmış olduğu bir kitabında İnsan psikolojisine değinerek bu alanda incelemelere devam edilmesinden bahsetmiştir. Bu sayede Katone, psikoloji alanının iktisat bilimindeki teorilerde olması gerektiğini söyleyen ilk iktisatçıdır. Davranışsal iktisadın ilk habercileri olarak bilinen kişiler Jeremy Bentham, Irving Fisher, Francis Edgeworth, David Hume ve Adam Smith’tir. Herbert Simon, Harvet Leibenstein ve Tibor Scitovsky, insanların ekonomik karar verme tercihlerinde psikoloji alanının etkisini inceleyerek davranışsal iktisada büyük katkıları olmuştur. İktisat biliminin doğuşu ile beraber ortaya atılan teorilerde sistemsal hipotezlerden esinlenilerek yola çıkılmaktadır. Bu hipotezler ve modellemelerde matematik uygulanırken, davranışsal iktisadın ortaya çıkması bu varsayımların aksayan taraflarının ispat edilmesiyle gerçekleşmiştir. Geleneksel iktisat ile davranışsal iktisat incelendiğinde iki karşıt alan gibi görünse de iki alanın da iktisat temelinde kararlar alabilmesi, bu iki alanın da birbirlerine benzedikleri sonucunu ortaya koymaktadır.

Geleneksel iktisat ve davranışsal iktisadın birbirleriyle ayrılan en temel noktası ele alınan insan modelinin birbirlerinden farklı olmasıdır. Geleneksel iktisatta insanların temel özellikleri şunlardır.

-İnsanlar sadece kendi menfaatlerini düşünürler ve her şeyi bu menfaatlerinden üstün tutarlar.

-İnsanlar her zaman maksimum faydayı gözeterek çalışırlar.

-İnsanlar akılcılığı ön planda tutmak isterler ve her an kaynaklarını doğru ve etkili bir şekilde değerlendirerek menfaatlerini maksimize etmek isterler (*Aktan ve Yavuzaslan, 2020, s. 105-111*).

Davranışsal iktisadın geleneksel iktisat ile olan farklı yönlerinin ortaya konulması bu alanda yapılan çalışmalara farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. İnsanlar ekonomik tercihlerde bulunurken akılcılıktan daha çok duygusal merkezli bir karar verme mekanizmasıyla bunu gerçekleştirirler. Bireylerin akılcılıktan uzaklaşarak iktisadi

anlamda çeşitli kararlar içerisinde bulunmaları davranışsal iktisadın temel konusunu oluşturmaktadır.

2.1. Geçmişten Günümüze Kadar Davranışsal İktisadın Gelişim Süreci

Davranışsal iktisadın doğuşu ile ilgili genel anlamda bir yanlış bulunmaktadır. Bu yanlış, davranışsal iktisadın Daniel Kahneman ile başladığı yönünde bir yanılgıdır. Davranışsal iktisatta ortaya konulan düşüncelerin çoğu yeni değildir. Davranışsal iktisat, temelinde çeşitli olgularla, yıllar süren araştırmalar ve görüşlerin köklerinden doğmuştur. İktisat biliminin ilk yıllarında Psikoloji alanı bir disiplin olarak görülmemektedir. Bu yüzden pek çok iktisatçı, bu dönemde bir psikolog olarak görülmektedir. İktisat, bilim dalı olarak ortaya çıktıktan sonra Ulusların Zenginliği kitabı ile adını duyuran Adam Smith, bu kitabına göre daha az bilinen Ahlaki Duygular Teorisi adındaki eserinde, bireylerin, davranışlarının psikolojik ilkeleri, iktisadi durumlarını gözlemlediği kadar ortaya çıkardığı görüşünü ileri sürmüştür. İktisat bilimi ile Psikolojinin beraberliği 1950’li yıllarda Herbert Simon’un “Sınırlı Rasyonellik” kavramıyla başlasa da 1970’li tarihlerin sonlarına kadar akademik dünyada konuşulmaya ilk kez Adam Smith’in eseri olan Ahlaki Duygular Teorisi adındaki kitabında bahsedilmektedir. Adam Smith’in ikinci eseri olan “Yaratılışın Sorgulanması ve Ulusların Zenginliğinin Nedenleri” adındaki kitabında ise insanın kendine özgü davranışlarının iktisat biliminin temelini oluşturduğu söylenmektedir. Davranışsal iktisat alanının başlangıcında Adam Smith’in insan psikolojisine yönelik fikirlerinin yer alması, davranışsal iktisadın Daniel Kahneman’la başladığı görüşünün doğru olmadığına dair temel bir yanlışlığı ortaya koyduğunu göstermektedir (Aktan ve Yavuzaslan, 2020, s. 104).

Davranışsal iktisat ile geleneksel iktisat incelendiğinde iki model arasında birçok farklılığın olduğu görülmektedir. Geleneksel iktisada bakıldığında insanların maksimum fayda elde etmeye amaçladıkları ve kendi tercihlerinde en iyiyi hedefleyerek fayda sağlamayı amaçladıkları görülmektedir. Davranışsal iktisada bakıldığında ise bireyler, tatminlik düzeyine göre değerlendirilir ve en fazla faydanın ortalama bir tatminkârlık düzeyindeki seçimlerle gerçekleştirildiği ortaya konulur (Herrnstein ve Prelec, 1991, s. 145). Tablo 2.1’e bakıldığında;

Tablo 2.1. Davranışsal İktisat İle Geleneksel İktisat Arasındaki Metodoloji ve Yaklaşım Açısından Benzerlikler ve Farklılıklar

GELENEKSEL İKTİSAT		DAVRANIŞSAL İKTİSAT
Çıkar maksimizasyonuna Odaklanmış Homo Economicus	<i>İNSAN MODELİ</i>	Hatalara Açık (Error-Prone) ve Daha Duygusal Homo Economicus
Tam Rasyonelite Optimal Rasyonelite	<i>RASYONALİTE</i>	Sınırlı Rasyonelite İrrasyonelite
Tam Enformasyon	<i>ENFORMASYON</i>	Eksik Enformasyon
Optimizasyon/Maksimizasyon Çabası “Maksimizers”: Mükemmeliyet	<i>OPTİMİZASYON/MAKSİMİZASYON</i>	Kararlarda Makul Memnuniyet “Satisficers”: Tatmin Olma; Memnuniyet
Denge (Equilibrium) Teorisi Beklenen Fayda Teorisi (Expected Utility Theory)	<i>DENGE</i>	Dengesizlik (Belirsizlik / Beklenti Teorisi (Prospect Theory)
Pozitif İktisat + Normatif İktisat	<i>ARAŞTIRMA YÖNTEMİ</i>	Pozitif İktisat Yaklaşımı Daha Hakim
Teorik Analitik, Geometrik (Grafik Ağırlıklı) ve Ampirik Araştırma	<i>METODOLOJİ</i>	Ampirik + Deneysel Ağırlıklı Araştırma
Diğer Disiplinlerden Bağımsız Bir İktisat Bilimi	<i>PERSPEKTİF</i>	İnterdisipliner : İktisat + (Psikoloji + Sinir Bilim)

Kaynak: Sosyal Beşeri Bilimler Dergisi- Aktan ve Yavuzaslan-2020

Tablo 2.1’e bakıldığında karar mekanizmalarının, sahip oldukları özellikleri göstermek için homo economicus olgusundan faydalandıkları görülmektedir. Davranışsal iktisatta ise bu durum daha duygusal bir hal çerçevesinde ilerleyen insanlardan oluştuğu görülmektedir. Burada görüldüğü gibi davranışsal iktisattaki bireyler yanılmaya daha meyilli ve kendilerine sunulan tuzaklara daha hızlı bir şekilde düşebilecek potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Çünkü davranışsal iktisadın görüşüne göre insanlar hata yapmaya açıktır ve duyguları ile davranışlarını kontrol ederken sürekli olarak bencil davranışlar içerisine girmezler. Geleneksel iktisat içerisinde kendi fayda maksimizasyonu en iyi şekilde sağlayan tercihlere başvuran homo economicusun bu davranışları rasyonel

bir davranış içerisinde değerlendirilir. Bu sayede, bütün bilgiye en fazla faydası olacak optimal tercihler içerisinde tercihlerde bulunabilmek olanaklı olacaktır. Tablo 2’de görüldüğü gibi; geleneksel iktisat ile davranışsal iktisat teorileri içerisinde bulunan farklılıklardan bir diğeri ise karar mekanizmalarının enformasyon açısından değerlendirilmesi olmuştur. Geleneksel iktisat içerisinde karar mekanizmasının homo economicus insan tarifinde, bu kavrama yüklenen başka bir görevi daha bulunmaktadır. Homo economicus tam olarak yeterli bir enformasyona sahiptir ve bu sayede insanların tam yetkiyle davranış içerisinde bulunmayacağını ve yetersiz bilgi ile karar veren bu insanların, ekonomik açıdan hatalı kararlar verebileceği gösterilmek istenmiştir. Tablo 2.1’e bakıldığında geleneksel iktisattaki optimizasyon/maksimizasyon hedefi görülürken, davranışsal iktisatta ise en uygun tercihe yönelik bir durum mevcuttur. İki model arasındaki bu farklılık davranışsal iktisat ile geleneksel iktisat teorilerinin ortaya çıkarılmasına neden olan yöntemlerdeki farklılıkların nedeni olmuştur. Diğer taraftan bakıldığında ekonomik açıdan dengede, davranışsal iktisat ile geleneksel iktisadın birbirlerinden farklılaştığı görülmektedir. Klasik anlamda fiziğin denge mekanizması geleneksel iktisadın matematiksel açıdan başlangıç temelini oluştururken, optimal anlamda bir fayda bu denge içerisinde gösterilmektedir. Fayda teorisindeki analizde böylesine bir denge şartının çürütülmesiyle birlikte Nobel ödülüne, beklenti teorisi değer görülmüştür. Beklenti teorisine karşılık, her durumda denge koşulunu sağlayan kararlar yerine farklı tutumlar içerisinde girildiği kanıtlanmıştır. Araştırma yöntemi açısından davranışsal iktisat ve geleneksel iktisat farklı bir şekilde hedefini belirlemesi normatif (olması gereken) iktisat ve pozitif (var olan) iktisat açısından incelenebilmektedir. Herkesin bildiği gibi; iktisat, normatif ve pozitif iktisat şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Normatif iktisat, çeşitli finansal durumlardaki davranışların, hangi şekilde olması gerektiğine değinirken, bu durum pozitif iktisatta, “nedir?”, “nasıl olmaktadır?”, “ne olmaktadır?” gibi sorulara cevap aranarak ele alınıp değerlendirilmektedir. Tablo 2’de bulunan bir başka fark ise; geleneksel iktisattaki teorik, ampirik ve grafik ağırlıklı araştırmalar ele alınırken, davranışsal iktisatta ampirik araştırmanın yanında deneysel açıdan teorilerin üretildiği görülmektedir. Davranışsal iktisatta ise geleneksel iktisatçıların çeşitli gözlemleri sonucunda ortaya konulan modelleme algısının egemen olması, davranışsal iktisat ile geleneksel iktisat arasındaki farklardan en barizini oluşturmuştur (Aktan ve Yavuzaslan, 2020, s.111-113).

Davranışsal iktisad, kavram olarak özetleyecek olduğumuzda; iktisat bilimindeki dönüşümü tarif ettiği görülmektedir. Davranışsal iktisadın, sınırlı rasyonellik olgusundan faydalanarak inceleme alanını, kapsamlı araştırmalara ve metotlara dayandırması bilimsel güvenilirliği açısından tartışmalara yol açmıştır (Can, 2012, s. 96).

2.1.1. Klasik İktisatta Davranışsal Yaklaşım

İktisat biliminin önemli düşünürü Adam Smith, 18. yüzyılda yazdığı “Ahlaki Duygular Kuramı” adlı kitabında kişilerin iletişiminde başkalarının duygularını anlamadaki öneminden bahsetmiştir. İnsanların kendileri dışında başka kişilerin duygularını anlamlandırıp kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak değerlendirmelerde bulunmasından bahseden Adam Smith’in görüşüne göre insan, mutlu bir anından daha çok hüznü olmayı tercih ettiğini söyler. İnsanların, sevinçli hallerinden daha çok mutsuz hallerinde kolayca etkileşime girdiklerinden ve duygularının anlaşılır olduğundan bahseder. İnsan yapısı gereği ilk başta kendisini düşünür. Kendi çıkarları doğrultusunda hareket eder ve bu çıkarlarını öncelikli tutarak yaşar. Bireyler, amaçlarına ulaşabilmek için toplum içerisinde bazı kurallara uymak zorunda kalırlar çünkü toplum içerisinde var olmanın bir takım kuralları vardır. Hedeflerine ulaşabilmek için başkalarının haklarına müdahalede bulunarak ya da onları ezerek hedeflerine ulaşmak mümkün değildir. Bu yüzden bireyler toplumun belirlemiş olduğu kurallara uyum sağlamak zorundadırlar.

İnsanların ahlaki değer yargılarının en belirgin özelliği, herhangi bir davranışa ahlaki özellik yüklediğimizde bir başka ahlaki özelliğe de benzer bir ahlaki özelliği kazandırmak gerektiridir ve bu durumun içerisinde mantıksal açıdan bir mecburiyet söz konusudur. Ahlaki yargılarda iyi-kötü özellikler ahlaki durumların üzerinde durduğu şeylerdir. Durduk yere herhangi bir kişiyi öldürme ya da yoksul birine yardımda bulunma eylemi ahlaki açıdan değerlendirilen şeylerdir. İnsanların doğal özelliklerindeki davranışları ile bu davranışların ahlaki durumları arasında mutlak bir bağıntı olmalıdır (Yöney, 2015, s. 243). İnsanların yaşamlarında davranışlarına yönelik planlamalar içerisine girmeleri, kendilerine uygun bir yaşam standardı sağlar. Bu planlamalar sayesinde kişi, içerisinde bulunduğu kültüre daha çabuk ve hızlı bir şekilde adapte olur ve empati duygusu gelişir. Davranışsal özelliklerini geliştirilmesi sayesinde kişisel çıkarlarına yönelik davranışlarını kontrol ederek toplum içerisinde kendisine yer bulur.

18. yüzyılda Jeremy Bentham'ın ele aldığı “Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş” isimli kitapta insanların kişisel menfaatlerinden bahsedilmiştir. Kişisel menfaatlerini faydacı felsefe anlayışı olarak izah etmiştir. Faydacı yaklaşım için birey davranışlarının temel amacı hazzı en üst düzeye çıkarmaktır. Bu anlayışın diğer adı ise psikolojik hazcılıktır. Klasik iktisadın literatüründe ise bu ifade “homoeconomicus” olarak tarif edilmektedir (*Dumludağ ve Gökdemir, 2015, s. 37-38*).

Bu dönemde David Hume, ele aldığı “İnsan Doğası Üzerine İnceleme” adlı eserde fayda kavramını dinden soyutlayarak ayırmıştır. Ona göre bilinç mekanizmasına yönelik düşünceler faydacı ahlak anlayışının evriminden tarafsız değildir. Hume, kişilerin birlik içerisinde hareket ederek toplumun diğer taraflarıyla ortak akıl içerisinde buluşmak zorunda olduğunu söylemiştir. Çünkü bireyler üzüntülerini ya da sevinçlerini paylaştıkça kendisini daha mutlu hisseder. David Hume'in bir diğer görüşü ise kişinin kendisine ait olan hırslardır. Ona göre insan hırslarından vazgeçemez ve insan zihni yalnızca hırsların doğru olup olmadığıyla ilgilenir. Hırs ve zihin arasındaki iletişime göre ise düşünceler hırsların emri altındadır. Bu yüzden kişiler rasyonel canlılar değildirler. Rasyonelliğin sınırlanmış olduğu fikri bu dönem içerisinde değinilse de bir kuram üzerine yerleştirilmiş değildir (*Kırılı, 2013, s. 110-111*).

2.1.2. Neo Klasik İktisatta Davranışsal Yaklaşım

Neo-klasik iktisat ve klasik iktisadın ekonomiye bakışı, akılcı ve planlıdır. Neo-klasik iktisatta kişiler marjinal fayda ölçüsüyle hareket ederken şirketler ise marjinal kar güdüsüyle hareket etmektedirler. Bu ekole ait iktisatçılar, matematik ve fizik kökenli oldukları için bu bilim dallarına ait yasa ve yöntemleri kullanarak iktisadi analizler yapmışlardır. Bu durum da iktisadın daha pozitif bir bilim dalına dönüşmesine yol açmıştır. Bu iktisatçılar, Gossen, Wicksell, Edgeworth, Walras, Menger, Marshall gibi iktisatçılardır. Bu iktisatçıların etkisiyle iktisat bilimi sosyal ve davranış bilimlerine yabancılaşmıştır. Bu yabancılaşma, 19. yüzyıl da fizik ve matematik kökenli insanların iktisada yönelmesiyle ortaya çıkmıştır. Neo-Klasik iktisat, erken ve savaş sonrası neo-klasik iktisat dönemi şeklinde ikiye ayrılmaktadır (*Bakır, 2020, s. 26*).

2.1.3. Erken Neo-klasik İktisat Dönemi

Erken neo klasik iktisat, psikolojik olarak klasik iktisadın argümanlarını kullanmıştır. Neo klasik iktisadın en önemli tezi ise marjinal fayda kavramıdır. Gustav Fechner ve Ernst Weber, bu kavramın temellerini atmışlardır. Psikofiziğin temel kanununu ya da bir başka adıyla Ernst Weber kanunu ismiyle duyuşsal tecrübe ile fiziksel özellikleri arasındaki ilişki gösterilmektedir. Bu kanunun görüşüne göre “ilk olarak orijinal dürtü ne kadar çok kuvvetli olursa, sonrasında meydana gelen reaksiyonun çoğalması için bir sonraki aşamada duyguların çoğalmasının aritmetik açıdan dürtünün geometrik olarak çoğalması zorunludur” tezine ulaşılmaktadır. Bu durum güncel anlamda bilinen marjinal fayda kavramını tarif etmektedir (*Toigonbaeva & Eser, 2011, s. 290*). Matematikçi olan Léon Walras, fayda kavramını en baştan ele alarak marjinal fayda kavramına değinmiştir. Walras, bireyler, fayda maksimizasyonundaki sistemler ile birlikte hareket etmeyerek bireysel menfaatler, duygusallığa meyillilik, dostluk, yardımseverlik ve sevgi gibi unsurların tek hedef olduğunu söyler. Ona göre insanlar, gerçekte ne çok bencildir ne de muhteşem bir öngörü sahibidir. Kişilerin almış oldukları kararlar neticesinde toplum içerisinde dışlanamaz fakat almış oldukları kararlar nedeniyle toplum tarafından soyutlanabilir (*Bilir, 2017, s. 138*).

2.1.4. Savaş Sonrası Neo-klasik İktisat Dönemi

Neo-klasik iktisat görüşü 19. Yüzyılda başlayarak 20. yüzyılda da devam etmiştir. 20. yüzyılın sonlarına doğru etkisini kaybederken, 1929 tarihindeki Büyük Buhran sonrasında klasik ve neo-klasik iktisat eleştirilmeye başlanmıştır. 20. Yüzyıl neo-klasik iktisat görüşüyle birlikte psikoloji alanı geri planda kalmıştır. Bu durumun en önemli nedenlerinden birisi, iktisat alanının gözlemlenebilir kavramlara yönelmesi ve matematikten faydalanmasıdır. Diğer nedeni ise İktisadın fayda teorisine yeni ölçme teknikleri getirmesidir. Faydanın sayılabılmesinin yerine sıralanabileceği görüşünün olması “rasyonel seçim teorisinin” uygulanmasına neden olmuştur. Fayda teorisi, kişinin sağladığı faydayı ölçerek, insanlar arasındaki fayda karşılaştırmasını önemsememiştir. Bu nedenle iktisat bilminde kişilerin düşüncelerini yansıtmayarak, adaptasyon ve psikolojik faktörlerin dışarıda kalmasına yol açmıştır (*Dumludağ, Gökdemir, Neyse, & Ruben, 2015, s. 39-40*).

Neo-klasik iktisadın temsilcileri, fayda olgusunu farklı bir yaklaşımla ele almışlardır. Onlara göre faydanın, motivasyon, acı ve haz ile herhangi bir psikolojik bağlantısı yoktur. “İktisat Bilimin Doğası ve Önemi Üzerine” adlı çalışmasıyla “ordinalizm”in tanımını yapan Lionel Robbins (1898-1984), herhangi bir üründen yararlanmanın bir başka ürünü kullanmaya göre daha avantajlı olduğu ya da herhangi bir ürünün kullanımının insanlar arasında çeşitlilik gösterebileceğini söylemiştir. Bu yüzden tüketim sırasındaki faydanın ölçümü yerine, sıralamanın daha doğru bir tercih olduğunu ve iktisat bilimi içerisinde, psikoloji alanındaki etkisini azaltmıştır (*Şimşek, 2018, s. 14*).

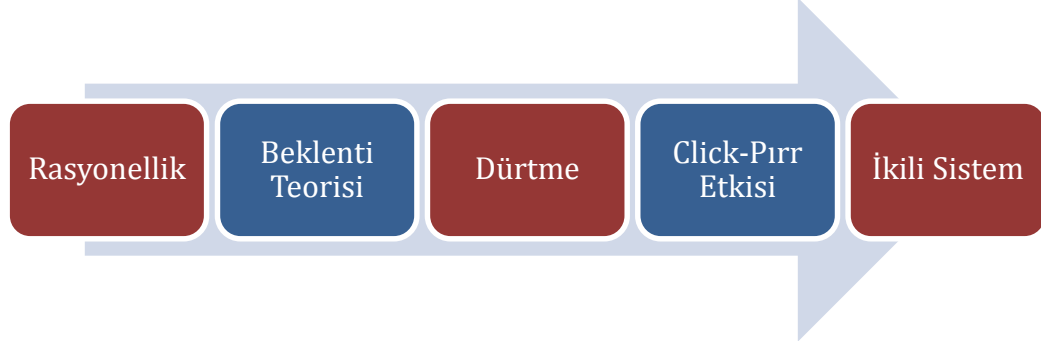
Savaş sonrası neo-klasik iktisat dönemi düşünürü olan Vilfredo Pareto (1848-1923), kavramların tümünden ele alınamayacağını söylemiştir. İktisadın diğer bilimlerden farklı olarak düşünülmesine dikkat çekerek insanın doğasından öte, iktisat bilimini ifade ederken sosyal bilimlerin dışarıda bırakılmamasını söylemiştir (*Albayrak, 2003, s. 37-38*).

Savaş sonrası neo-klasik döneminin bir başka iktisatçısı olan John Hicks (1904-1989), faydanın ölçülemeyeceğini, sadece sıralanabileceği düşüncesini savunmuştur. John Hicks, farksızlık eğrilerini uygulayarak çözümleme yapmıştır. Farksızlık eğrilerinin orjine dış bükey ve talep eğrisinin negatif eğimli olması iktisadın psikoloji biliminden farklı olduğu görüşünü ortaya çıkarmıştır. 1934 tarihinde yazmış olduğu “Değer Teorisini Yeniden Düşünme” adlı çalışmasıyla, Hicks ve Roy George Allen (1906-1983), ordinal çalışmaları marjinal ikame oranı ile açıklamışlardır (*Bakır, 2020, s. 30-31*).

1929 Büyük Buhran, 20. yüzyılda görülen en büyük ekonomik krizdir. Bu krizle birlikte neo-klasik kuramlar bilim dünyasında itibarını kaybetmiştir. Bu dönemdeki en önemli konular arasında bulunan “hedonik psikoloji” ve “marjinal fayda”, iktisat alanında neo-klasik iktisadi düşüncenin eleştirilmesine yol açmıştır. İktisat bilimi bu dönem içerisinde bilişsel bilim olarak görülmektedir. Bu dönemdeki ekol olarak bilinen iktisatçılar, iktisat bilimini tanımlarken psikoloji alanından faydalanılması gerektiğini söylemişlerdir. Çünkü neo-klasik iktisada göre kişiler, yalnız fayda ya da kârını çoğaltma amacı içerisinde bulunmayabilirler. Beğenilme, ayrıcalıklı görülme, takdir görme gibi psikolojik etkilerin önemli olduğunu açıklamışlardır. 1936 tarihine baktığımızda ise “İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi” adlı eserde, Keynes’in (1883-1946), insan davranışlarını ele aldığı görülmektedir (*Küçükücü, Konya & Karaçor, 2017, s. 266*).

2.2. Davranışsal İktisatta Temel Kavramlar

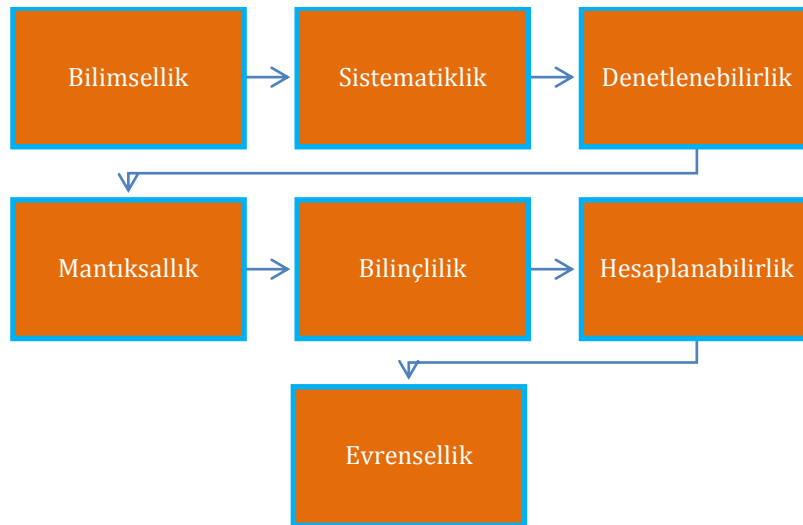
Davranışsal iktisat bazı temel kavramlara dayanmaktadır. Bu kavramlar,



Şekil 2.1. Davranışsal İktisadın Temel Kavramları

2.2.1. Rasyonellik

Rasyonellik kavramı, insan aklının, bir eylemi, öncesi ve sonrasıyla analiz ederek sonuca ulaştırabilmesi durumudur. Rasyonellik kavramını detaylı bir şekilde açıklayacak olursak; insan beyninin herhangi bir davranışını güncel ve hali hazırdaki durumlarıyla öncesini ve sonrasını ele alarak sonuçlandırması durumudur. Ekonomide, askeriyede, yargıda, siyasette, bilimde, maliyede ve hukuktaki sistemsal planlamaları saptamada rasyonellik olgusu çerçevesinde işleyişler gerçekleştirilir. Dolayısıyla rasyonellikte bilimsellik, sistematiklik, denetlenebilirlik, mantıksallık, bilinçlilik, hesaplanabilirlik ve evrensellik gibi ilkelerin önemli olduğu söylenebilir (Çamlı, 2020, s. 16).



Şekil 2.2. Rasyonellik İlkeleri

Rasyonellik olgusunu daha iyi bir şekilde açıklayabilmek için rasyonellik çeşitlerini incelememiz gerekmektedir.

Rasyonellik Çeşitleri		
Formel Rasyonellik	Değer Rasyonellik	Amaçsal Rasyonellik

Şekil 2.3. Rasyonellik Çeşitleri

- ❖ Formel Rasyonellik: İnsanların eldeki olanaklardan en fazla fayda düzeyine ulaşarak asgari maliyetle azami bir şekilde kâr elde etmesi durumudur. Bu tür bir rasyonellik çeşidinde firma düzeyinde kendisini göstermektedir.
- ❖ Değer Rasyonellik: İnsanların üyesi oldukları inanç unsurlarını kapsamaktadır.

Bu unsurlar;



Şekil 2.4. Rasyonellik Unsurları

gibi dürtü kaynaklarıdır. Değer rasyonellik çeşidi doğrudan doğruya bir hedef şeklinde insanın aklında yer edinir.

- ❖ Amaçsal Rasyonellik: Kişilerin sadece kendi menfaatleri veya faydasını gözeterek davranış sergilemesi durumudur. İnsan, kendi menfaatini çoğaltmak için planlamalar yapmayı amaç edinir. Bu amaçlar çerçevesinde kendisine en fazla fayda sağlayan durum hangisi ise ona göre karar verir (Çamlı, 2020, s. 16-17).

2.2.2. Beklenti Teorisi

Beklenti teorisinin bir eleştirisi şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu eleştirisi, beklenen fayda teorisine ait bir eleştiridir. İnsanların karar verme noktasında, rasyonel davranış sergilemesine karşı ortaya çıkmıştır. Kişilerin, psikolojik sebeplerden dolayı rasyonellikten uzaklaşmaları sonucu beklenen fayda teorisinin görüşlerine karşı eleştiriler getirilmiştir. Beklenen fayda teorisi, insanların karar verme aşamasındaki sorunlarına rasyonel çözümler getirmeye çalışır. Beklenen fayda teorisi normatif analiz ilkeleri çerçevesinde ilerlerken, beklenti teorisinin kullandığı analiz yöntemi ise betimleyici analizdir.



Şekil 2.5. Beklenti Fayda Teorisi ve Beklenti Teorisinin Analiz Yöntemleri

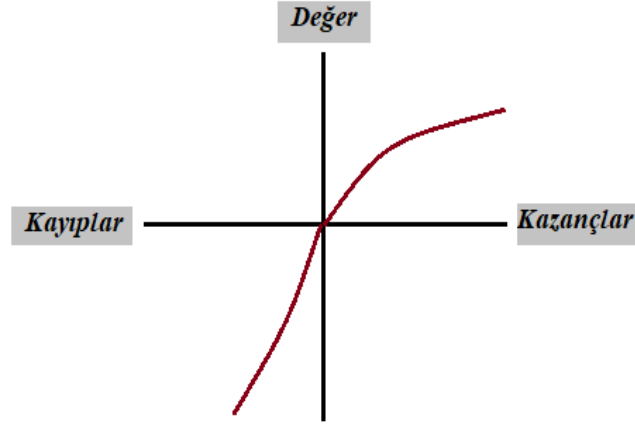
- Normatif Analiz: Bireylerin karar alma aşamasında, mantığını ön planda tutarak tercihlerde bulunduğu analiz yöntemidir.
- Betimleyici Analiz: Kişilerin karar verme sırasındaki tercihleri ve inançlarının ne olduğunu savunan bir analiz yöntemidir (Tekin, 2016, s. 93-94).

Beklenti teorisi, kişilere risk anında yaptığı tercihlerde alternatif yollar göstererek, beklenen fayda teorisinin dar bir görüşe sahip olduğunu belirtmiştir. (Kamber, 2018, s. 184).

Beklenti teorisinde, insanlar çok fazla kazanç elde etmek ya da daha az fakat risk almadan kazanç elde etme noktasında bir tercihte bulunurken, kişi hiçbir zaman risk almak istemez ve her zaman net kazancı seçer. Kişiler, kaybettiklerini anladıkları durumda ise daha yüksek kaybı göze alarak, tercihini yüksek risk alma yönünde kullanır.

Beklenti teorisi, insanların karar alırken kararlarının neticesinden daha çok elde ettikleri avantajlara baktıklarını söyler (Tekin, 2016, s. 93). Aşağıdaki şekile bakıldığında,

kazançlar için (konkav) risk almak istenilmemesini, kayıplar için ise risk iştahı (konveks), kayıplardan korunulmak istenildiği gösterilmektedir.



Şekil 2.6. Beklenti Teorisi Değer Fonksiyonu

Kaynak: Tekin-2016

2.2.3. Dürtme

Dürtme kavramı, karar vericileri herhangi bir ürün ya da yöntemi seçme sırasında, hiçbir şekilde mecburiyet olmadan yönlendirilmesi durumudur. Dürtme, ilk defa Sunstein ve Thaler aracılığıyla yayınlanan dürtme kitabı ile 2008 tarihinde ortaya çıkmıştır (Şimşek, 2018, s. 31).

İnsanlar yaşamları boyunca sürekli olarak dürtme ile karşılaşmaktadırlar. Örneğin; televizyonlardaki reklamlar, dijital ilanlar, trafikte bulunan işaretler, cep telefonlarındaki ürünlere dair reklamlar, kamu kurumlarındaki göstergeler, alışveriş merkezlerindeki ürünlere ait görseller gibi daha pek çok dürtme unsuru sayılabilir.

Bireyler, seçenekler içerisinde tercihte bulunduğu ürünlerin türleri ile ilgili farklılık gösterir. Kişiler, rasyonel kararlar aldıklarından dolayı, kendi çıkarları çerçevesinde kendisine en yüksek faydayı sağlayan ürün ya da yönteme başvurma eylemine girerler. Fakat insanların günlük hayatlarındaki tercihlerinin sınırlı anlamda rasyonel olmasından dolayı bu tercihlerini yönlendirme açısından herhangi bir engel bulunmamaktadır. Dürtme kavramı çerçevesinden bakıldığında para, sağlık, eğitim, yatırım kararları gibi

meselelerde karar mekanizmalarının tutumlarını kontrol eden birçok uygulama bulunmaktadır (*Yiğit, 2018, s. 184*).

Bireyler, çoğu zaman karar aşamasında öngöremediklerinden dolayı yanlış tercihlerde bulunabilirler ve böyle durumlar kendi yaşamlarını olumsuz yönde etkiler. Thaler ve Sunstein'a ait dürtme adlı eserde, insanlar, kendi kontrol mekanizmalarını planlı bir şekilde yapamadıklarını, bu yüzden de hayattaki tercihlerinde yanılmalara düştüklerini söyler. Thaler, insanların ekonomik anlamda refahlarını sağlayabilmeleri için kendilerini doğru ve planlı bir şekilde, finansal konularda yönlendirilmesi gerektiği düşüncesini savunur. Dürtme, kişilerin finansal anlamda özgürlüklerini kısıtlamadan, seçimlerini kontrol altında tutmak ister. Bireylerin, ekonomik birikimlerini yaparken mantık çerçevesinde hareket etmeleri, kendileri açısından önemli bir durumdur. Bu sayede yaşamlarını mutlu bir şekilde sürdürebilirler (*Kamilçelebi, 2019, s. 73*).

2.2.4. Klik-Pırrr Etkisi

İnsanlar günlük hayatlarında kararlarını verirken kendilerine kestirme yollar ararlar. Örneğin, herhangi bir konu hakkında uzman görüşü alınmak istendiğinde, o konu ile ilgili uzman kişilere ait söylemlerin, sorgulanmadan kabul görme yatkınlığı vardır. Çoğu zaman uzman olan kişilerin görüşleri sorgulanmadan, sadece bulunduğu konum nedeniyle vermiş oldukları bütün bilgiler, bireyler tarafından kabul edilir. Herhangi bir görüşe ya da bilgiye kendiliğinden verilen reaksiyona klik-pırrr etkisi denilmektedir. Yapılan birçok araştırma sonucunda bireylerin, bilgiyi sadece özenli bir şekilde tahlil etmek istedikleri zaman hakimiyetleri altına alabildiklerini göstermektedir. Örneğin; Missouri Üniversitesinde, öğrencilere dinletilen sesli bir mesajda, üniversitede okuyan tüm son sınıf öğrencilerinin, bölümlerinden mezun olabilmeleri için detaylı bir sınavdan geçmeleri gerektiği söylenmiştir. Böyle bir mesajın öğrencilere dinletilmesi, bazı öğrencileri etkileyerek derslerdeki argümanları daha dikkatli bir şekilde dinlemeye yönelttiği görülmüştür. Fakat bu gözlemden, diğer öğrenciler açısından bu konunun çok fazla bir önemi bulunmamaktadır çünkü bu öğrencilere sınavların mezun olduktan sonra başlanacağı duyurulduğu için öğrenciler, sınava yönelik argümanları yüzeysel olarak incelemişlerdir. Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında, kendi çıkarları olmayan kişilerin mesajdaki konuşmacının statüsünden dolayı ikna oldukları görülmektedir. Bu durumdan etkilenen diğer öğrenciler ise konuşmacının statüsünden

etkilenmeyerek yalnızca kendilerine sunulan argümanlarla ilgilenmişlerdir. Bu deneyde de görüldüğü gibi klik-pırrr etkisiyle bireylerin kendilerine bir koruma ağı ördüğü görülmektedir. Konu ile ilgili içerikler, insanlar açısından önemli ise verilen bilginin sadece bir tek özelliğine reaksiyon gösterilmesine karşı konulduğu görülmektedir (Cialdini, 1984, s. 27-29).

Klik-pırrr etkisiyle kişilerin kendisini fark edemedikleri durumlarda, kestirme bir yol arayışı içerisine girmeleri sonucu çeşitli algılar, imgeler, değerlendirmeler, imajlar ve yorumların bilinçaltına yerleştikleri görülmektedir (Tan, 2017, s. 10).

Klik-pırrr etkisine farklı bir örnek olarak hayvanlar üzerinden açıklayacak olduğumuzda, hayvanları kendi doğal dünyasında inceleyen etomoloji bilimine göre doğal ortamda yaşayan bir anne hindi yavrularına karşı fazlasıyla dikkatli, korumacı ve sevgi doludur. Anne hindiler, neredeyse tüm zamanlarını yavrularının bakımlarına ayırarak geçirirler ancak yöntemlerinde bir tuhaflık vardır. Yavru hindinin ses çıkarmasıyla birlikte anne hindi onunla ilgilenir ve onun ihtiyacı olan her şeyi sağlar fakat yavru hindiler “glu-glu” sesini çıkarmadıkları takdirde, anne hindi yavrusuyla ilgilenmezler ve ses çıkarmadıklarından dolayı yavrularını öldürebilirler. Hayvan davranış bilimcisi olan M. W. Fox 1974 tarihinde bir deney yapmıştır. Bir anne hindi için kokarca büyük bir tehlikedir ve her zaman yavrularını kokarcadan korumak ister. Bunu çoğu zaman gagalayarak, tırmıklayarak gerçekleştirir. Deneyde, doldurulmuş bir kokarcanın iple birlikte anne hindiye yaklaştırılması sonucunda anne hindinin verdiği tepki saldırı şeklinde olduğu görülmektedir. Fakat aynı şekilde doldurulmuş olan kokarcanın içerisine yerleştirilen ses kayıt cihazında yavru hindilerin sesini duyan anne hindi, kokarcayı besleyerek onu koruma altına aldığı görülmüştür. Ses kayıt cihazının kapatılmasıyla beraber, anne hindinin kokarcaya karşı olan saldırgan tutumunun devam ettiği gözlemlenmiştir. Bu deneyde kokarcadan sadece “glu glu” şeklinde ses gelmesi sonucu anne hindinin onu koruma altına almak istemesi ve yavrularından herhangi birinin ise ses çıkarmaması nedeniyle saldırarak öldürmesi ilginç bir durumdur. Etolojistlerin bu deneyinden de anlaşılabacağı gibi anne hindinin iç güdüsel olarak tek bir sese programlanmış olması sadece hindilere özgü bir durum değildir ve yapılan başka çalışmalarda da diğer hayvan türlerinde bu durum gözlemlenmiştir (Cialdini, 1984, s. 20-21).

2.2.5. İkili Sistem

Yıllar boyunca “çarpım probleminin ve kızgın kadın resminin tetiklediği iki düşünme şekliyle ilgilenen psikologlar, bu sistemlere çok fazla isim önerisinde bulunmuşlardır. İkili sistem 1. ve 2. sistem olarak ayrılmıştır. 1. Sistem daha hızlı işleyişe sahiptir ve otomatik bir biçimde ilerlemektedir. 1. Sistem daha az emek ister ve denetim içerisinde bulunmaz. 2. Sisteme bakıldığında ise buradaki işleyiş tercihlere, hareketlere ve odaklanmaya dair özelliklere bağlıdır ve insanları daha çok özenli olmayı gerektiren bilinç sistemine doğru yöneltir (*Kahneman, 2015, s. 26-29*).

Basit bir düzen içerisinde değerlendirildiğinde, 1. Sistem’e yüklenen otomatik faaliyetlere birkaç örnek verilebilir. Örneğin;

- Herhangi bir objenin çok daha fazla uzun mesafede olduğunu belirlemek.
- Bir anda işitsel olarak duyulan literatüre doğru yönelmek.
- “Tencere yuvarlanmış...” sözünü sonlandırmak.
- Kötü bir şekilde yapılmış olan bir resme “iğrenmiş bir yüz ifadesi takınmak”.
- Herhangi bir seste kendisine zarar verecek olan bir şeyi hissetmek.
- $2+2=?$ Sorusuna cevap vermek.
- Kimsenin olmadığı bir yerde araba kullanmak.
- Büyük reklam tabelalarındaki kelimeleri kavramak.
- Satranç oynarken başarılı bir adım atmak.
- Kolay sözleri hızlı bir şekilde algılamak.
- Detaylara ilgi duyarak, uyumlu ve düzenli bir kişinin belli başlı bir birey modeline benzediğinin bilincine varmak (*Kahneman, 2015, s. 26-29*).

2. Sisteme bakıldığında, kullanılan sistemin faaliyetlerinde sadece tek bir yaygın özellik mevcuttur. 2. Sistemi örnekleyecek olursak;

- Herhangi bir müsabakada başlangıç için tabanca sesine hazır olmak.
- İlgiyi sirkteki palyaçolar üzerinde toplamak
- Çok fazla kişi ve sesin olduğu bir yerde bir insanın sesine konsantre olabilmek.
- Beyaz saçları olan bir kadını bulmak.

- İlginç bir sesi açıklayabilmek için zihin jimnastiği yapmak.
- Olağandışında çok hızlı bir şekilde yürüyerek dolaşmak.
- Herhangi bir toplum içerisinde hareketlerin uygun olup olmadığını test etmek.
- Bir kişiye telefon numarasını paylaşmak.
- Küçük ve dar olan bir bölüme araç park etmek.
- İki adet bulaşık makinesini birbirleriyle karşılaştırmak.
- Vergi bildirimlerini düzenlemek.
- Karışık bir akılsal önerinin doğruluğunu test etmek (Kahneman, 2015, s. 26-29).

Tüm bu duruma bakıldığında bir kişi dikkatini düzgün bir şekilde toplayamadan devam ettiğinde verimliliği çok düşük veya etkisiz olmaktadır. 2. Sistem, olağan bir durumda otomatik olarak hatırlama görevini yerine getirirken. 1. sistemin işleyişini bir miktar değiştirebilir. Hareketli bir yolcu garında tanıdıklarınızı beklerken, bir anda beyaz saçlı bir bayanı veya sakallı bir erkeği aramayı isteyebilir, bu sayede tanıdığınız kişiyi fark etme şansı artırılabilir. Bu tür örneklerle birlikte, insanlara normal gelmeyen şeylerin yapılmasının istendiği görülmektedir (Kahneman, 2015, s. 29).

Tablo 2.2. 1. Sistemin Özellikleri

<i>Duygu İzlenim ve Eğilim Üretir</i>
<i>Kontrol Duygusu Yoktur</i>
<i>Otomatik ve Hızlıdır</i>
<i>Belirsizliği Göz Ardı Eder</i>
<i>Kuşkuculuğu Bastırır</i>
<i>Duygusal Tutarlılığı Abartır</i>
<i>Mevcut Olana Odaklanır</i>
<i>Düşük İhtimalleri Oldukça Önemser</i>
<i>İnanmaya Eğilimlidir</i>
<i>Karar Alma Noktasında Dar Çerçeveyle Bakar</i>

Tablo 2.3. 2. Sistemin Özellikleri

<i>Soruları Bellekte Tarar</i>
<i>Sezgisel ve Yaratıcıdır</i>
<i>Verilen İş Çok İyi Yapar</i>
<i>Kontrollüdür</i>
<i>Eylemleri İzleyip Denetlemektedir</i>
<i>Dikkatli ve Analitik Tarzdadır</i>
<i>Şüphedir</i>
<i>Kuşkucudur</i>
<i>Planlıdır</i>
<i>Çözüm Odaklıdır</i>

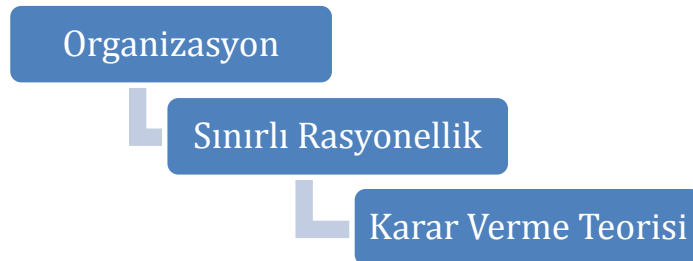
2.3. Nobel Ödülü Almış Davranışsal İktisatçılar

20. yüzyılın başlarından itibaren gerçekleştirilen Nobel ödülleri düzenli bir şekilde devam etmesine karşın ekonomi alanında verilen ilk ödüller 1969 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Nobel'deki ekonomi ödülleri ilk olarak 1969 tarihinde verilmeye başlanmıştır. “İsveç Ulusal Merkez Bankası” eliyle ilk defa ekonomi ödülleri verilmesiyle birlikte, iktisadın diğer bilimlerle olan ilişkisi üzerine çeşitli sentezlerde bulunulmuştur. 21. Yüzyıla gelindiğinde ise “Davranışsal İktisat” alanında yapılan çalışmalar daha fazla göze çarpmaktadır.

Davranışsal iktisadın öncüsü olarak kabul edilen Herbert Simon'un Amerika Birleşik Devletlerinde çalıştığı alanlar, matematik, psikoloji, yöneylem ve istatistik gibi alanlardır. Tüm bu bilim dallarındaki araştırmaları tek yerde toplayarak 1978 tarihinde Nobel Ekonomi ödülünü almaya hak kazanmıştır. Tek bir kuram üzerinde oluşturduğu kitabının en büyük özelliği yazdıklarını karar verme kuramıyla birleştirmesidir. Herbert Simon'un teorisine göre karar aşamasında karar alınırken belli bir plan doğrultusunda yıllar öncesinden oluşturulması önemlidir. Herbert Simon'un iktisada olan ilgisiyle birlikte psikoloji alanına olan merakı, amcasının görkemli kariyeri nedeniyle bu alanla ilgilenmesine neden olmuştur. Çocukluk yıllarında kendisine “ne olmak istiyorsun” sorusuna genellikle, bilim insanı, asker, orman bekçiliği ve avukat gibi meslekleri seçmek istediğini söylemiştir; ancak onun aklında her zaman iyi bir entelektüel olmak vardır. Bu

yüzden çocukluk yıllarından itibaren sürekli araştırarak kitaplarla iyi bir dostluk kurmuştur. Simon 1933 tarihinde ABD’de bulunan Chicago üniversitesinde okumaya hak kazanarak burada başarılı bir eğitim hayatından sonra 1936 tarihinde mezun olmuştur. Kendisini matematikçi ve sosyal bilimci olarak tanımlayan Herbert Simon’un, karar alma konularına olan ilgisi lisans eğitimini aldıktan sonra başlamıştır. Lisansta okurken, lisans tezinde yöneylem konusu üzerine çalışmalarda bulunmuştur ve bu tez çalışması çok beğenilmiştir. Bu çalışmasının sonucunda birçok üniversiteye araştırmacı olarak davet edilen Herbert Simon, başarılarından dolayı 1939-1942 tarihleri arasında doktora için Berkeley’de ki benzer çalışmaların yapıldığı bir projeye araştırmacı olarak seçilmiştir. İleriki yıllarda almış olduğu “Belediye Yönetimlerinin Ölçülmesi” adlı eğitimle birlikte “örgütsel karar alma” alanında çalışarak bu konuda yetkinlik kazanmıştır. 1978 tarihine gelindiğinde ise iktisat alanında Nobel ödülü almaya hak kazanmıştır. Bilimsel çalışmalarına sürekli olarak devam eden Herbert Simon, çalıştığı üniversitedeki görevini 09 Şubat 2001 tarihine kadar devam etmiştir (Özer, 2016, s. 165-166).

Davranışsal iktisadın ilk düşünürleri olarak görülen Simon’un, 1978 tarihinde almış olduğu Nobel ekonomi ödülünü “Organizasyon, Sınırlı Rasyonellik ve Karar Verme Teorisi” konularındaki çalışmaları sayesinde almıştır (Ersoy, 2008, s. 656-658).



Şekil 2.7. Simon’un 1978 Tarihinde Nobel Ekonomi Ödülünü Almaya Hak Kazandığı Çalışma Konuları

George Akerlof, 1980 tarihinde profesör ünvanını aldıktan sonra 1986 tarihinde Janet Louise Yellen ile birlikte yapmış olduğu bir çalışmada iktisadi rasyonelite, tüketim kalıpları ve sosyal psikoloji konularında çalışmalar yapmıştır. George Akerlof, 2001 tarihindeki Nobel Ekonomi ödülüne aday olmuş ve bu tarihte Nobel Ekonomi ödülünü almaya hak kazanmıştır (Bakır, 2020, s. 49). George A. Akerlof, kazandığı Nobel ekonomi ödülünün çalışma konusu, “Asimetrik bilgi altında piyasaların çalışma durumları” adlı çalışmadır (Çukurova Üniversitesi, 2015).

Elinor Ostrom (1933-2012), “sıradan insanların, paylaşılan kaynakların sürdürülebilir ve adil yönetimine izin veren kurallar ve kurumlar yaratma yeteneğine sahip olduğunu gösteren” araştırmasıyla Nobel Ekonomi ödülünü 2009 tarihinde almaya hak kazanmıştır. Uluslararası camiada birçok ödülü bulunan Ostrom, Time dergisinin yıllık listesindeki 2012 yılı için Time 100’den biri olarak gösterilmiştir (*Indiana Üniversitesi, 2002*).

Daniel Kahneman, psikoloji ve matematik alanında kendisini geliştirmek için Kudüs İbrani Üniversitesi’nde eğitim gördükten sonra Kaliforniya Üniversitesi’nde, psikoloji alanındaki çalışmalarına devam etti. 10 Aralık 2002 tarihine gelindiğinde ise, Stokholm’de, Nobel Ekonomi ödülünü kazanmıştır. Kahneman, dünyanın en önde gelen düşünürleri anketinde ise kendisine sekizinci sırada yer bularak kariyerindeki başarılarına bir yenisini daha eklemiştir (*Kahneman, 2015*).

2017 tarihinde Nobel ekonomi ödülünü almaya hak kazanan Thaler’ın iktisat alanındaki çalışmalarına bakıldığında, “kayıptan kaçınma, zihinsel muhasebe, batık maliyet, seçim mimarisi, öz kontrol sorunu ve dürtme teorisi” adlı çalışmaları en önemli çalışmalarıdır. Thaler’ın davranışsal iktisada yönelik çalışmaları makro iktisadi alanında kendisine uygulama alanı bulmuştur. Bu iktisadi alanlar ise eğitimden sağlığa, yatırımdan finansa, sigortadan bireysel emekliliğe kadar geniş bir uygulama alanından oluştuğu görülmektedir (*Bakır, 2020, s. 50*).

Davranışsal iktisadın kaynağını oluşturan Kahneman ve Tversky, 1979 tarihinde ortaya çıkardıkları “Beklenti Teorisi” ile ilgili yayınladıkları makalede, davranışsal iktisadın ilk adımlarını atmışlardır. Kahneman ve Tversky “Beklenti Teorisi”ne göre farklı ihtimaller sonucunda, bireylerin kazançları ve kayıpları konularında, sosyal ortamlarındaki durumlarının incelendiği ve karar aşamasında kendilerine örnek olarak aldıkları bir referans noktası seçtikleri görüşünü benimsemişlerdir. Kahneman ve Tversky’ a göre kişilerin, kararsızlık anında yapmış oldukları tercihlerin, akılcılıktan uzak olduğu ve bunun sonucunda, aklın sunmuş olduğu kestirme yollara saptıkları görülmektedir. Bu tür kısa yolların tercih edilmesi sonucunda ise bireylerin yanlış tercihlerde bulunmalarının kaçınılmaz olduğu çıkarımını elde etmişlerdir. İnsanların, karar alırken, akıl yürütmeyi tercih etmemelerinin sebebi ise daha önceki dönemlerdeki deneyimlerine güvenmelerinden kaynaklandığını öne süren Kahneman ve Tversky,

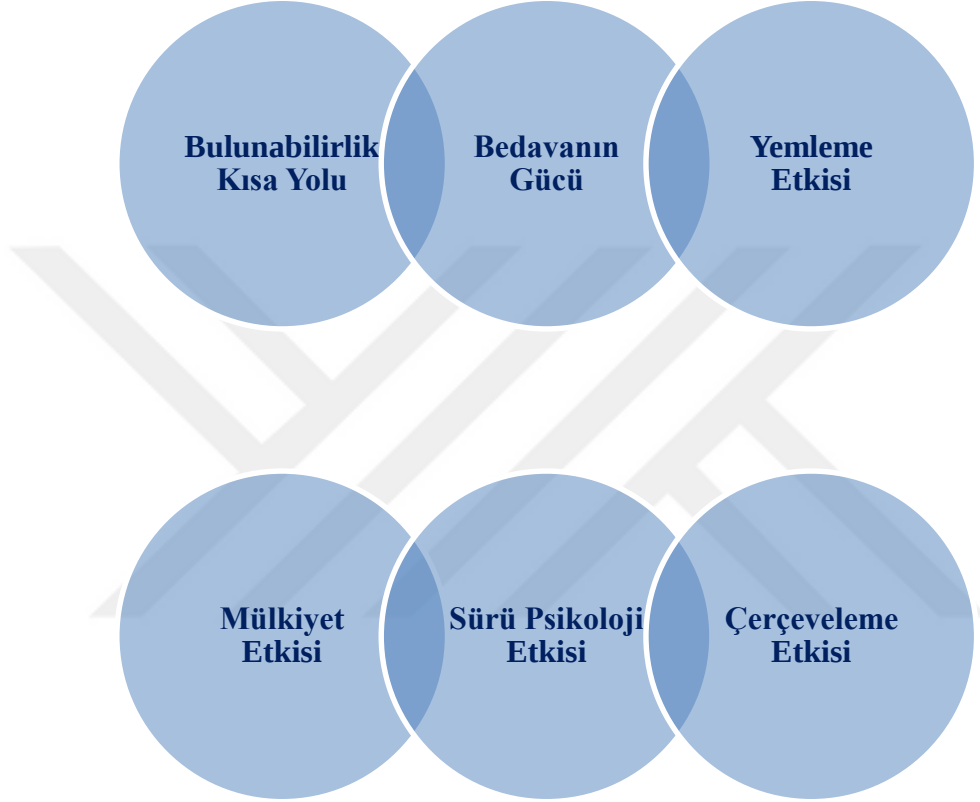
bilginin, karar alırken akıl süzgecinden geçirilmesi gerektiğini savunmuşlardır (*Aytekin ve Aygün, 2016, s. 147*).

2019 tarihine gelindiğinde, Abhijit Banerjee, Ester Duflo ve Michael Kremer, Nobel Ekonomi ödülünü almışlardır. Bu üç isim de, Hindistan ve Kenya gibi gelişmemiş ülkelerdeki çocuklar için ücretsiz kitapların paylaşılabilmesi, dengeli beslenmenin yeterince sağlanabilmesi, ücretsiz olarak aşılama yapılabilmesine yönelik eğitim ve sağlık politikalarına dair değerlendirmelere, çalışmalarında yer vermişlerdir (*Kamilçelebi, 2019, s. 28*).



3. ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ

3.1. Kısa Yollar ve Önyargılar



Şekil 3.1. Kısa Yollar ve Önyargılar

3.1.1. Bulunabilirlik Kısa Yolu

Bireyler, kendine özgü herhangi bir konu üzerinde karar aldıklarında birçok kavramı akıllarından geçirirler ve akıllarına o an gelen bir bilgiyi kullanarak karar vermeye çalışırlar. İktisatçı Howard Kunreuther, özellikle yangın, sel, deprem gibi bazı doğal afetlerin gerçekleşmesinden sonra insanların sigorta yaptıрма isteğinin çoğalması durumu bulunabilirlik kısa yolunun bir sonucu olduğu görüşünü savunmaktadır (Kahneman, 2018, s. 160).

Kahneman (2018)'e göre, Lichtenstein, Slovic ve Fischhof'un gerçekleştirdikleri ankette, katılımcılara, ikili ölüme neden olan unsurlarla ilgili hangisinin daha fazla ölüme sebebiyet verdiği konusu üzerine düşünmeleri istenir. Kazalardan dolayı ölüm ve diyabet rahatsızlığından dolayı ölüm, yıldırımlar nedeniyle ölüm ve besin zehirlenmesine bağlı ölüm, kazalara ya da felç hastalığına yönelik gibi ölümler ankete konu olan nedenler arasında yer almaktadır (Kahneman, 2018, s. 161).

İnsanlara, felç ya da çeşitli kazalardan en çok hangisinde ölümün gerçekleştiği sorusu yöneltildiğinde, ankete katılım sağlayan kişiler, kaza olaylarına bağlı ölümlerin daha çok gerçekleştiğini söylemişlerdir. Ancak gerçekte ise felç hastalığının kazalara göre yaklaşık olarak 3 katı daha fazla ölüme neden olduğu gerçeği bulunmaktadır (Kahneman, 2018, s.161).

Yapılan bu anket ile ilgili bir değerlendirme yapıldığında, medyanın insanlar üzerindeki etkisinin çok fazla olduğu ve bu nedenle etkisinde kalınan olay ve durumların çarpıtılarak bizlere sunulduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Kahneman, 2018, s. 161).

3.1.2. Bedavanın Gücü

Tüketicilerin rasyonel olduğu düşüncesi, geleneksel iktisat teorisinin savunduğu bir düşüncedir. Bu varsayımda, karşılaşılan sınırlara rağmen faydasını maksimum düzeye çıkaracak rasyonel kararların alındığı savunulmaktadır. Ancak tüketicilerin alışkanlıkları incelendiğinde rasyonaliteden uzaklaşıldığı görülmektedir. Bireyler, çoğu zaman fayda maliyet analizinden daha çok, duygulara yönelik karar verdikleri görüşü ortaya çıkmaktadır (Akkuş, 2018, s. 386-403).

Bedava olgusu, öncelikle tedarikçiler ve davranışsal iktisatçılar tarafından yorumlanmaya çalışılmıştır. Bedava kavramının ortaya çıkardığı etki sezgisel bir etkidir. Bu etki üzerinde gerçekleştirilen çalışmalar bedava kavramının etkisinin büyük bir yem tuzağı olduğu gerçekliğini ortaya koymaktadır. Bilinen herhangi bir hizmete veya ürüne sıfır fiyat kararı verildiğinde, pozitif anlamda bir fiyata karşılık beklenen faydanın çok daha fazla olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. İktisatçılar bu etkiye bedava veya sıfır fiyat etkisi adını vermektedir (Gal ve Rubinfeld, 2015, s. 1-58).

2007 tarihinde Mazar, Şampanyer ve Ariely'nin gerçekleştirdikleri "Zero As a Special Price: True Value Of Free Product" isimli çalışmada insanların herhangi bir ürünü

satın alırken bedava olan bir ürün yerine kendilerine fayda sağlayacağını düşündüğü ücretli bir ürünü satın almayı tercih ettikleri görülmüştür. Bir başka tercih durumunda ise bazı tüketici grupları, ucuz ancak beğenilmeyen bir ürün ile bedava olan ürün arasında tercih yaparken ürünün bedava olmasından dolayı o üründen daha çok etkilenecek satın aldıkları gözlemlenmiştir (*Müller ve Messelink, 2014*).

3.1.3. Yemleme Etkisi

Bireylerin, bir ürünü tercih ederken, kendilerine sunulan iki farklı ürün üzerindeki seçimlerini etkileyerek daha baskın olan seçeneğin kendilerine gösterilmesi durumuna yemleme etkisi adı verilmektedir. Yemleme etkisi daha çok pazarlama sektöründe kendisini göstermektedir. Tercihle bulunulacak olası iki farklı seçeneğin dışında tüketicinin tercihlerini, seçilmesi daha az muhtemel bir opsiyona yöneltip, kötü bir tercih ortaya konularak uygulanır (*Solak, 2019, s. 37-38*).

3.1.4. Mülkiyet Etkisi

İnsanların, normal zamanlarda mallarını satarken istedikleri fiyattan daha fazla bir fiyata mallarını satmak için belirledikleri fiyata mülkiyet etkisi adı verilmektedir.

Thaler, Mülkiyet etkisinin nasıl olduğunu göstermek için öğrencileriyle birlikte bir deney yapar. Bu deneyde öğrencileri iki ayrı gruba ayırır. Bir grup öğrenciye üniversite logosunun basılı olduğu bir bardak verilirken bir diğer gruba ise bu bardaklardan verilmemektedir. Bu bardaklara sahip olan öğrencilere, bu bardağı satsalar hangi fiyattan satmak istedikleri sorulurken, bardaklara sahip olmayan öğrencilere ise bu bardakları satın almak için ne kadarlık bir fiyat ödeyebilecekleri sorusu sorulmuştur. Bardaklara sahip olan ve satıcı konumunda olan öğrencilerin alıcı konumunda olan öğrencilere oranla bardaklara iki kat daha fazla fiyat istedikleri görülmüştür. Bu deney sonucundan bir çıkarım elde edildiğinde, logolu bardağa sahip olan öğrenciler, bardağa sahip olamayan öğrencilere göre bardağın fiyatının iki kat daha fazla değerde olduğunu düşünmüşlerdir (*Thaler ve Sunstein, 2018*).

Mülkiyet etkisi, alışlagelmiş ticari pazarlar haricinde uygulama alanı bulur. Eldeki 5 Türk Lirasının 1'er Türk Lirası olmak üzere bozdurulduğu sırada ve mülkiyet etkisi adı

altındaki alışverişlerde kayıp kazanç dengesinde eşitlik ve kazanç halinin olmasından dolayı mülkiyet etkisinden bahsetmek söz konusu değildir (*Kahneman, 2018, s. 340*).

Amerika Birleşik Devletlerinde bulunan bir üniversitede, öğrencilerin oynadığı basketbol maçının biletleri için kura yöntemi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen kuradan hemen sonra öğrencilerle telefon üzerinden iletişim sağlanarak; kura sonucunda maç biletine hak kazanamayan öğrencilere bileti elde etme açısından ne kadar eğilimli oldukları, kazanan öğrencilere ise bilete fiyat açısından bir değer vermeleri istenmiştir. Öğrencilerle yapılan bu deney sonucunda maç biletini satmak için ortaya konulan fiyat, bileti satın almak için verilen değer 14 katı olduğu gözlemlenmiştir (*Doru, 2020, s. 74*).

3.1.5. Sürü Psikoloji Etkisi

Herhangi bir topluluğun veya grubun görüşlerindeki hareketliliğin, birtakım kurallar ve koşullar çerçevesinde prensipleştirilmiş inançların hakim olmasının kesin etkilerine sürü psikoloji etkisi adı verilmektedir (*Bektaş, 2015*).

Bireylerin tüketim tercihleriyle toplum içerisindeki belli başlı tüketim şablonlarının etkisi altında kalmasını sürü psikolojisi olarak tanımlamak mümkündür. Gerçekleştirilen deneylerde elde edilen sonuçlara bakıldığında çeşitli deneklere yöneltilen sorulara verilen yanıtların başka deneklerin kararlarının etkisi üzerinde etkili olduğu gözlemlenmektedir (*Doru, 2020, s. 71*).

Karar verme üzerine yapılan bir çalışmada, 50 denekten oluşan bir deney sonucunda 37 kişi sadece bir defa toplulukla hareket ederek yanlış olan tercihte bulunmuştur. Fakat insanların topluluklardan ayrı olarak bir oda içerisinde sorulara verdikleri cevaplarda ise yanlış olanı tercih etme olasılıkları %1'den daha az olduğu görülmüştür (*Solomon, 1956, s. 1-70*).

3.1.6. Çerçeveleme Etkisi

Kişilerin, tüketim anında karar alırken, karşılarına çıkan tercih ve sorunlardan daha çok, sunum yapılma şeklinden etkilenmelerine çerçeveleme etkisi adı verilmektedir. Çerçeveleme etkisi pazarlamadan medyaya kadar birçok sektörde kendisini göstermektedir.

Yapılan bir çalışmada, bir markette az yağlı yoğurt satın almak isteyen bir kişiye, %20 yağlı ve %80 yağsız şekilde yoğurt kapları sunulmuştur. Bu kişinin yoğurt kaplarının üzerinde yazan etiketteki %80 yağsızdır ibaresinden etkilenecek yoğurdu satın alması çerçeveleme etkisine örnek olarak verilebilir (Doru, 2020, s.74).

Kahneman (2018)'ın bir örneğinde, çerçeveleme etkisinin çok açık bir şekilde ortaya konulduğu görülmektedir. Varsayımsal bir örnek üzerinden çerçeveleme etkisini açıklayan Kahneman, Amerika Birleşik Devletlerinde bir salgın hastalığının hazırlandığı ve bu salgınla baş edebilmek içinse iki farklı planı öne sürmüştür. Bu varsayımsal öneri için ortaya konulan planların sonuçlarına yönelik bilimsel yaklaşımlar şunlardır:

A planı kabul görürse 200 kişi, B planı kabul görürse üçte bir olasılıkla 600 kişinin bu hastalıktan kurtulacağı fakat üçte iki olasılıkla gerçekleşirse hiç kimsenin bu hastalıktan kurtulamayacağı ön görülmüştür.

Öneride, A ve B planından herhangi birinin seçilmesi istendiğinde cevap verenlerin mutlak olarak A seçeneğini seçtikleri görülmüyor. Planları farklı şekilde tanımlayarak cevap arandığında, A planı gerçekleştirildiği varsayılarak 400 kişinin öleceği, B planının gerçekleşmesiyle birlikte üçte bir olasılıkla hiç kimsenin ölmemesi ve üçte iki olasılıkla da 600 kişinin ölmesi öngörülmüyor.

Çerçeveleme etkisi sonucunda A ve B planları ile A1 ve B1 planlarının seçeneklerinin aynı olmasına karşın, insanların büyük bir çoğunluğu %72 birinci durumda A planını tercih ederken, ikinci şıkta ise %78 B1 planının gerçekleşmesini istemektedir. Planlara bakıldığında birinci ve ikinci seçenekler aynı gibi görünse de çerçeveleri farklı durumdadır.

Bu çalışmadan bir çıkarım elde edildiğinde deneylerin sonuçlarının pozitif olmasında kişilerin riske girmeden garantici bir yaklaşımı tercih ettikleri görülmektedir (Kahneman, 2018).

3.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Yüzyıllar boyunca insanlar arasında gerçekleşen evlilik olgusu, ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan incelendiğinde barınma, beslenme ve ekonomik sorunları çeşitlendirerek büyümüştür. Yüzyıllardır var olan bu olgu, sosyal, kültürel ve ekonomik anlamdaki

unsurları kendi içerisinde barındıran faaliyetler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya nüfusunun artmasıyla birlikte aile için gerekli olan temel ihtiyaçlar ve parasal olarak maddi konular gibi sorunların arttığı görülmektedir. Bu sorunların giderilmesi, evlilikte, aile bütünlüğünün sağlanması açısından önemlidir. Davranışsal İktisat alanında yapılan bu çalışmanın amacı, Türkiye’de yaşayan ailelerin, tüketim harcamaları için verdikleri kararlar neticesinde ortaya çıkardıkları durumların rasyonel olup olmadığını belirlemektir. Çalışma ile birlikte yapılan literatür taraması sonucunda evliliklerdeki ekonomik faaliyetlerin değerlendirilmesi ve bu faaliyetler sonucunda ortaya çıkan tüketim harcamalarındaki değişimlerin değerlendirilmesi ele alınmıştır. Bu çalışmada, evliliğe ekonomik açıdan bir yaklaşım getirilerek ailelerdeki karar mekanizmasında ortaya çıkan ekonomik sorunlara yönelik tespitlerde bulunulmuştur. Tarihsel süreç içerisinde evlilik olgusunun incelenmesi, evlenme boşanma oranlarına dair verilerin ortaya konması, aile içerisinde tüketim kalemlerinin yol açtığı bazı sorunlar, aile şirketlerinin ekonomideki rolü ve büyüme süreçleri, devletin ailelere sağlamış olduğu sosyal yardımların durumu incelenerek davranışsal iktisat çerçevesinde değerlendirmeler yapılmıştır. Bu kapsamla birlikte bireylerin tüketim harcamalarındaki yaklaşımlarının neler olduğu belirlenmek istenmiştir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, literatür araştırma yöntemi kullanılarak, Türkiye’de ikamet eden evli çiftlerin, tüketim harcaması ve karar aşamasında karşılaştıkları sorunlar belirlenerek gerçekleştirilmiştir. Çalışma, Türkiye’de yaşayan evli çiftler üzerinde literatür çalışması şeklinde uygulanmıştır. Araştırmanın üçüncü bölümü literatür taramasından oluşmaktadır. Literatür çalışması, internet ve kütüphane taramaları üzerinden gerçekleştirilirken, belirlenen çalışmalar, davranışsal iktisat kavramları üzerinden yorumlanmıştır.

3.4. Araştırma Konusu ile İlgili Literatür Çalışmaları

Literatür incelendiğinde aile kurumunu oluşturan evli kişiler için, davranışsal iktisat alanında bazı çalışmalara rastlanmıştır. Aşağıda Türkiye’de ve yurt dışında yapılan çalışmalara kısaca değinilmiştir. Bu araştırmalar özetle aşağıda ifade edilmektedir.

3.4.1. Tez, Makale ve Kitap Çalışmaları

Furkan Müderrisoğlu'nun (2009) "Tüketici Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler ve Ailede Satın Alma Kararının Verilmesi" adlı yüksek lisans tez çalışmasında, ailede satın alma kararları ile tüketicilerin bir ürünü satın alırken etkilendikleri faktörlerin neler olduğuna dair incelemelerde bulunulmuştur. Sosyal sınıf, kültür, alt kültür, referans grupları, rol ve statüler, aile, demografik unsurlar, meslekler ve ekonomik faktörlerin bireylerde ortaya çıkardığı tüketim kararlarındaki satın alma süreçlerindeki değişimler gözlemlenmeye çalışılmıştır. Bireylerin tüketim kararı alırken kendi başlarına hareket etmedikleri ve çevrenin etkisinin de önemli derecede tüketim davranışlarında etkili olduğu gerçeği vurgulanmak istenmiştir. Bu bağlamda düşünüldüğünde davranışsal iktisatta yer alan yemleme etkisi kavramının bu çalışmada belirli bir şekilde kendisini gösterdiği görülmektedir. Bireyler herhangi bir ürünü satın almaya karar verdiklerinde iki benzer üründen daha baskın olanının tüketiciye tercih ettirilmesi durumu söz konusudur. Yemleme etkisi kavramı ile birlikte tüketicinin satın alma kararına etki edildiği görülmektedir. Ayrıca Çalışmada hane halkı içerisinde tüketim kararı verilirken 5 farklı rolün oluştuğu görülmektedir. Bunlar, satın alma rolü, denetleyicilik rolü, karar verici rolü, etkileyicilik rolü, kullanıcı rolleri ve değişimleri ele alınarak satın alma kararının bireyler üzerindeki etkisi gözlemlenmeye çalışılmıştır. Aile üyelerinin tüketim kararlarını alırken oluşacak risklerin incelenmesi ve satın almayı etkileyen rollerin ortak karar verme noktasındaki etkileri gözlemlenmeye çalışılmıştır (Müderrisoğlu, 2009, s. 1-124)



Şekil 3.2. Ortak Kararlarda Gerek Duyulan Roller

Hamza Şimşek ve Mustafa Kurt'un 2019'da yaptığı "Tüketim eğiliminin davranışsal iktisat açısından incelenmesi: Batman ili örneği" adlı çalışmada iktisat biliminde insanların sonsuz ihtiyaçlara sahip olduğu ve sahip olunan kıt kaynakların doğru bir şekilde kullanımının açıklandığı varsayılarak analizler oluşturulmuştur. Bu analizler çerçevesinde geçmişten günümüze kadar birçok iktisadi kuramın oluşturulması ve geliştirilmesini kolaylaştırmıştır. Araştırma kapsamında kişi, her zaman, tüm koşullar çerçevesinde iç ve dış etkenlerden etkilenmeyerek en doğru tercihlerde bulunan bir canlı olarak kabul edilmiştir. İnsanın günlük yaşamında, sosyal faktörler, kültürel etkenler ve psikolojik faktörler gibi birçok etkenler rasyonel kararlar almasına etki etmektedir. Özellikle psikolojik faktörlerin, kişilerin tutum ve davranışlarında tutarsızlıklara neden olduğu bu çalışmada incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda "havanın kapalı olması ihtiyaç fazlası alışveriş yapmama neden olur" hipotezine toplam 267 kişi katılmıştır. Sonuç olarak katılımcılar arasından 135 erkek birey içerisinde 36'sı, 132 kadın birey içerisinde 43'ü "Kesinlikle katılmıyorum", 49 erkek birey ve 48 kadın birey "Katılmıyorum", 29 erkek birey ve 23 kadın birey "Kısmen Katılıyorum", 16 erkek birey ve 13 kadın birey "Katılıyorum", 59 erkek birey ve 5 kadın birey "Kesinlikle Katılıyorum" cevaplarını vermişlerdir. Bu çalışmada yer alan anket sonucu değerlendirildiğinde davranışsal iktisat kavramları içerisinde yer alan bulunabilirlik kısa yolu kavramının etkisi görülmektedir. İnsanlar karar alırken psikolojik etkilere maruz kalabilirler. Örneğin yaşanan doğal afetler insanların karar alma noktasındaki tercihlerini etkileyebilir. O an yapılan tercihler akla ilk gelen karar neticesinde yapılan tercihlerdir (Şimşek ve Kurt, 2019, s. 8-123).

Abdullah Baydaş, İsmail Gökdeniz, Murat Canitez ve Tuğba Güngör'ün yaptığı "Tüketicinin satın alma karar sürecinde aile bireylerinin etkinliğine yönelik bir çalışma" adlı sosyal bilimler (2008) dergisinde yayınlanan çalışmada tüketici davranışları ve alınan kararların bireylerin hayatlarına ne tür etkileri olduğuna dair analizler yapılmıştır. Çalışmada, tüketicilerin satın alma davranışlarındaki değişimler, 1960 öncesi ve sonrası olarak ikiye ayrılarak, kültürel ve psikolojik, bireysel ve toplumsal faktörler baz alınarak değerlendirmelerde bulunulmuştur. Ayrıca bu çalışmada, tüketici satın alma karar sürecinde aile üyelerinin tepkilerinin neler olduğuna dair verilerin elde edilmesi amacıyla Ankara'nın Oran semtinde gerçekleştirilen bir ankette, insanlarla yüz yüze görüşülerek farklı meslek grupları, yaş ve gelir gruplarına mensup ailelerin tüketimdeki rollerinin ve

tüketim davranışlarının neler olduğu belirlenmek istenmiştir. 136 kişiyle gerçekleştirilen ankete 120 kişi geri dönüş sağlamış ve 111 kişinin anket sorularına verdikleri yanıtlar değerlendirmeye alınmıştır. Anket soruları 5’li likert, “evet”, “hayır”, “en az”, “en çok”, seçenekleriyle hazırlanarak Kolmogorof-Smirnow analizi, Korelasyon analizi, Ki-Kare testi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada ek olarak aile hayatının içerisinde bulunduğu çevre, eğitim, yaşam tarzının tüketim davranışlarını hangi yönde etkilediklerine dair amaçlarda tespit edilmiştir. Çalışmada, değişen toplum yapısı ve aile yapısındaki değişiklikler, aile ortamında satın alma kararlarında daha aktif bir rol oynamalarına yol açtığından bahsedilmektedir. Kadının çalışma evine katılması, uzmanlaşması ve dış dünya ile daha fazla ilişki kurması gibi faktörler, ailedeki rollerin beğenilmesine neden olmaktadır. Aynı şekilde, ailelerin küçülmesi, demokratik değişiklikler, boş zamanların ev dışından çıkarılmasına yönelik eğilimler de satın alma rollerinin tercihinde etkili olduğundan bahsedilmektedir. Bu çalışmaya göre, ailede yaşayan bireylerin bir ürün satın alırken düşüncenin önemli olduğu ve diğer aile davranışlarındaki zevk ve tercihlerde etkili olduğu belirtilmektedir. Çalışmaya göre, genellikle iki çocuklu ailelerin büyük alışveriş merkezlerinden ve taksitli alımlardan hoşlandığı görülmektedir. Kadının satın alma kararlarında etkili olduğu ve gıda, temizlik, kadın ve çocuk giyim eşyaları gibi ürünlerde annenin etkisinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma davranışsal iktisat açısından düşünüldüğünde evlilik konusuna değinen bir analiz sunmaktadır. Aile satın alma kararlarındaki rollerin seçimi ve çocukların tercihlerinin nihai kararı üzerine bilgi vermektedir. Sonuç olarak aile içi tüketim kararlarının kullanılmasına ve analiz edilmesine yönelik katkı sağlamaktadır. Davranışsal iktisat kavramları içerisinde yer alan sürü psikolojisi etkisi kavramı üzerinden bir değerlendirme yaptığımızda aile içerisinde satın alma kararlarındaki roller sürü psikolojisinin etkisiyle sona erebilir. Sürü psikolojisi açısından bakıldığında ailedeki tüketim harcama kararlarında, aile üyelerinin beklentilerinin ve tercihlerinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum, aile içinde izleme ve kararları birlikte şekillendiren bir dinamik olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, pazarlama hedeflerinin de bu dinamiği dikkate alması gerekliliğini vurgulamak gerekmektedir. Pazarlamacılar, aile maliyetlerini kısaltmak ve onları teşvik etmek için reklamlar geliştirirler. Sürü psikolojisi etkisini kullanarak tüketim kalemlerine yönelik stratejiler geliştirmektedirler. Sonuç olarak, sürü psikolojisi etkisi kavramı, ailelerin satın alma kararları üzerinde etkilidir. Aile içerisinde satın alma kararlarına etki

eden ve yaygın olarak kullanılan bir kavramdır (*Baydaş, Gökdeniz, Canitez ve Güngör, 2008, s. 69-88*).

Arzu Şener ve Günsel Terzioğlu'nun "Bazı sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler ile iletişimin eşler arası uyuma etkisinin araştırılması" adlı Ankara ilinde gerçekleştirilen bu araştırma da psiko-sosyal, ekonomik, yönetsel faaliyetler gibi farklı konular ile evlenme, evlilik süresi, ailelerin aylık gelirleri gibi demografik ve sosyo-ekonomik etkenler bakımından kadın ve erkeklerin uyumunu belirlemek ve mukayese yapmak hedefiyle karşılaştırmalar yaparak planlamalar yürütülmüştür. "Tabakalı Rastgele Örneklem Yöntemi" ile seçilen 413 evli personel ve eşlerine yönelik bir çalışma yapılmıştır. "Evlilik uyumuna etki eden faktörlerin incelenmesine ilişkin Anket formu" ile veriler toplanmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler sonucunda çiftlerin genel olarak ortalama evlilik uyum puanları 104.03 olup, cinsiyete göre bakıldığında erkekler 105.37 puan, kadınlar ise 102.69 puan ortalaması ile ölçülmüştür. Davranışsal iktisat kavramları içerisinde bulunan sürü psikoloji etkisi bağlamında değerlendirdiğimizde eşler arasında alınan tüketim harcama kararlarının evlilik içerisinde olumsuz yönde yansımalarının olduğu çıkarımında bulunulabilir. Evlilikte çiftler tüketim kalemlerinde almış oldukları kararlar neticesinde sürü psikolojisi etkisiyle kendi planlamalarının dışında çoğunluğa uyarak tercihlerde bulunmaları, rasyonel karar alamadıkları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Eşlerin, birbirleriyle uyum içerisinde tüketim harcama kararlarını almaları belli bir disiplin dahilinde gerçekleşmelidir. Bu sayede ekonomik yönden aile ekonomisine olumlu yansımalarının olacağı yönünde bir çıkarımda bulunulabilir (*Şener ve Terzioğlu, 2008, s. 7*).

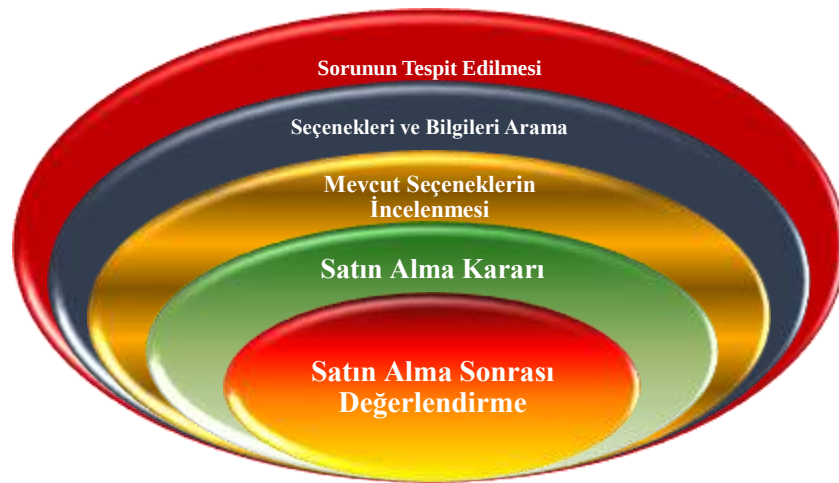
Sezen Kama'nın "Osmanlı hukukunda evlilik akdi ve söz konusu akdin 1869 tarihli tabiiyet-i osmaniyye kanunnamesine göre Osmanlı tabiiyetine etkisi" adlı çalışmada özellikle evlilik kurumunda tanzimat dönemiyle birlikte başlayan hukuksal yenilikler ana hatlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde evlilik sözleşmeleri, İslam hukuku bağlamında detaylı bir şekilde açıklandığı görülmektedir. Çalışmada İslam'dan önce Türklerde evliliklerin nasıl gerçekleştiğine dair incelemelerde bulunulmuştur. Evlenme akdinin şartlarının neler olduğu, evlenme ehliyetinin neler olduğu, irade beyanına ait şartların varlığı, mutlak evlenme engellerinin neler olduğuna dair evliliğin tarihsel süreçlerini konu alan bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın odak noktası, Osmanlı Devleti'ndeki evlilik akdi uygulamalarının tarihsel gelişimi ve

Tabiiyyet-i Osmaniyye Kanunnamesi'nin Osmanlı tabiiyetine etkisidir. İlgili düzenlemeler, evlenme akdinin devlet tarafından kontrol altına alınmasını sağlamıştır. Evlilik akdinin resmi bir niteliğe büründüğü, kadının rızasının önem kazandığı ve Osmanlı hukuk düzeninde değişikliklerin başladığı belirtilmiştir. Davranışsal iktisat bağlamında düşünüldüğünde, davranışsal iktisat, insanların ekonomik kararlarını etkileyen psikolojik faktörleri ve sosyal normları inceleyen bir alan olarak, evlilik akdi ve tüketim konularında önemli bir perspektif sunabilir. Evlilik akdinin, bireylerin tüketim tercihleri ve harcamaları üzerinde etkisi olduğu düşünülebilir. Evlilik birçok ekonomik kararı içerirken, davranışsal iktisadın vurguladığı duygusal faktörler ve sosyal normlar, bu kararlarda önemli bir rol oynayabilir. Örneğin, evlilik tercihlerinde sosyal statü, güvenlik, sadakat gibi duygusal faktörlerin etkisi gözlemlenebilir. Tüketim açısından, davranışsal iktisadın öne çıkardığı bilişsel yanılgılar, psikolojik eğilimler ve sosyal normlar, evlilik ve tüketim arasındaki ilişkileri anlamada önemli olabilir. İnsanların tüketim tercihleri, evlilik statüsüne, ilişkilerine ve duygusal bağlarına göre şekillenebilir. Örneğin, evli olan bireylerin tüketim harcamalarında birlikte karar alma, aile bütçesini yönetme ve sosyal normlara uyum sağlama gibi faktörler etkili olabilir. Sonuç olarak, davranışsal iktisat, tüketim kararlarının daha iyi anlaşılması ve açıklanmasına katkıda bulunabilir. Davranışsal iktisat bağlamında bu çalışmayı mülkiyet etkisi kavramıyla bağdaştıracak olursak, ele alınan evlilik akdi konusu, mülkiyet etkisi kavramı açısından yararlı bir değerlendirme sağlayabilir. Evlilik, bir çift arasındaki ilişkiyi kurarken, diğer aile fertlerinin kararlarını almasının ekonomik motivasyon ve kaynak yönetimi gibi faktörler açısından önemli hale geldiği söylenebilir. Böylece mülkiyet etkisi kavramıyla birlikte, çiftlerin tüketim harcamaları, varlık yönetimi ve ekonomik kazanımları evlilik akdine etki eder (Kama, 2013, s. 673-685).

Berrin Eyce'nin "Tarihten günümüze Türk aile yapısı" adlı çalışmasında aile yapısının genel anlamda bir tanımlaması yapılmıştır. Ailenin görevlerinin neler olduğu, aile içi dayanışmanın önemi, aile kurumunun tarihçesi, tarıma dayalı geleneksel aile yapısı ekonomik açıdan incelenmiştir. Çalışmada, ailenin toplumdaki önemine ve Türk aile yapısının özellikleri vurgulanmaktadır. Davranışsal iktisat açısından değerlendirildiğinde, ailedeki birimler arasındaki karar verme süreçleri önemli olabilir. Aile üyelerinin ekonomik kararlarını gözlemleyen faktörler, davranışsal iktisadın ilgilendiği duygusal ve sosyal araştırmalarla bağlantılı olabilir. Örneğin, ailedeki gelir

paylaşımı, tüketim harcamalarının planlanması ve birlikte karar alma süreçleri, davranışsal iktisadın etki alanını gösterebilir. Tüketim açısından, aile birimi harcamalarını yaparken önemli bir rol oynar. Türk aile yapısının geleneksel özellikleri ve akrabalık ilişkileri geniş bir ağ genişlemesinin sonucudur. Bu durum, aile içinde dayanışma, yardımlaşma ve sosyal normların yapılmış olabileceğini bir tüketici kültürü olarak destekleyebilir. Aile bireylerinin gösterdiği sorumluluk ve saygı, harcama kararlarını etkiler. Ebeveynlik açısından, aile yapısının özellikleri ve işleyişi, davranışsal iktisadın evlilik kararlarını yönlendirebilir. Türk aile yapısı, ana-baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan yaygın bir aile tipi içerisindedir. Bu durum evlilikteki satın alma kararlarında aile bireylerinin davranışlarını ve toplumsal beklentilerini gösterir. Davranışsal iktisat bağlamında çerçeveleme etkisi kavramıyla değerlendirdiğimizde büyüyen endüstriyle birlikte ailenin sosyal bir sığınak olduğu ve karmaşılaşan hayatın bir dayanak noktası olması açısından aile huzuru, güçlü millet ve devletin temeli düşüncesiyle pekiştirilebilir. Çerçeveleme etkisiyle ailedeki satın alma kararı ve roller tüketim harcamalarını anlamayı mümkün kılar (Eyce, 2014, s. 223-224).

Metin Arslan'ın (2018) "Tüketici Davranışları ve Tüketici Bilinci" adlı çalışmada tüketici satın alma kararını inceleyerek aile içerisinde yer alan bireylerin gelir-gider analizlerini incelemiştir. Çalışmada, kişinin tüketim öncesinde karar alırken 5 farklı aşamadan geçtiği söylenmektedir. Bu aşamalar; sorunun tespit edilmesi, seçenekleri ve bilgileri arama, mevcut seçeneklerin incelenmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası yorumlamak olmak üzere beş farklı adımdan oluşmaktadır.



Şekil 3.3. Tüketicinin Karar Alma süreci

Çalışma içerisinde tüketicinin sorunları ortaya konularak bu sorunların analizleri yapıldıktan sonra çözüme ulaştırma noktasında psikolojik ve sosyo-kültürel öğelerin tüketim kararı sürecinde hangi düzeyde etkili olduğu, çeşitli tanımlamalarla açıklanmaya çalışılmıştır. Bireylerin tercihte bulunurken kendilerine sunulan aynı ürün ya da hizmetin şekil olarak farklı gösterilmesi sonucu etki altında kalmaları çerçeveleme etkisi kavramının sonucudur. Tüketicinin karar alma süreci içerisinde yer alan aşamaların, çerçeveleme etkisi kavramının etkilerini azaltma noktasında önemli olduğu görülmektedir (Arslan, 2018, s. 83-86).

Coşkun Can Aktan ve Kıymet Yavuzaslan'ın yazdığı “Bireylerin iktisadi karar ve tercihlerinde zihinsel, duygusal ve psikolojik faktörlerin analizi” isimli çalışmada iktisat alanının bir alt disiplin olarak kişilerin iktisadi anlamda karar alabilmelerinde zihinsel, duygusal ve psikolojik etkenler incelenmiştir. Bu çalışmada iktisat bilimi ile psikoloji bilimi arasındaki etkileşiminden meydana gelen davranışsal iktisat alanındaki bilgiler ışığında açıklamalarda bulunulmuştur. Bu çalışmada davranışsal iktisadın özeti yapılarak, geleneksel iktisat ile olan benzer yönler ve farklılıklar ele alınmıştır. Davranışsal iktisat kavramları içerisinde yer alan yemleme etkisi kavramıyla düşünüldüğünde ise kişiler tüketim harcama kararlarını alırken kendilerine gösterilen seçenekler içerisinde daha az talep edilen bir seçeneğin öncelik olarak kendilerine sunulması ve ikinci seçeneğin baskın hale gelerek zihinsel yönden aile üyelerinin daha kolay bir şekilde etkilendikleri çıkarımı yapılabilir. Bu uygulama yöntemi sayesinde aile üyelerinin tüketim harcama kararlarını alırken dış etkenlerden etkilendikleri sonucuna ulaşılabilir (Aktan ve Yavuzaslan, 2020, s. 100).

Mustafa Ercan Kılıç'ın (2021), “Evlilik Üzerine Davranışsal İktisat Perspektifinden Bir Değerlendirme” adlı çalışmada, evli olanların evli olmayanlara göre avantajlarının neler olduğu, aile yapısının tarihsel süreçleri, iş hayatından dolayı günümüzdeki evliliklerin zor bir hal alması, ailelerin hayatlarına giren teknolojik yeniliklerin evliliklere olan yansımaları değerlendirilmiştir. Ayrıca, evlilikle ilgili üç farklı hipotez kurularak evliliklerdeki tüketim, tasarruf ve üretim araçları davranışsal iktisat açısından yorumlanmaya çalışılmıştır. İlk olarak “Evlilik sonrası karar vermede sistemsel değişim yaşanır” hipotezi ile bekar ve evli bir kişinin ekonomik yönden karar alma durumları karşılaştırılmış ve sonuç olarak bekar bir insanın tüketim harcamaları konusunda karar almasının daha kolay olduğu çıkarımına ulaşılmıştır. Bir diğer hipotez

ise “Evlilik potansiyel sosyal sermaye ağını genişletir” üzerine kurulmuş ve günümüz karma ekonomi sistemi ile üretim yapabilmek için sermayeye gereksinim olduğu yorumu yapılarak evliliklerdeki güven ile birlikte sosyal sermayenin geliştirilebileceği yorumunda bulunulmuştur. Son hipotezde ise “Evlilik çiftler arasındaki zihinsel etkileşime yol açar” hipotezidir. Bu hipoteze göre insan davranışlarını yönlendiren unsurun beyin olduğu ve beynin biyolojik yapısından bahsedilerek nöroekonomi kavramı üzerinden iktisadi davranışlar yorumlanmıştır. Çalışmanın sonunda ise genel olarak evliliğin toplum için önemli bir kurum olduğu ve bu kurumun korunması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (*Kılıç, 2021, s. 113-132*).

Yakup Durmaz ve Reyhan Bahar Oruç’un (2011) “Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma” adlı çalışmada tüketicilerin tercihlerine etki eden aile, statüler, örnek alınan tüketici grupları ve rollerin tüketicilerin satın alma tarzlarına hangi yönde etki ettiği konusu anket verileri sonucunda değerlendirilerek yorumlanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara sonucunda, tüketicilerin alış-verişlerini gerçekleştirirken yaptıkları alış-verişten hoşlanma aşamalarının saptanması hedeflenmiştir. Ankete katılan 1286 bireyden 537 kişi alışveriş yaparken keyif aldığını; 316 birey alış-veriş yapmaktan çok keyif aldığını; 274 birey az keyif aldığını; 111 birey keyif almadığını, 48 birey ise alışveriş yapmaktan hiç keyif almadığını söylemiştir. Bu veriler kapsamında ankete katılım gösteren büyük bir kitlenin alış-veriş yapmaktan keyif aldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Davranışsal iktisat bağlamında düşünüldüğünde, çerçeveleme etkisi kavramıyla birlikte aile üyelerinin tüketim kalemlerinde tercih yaparken sunum yapılma şekillerinden etkilenmeleri ve bu bağlamda tercihte bulunmaları sonucu alışverişten keyif aldığı çıkarımı yapılabilir. Medyadan pazarlama sektörüne kadar birçok alanda kendisini hissettiren çerçeveleme etkisi kavramının görsel anlamda bireylerin ve ailelerin tüketim harcamalarını etkilediği sonucuna ulaşılabilir (*Durmaz, Bahar Oruç, 2011, s. 61-69*).

Sena Keskin ve Mehmet Baş’ın (2015) “Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi” adlı çalışmanın ikinci bölümünde tüketici davranışları ve tüketicilerin satın alırken karar alma süreçleri incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise uygulama yapılarak sosyal medyada tüketici davranışları ele alınmıştır. Sosyal medyanın tercihleri etkileme durumlarına göre anket sonuçları incelendiğinde 400 kişi ile yapılan anket uygulamasında 122 kişi sosyal medyada markaları takip ederken 288 kişi ise sosyal

ağlarda markaları takip etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Davranışsal iktisat kavramları içerisinde bulunan sürü psikoloji etkisi kavramıyla bir değerlendirme yapıldığında, çalışmadaki anket uygulaması sonucu 122 kişinin sosyal medyada markaları takip etmesi, sürü psikoloji etkisinin kitleleri yönlendirmesi açısından önemli bir güce sahip olduğu sonucunu ortaya koymaktadır (Keskin, Mehmet, 2015. s. 51-69).

Ferhat Pehlivanoglu ve Çağla Şenveli'nin (2022) "Davranışsal İktisat Çerçevesinde Rasyonel Modern Tüketici Davranışları Üzerinde Medeni Durumun Etkileri: Kocaeli Örneği" adlı araştırma makalesi, davranışsal iktisat kapsamında bekar ve evli olan bireylerin tüketim harcamalarındaki kararlarında, farklı yönelimlerde olup olmadıklarının saptanması için yapılmıştır. Çalışmada kişilerin medeni durumları ön plana çıkarılarak kişilerin tüketim harcamalarındaki alışkanlıklarının tespit edildiği görülmektedir. Yapılan anket sonucunda Kocaeli ilinde yaşayan evli bekar katılımcıların verdikleri cevaplar neticesinde tüketim harcamalarında almış oldukları kararlarında rasyonel davranışlar sergiledikleri görülmüştür. İnsanların tüketim tercihinde bulunurken medeni durumları açısından değerlendirdiğimizde davranışsal iktisat kavramları arasında bulunan bedavanın gücü kavramıyla birlikte ele almak mümkündür. Evliliklerde aile kurumunu oluşturan bireylerin tüketim harcamalarında bulunurken bekar kişilere göre rasyonel tercihlerde bulunmaları duygularından daha çok fayda maliyet ölçüsüyle hareket ettikleri sonucunu ortaya koymaktadır. Bedava olgusu bireylere sunulan bir tuzaktır. Bekar kişiler, tüketim harcamaları açısından düşünüldüğünde bu tuzağa daha çabuk düşebilir ancak evli çiftlerin aile sorumluluklarını düşünmelerinden dolayı tüketim kalemlerinde tercihlerde bulunurken rasyonel kararlar alma noktasında daha temkinli davranış sergilemeleri neticesinde, bedava olgusu tuzağına düşmeleri daha zor bir durum olabilir (Pehlivanoglu ve Şenveli, 2022, s. 353-381).

Cansu Gökmen Köksal ve Mehmet Tıgılı'nın (2018) "Türkiye'de Alışveriş Merkezlerinde Tüketim Ve Tüketici Davranışları Üzerine Araştırmalar: Ulusal Makaleler Ve Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İçerik Analizi" adlı çalışmada AVM'lerdeki tüketici davranışlarını göz önüne alan araştırmalar incelenerek tüketici alışkanlıkları ele alınmıştır. Araştırmada 1993-2016 tarihleri arasında gerçekleştirilen toplam 33 lisansüstü tez çalışması ile 20 ulusal makale üzerinden incelemelerde bulunulmuştur. Yapılan çalışmalar neticesinde AVM'lerdeki tüketicilerin davranışlarını konu alan çalışmaların 2000'li yıllardan itibaren başladığı ve artış gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Davranışsal iktisat bağlamında mülkiyet etkisi kavramıyla düşünüldüğünde aile kurumunu oluşturan bireylerin tüketim harcama kararı alırken benzer iki üründen pahalı olanın daha kaliteli olacağı düşüncesiyle hareket etmesi sonucunda tüketim harcaması kararını alması mülkiyet etkisi kavramının etkisini ortaya koymaktadır. Mülkiyet etkisi kavramıyla birlikte satıcının iki benzer ürün arasından birini daha yüksek bir fiyata satması sonucunda tüketicinin pahalı olan ürüne olan satın alma eğiliminin psikolojik olarak daha fazla olması evliliklerdeki tüketim harcamaları noktasında mülkiyet etkisi kavramının önemli bir rolünün olduğu sonucunu bizlere göstermektedir (*Gökmen Köksal ve Tıǧlı, 2018. s. 1189-1193*).

Ayşe Akboz ve Meryem Samırkaş Komşu'nun (2019) "Davranışsal İktisat Bağlamında İnternet Alışverişleri Yapan Tüketicilerin Tüketim Tarzlarının Demografik Özellikler Bağlamında İncelenmesi: Mersin Örneği" adlı çalışmada davranışsal iktisat bağlamında tüketici gruplarının internette tüketim kalemlerine yönelik harcama kararı verirken sergiledikleri davranışların demografik özellikler bağlamında rasyonel olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Mersin ilinde internet üzerinden alışveriş gerçekleştiren 405 bireye anket yapılmıştır. Anket sonuçlarına göre elde edilen verilerde tüketicilerin karar alırken demografik açıdan farklı tüketim kararları aldıkları görülmüştür. Yapılan anket çalışmasında demografik özelliklerle ilgili katılımcılara 6 soru sorulmuştur. Ankete katılan tüketicilerden %53.6'sı erkek, %46.4'ü kadındır. Yaşlara göre incelendiğinde %34.3 ile en çok 25-34 yaş arası tüketicilerin, en az ise 65 yaş ve üzerindeki tüketicilerin olduğu görülmektedir. Medeni duruma göre %59.5'i evli, %40.5'i bekar durumundadır. Eğitim durumuna göre ise en çok %40 ile lisans mezunu, %25.7'si lise ve en az %3.5'i ise ilköğretim mezunu olup, lisansüstü mezunlarının ise %4 olarak internet üzerinden alışveriş yaptıkları tespit edilmiştir. Evlilik olgusu bağlamında davranışsal iktisat kavramlarından bulunabilirlik kavramı üzerinden bir değerlendirme yapıldığında, aile üyelerinin tüketim harcamalarında aldıkları kararların çevrenin etkileri sonucunda kendiliğinden alınan kararlar olduğu görülmektedir. Tüketim harcamalarındaki kararlar bulunabilirlik kısa yolu kavramıyla değerlendirildiğinde ailelerin rasyonel kararlar almalarının zor olduğu sonucuna ulaşılabilir (*Akboz, Samırkaş Komşu, 2019. s. 337-349*).

Laurens Cherchye, Thomas Demuynck, Bram De Rock ve Frederic Vermeulen'in (2017) "Household Consumption When the Marriage Is Stable" adlı çalışma evlilik

olgusunun hane halkı tüketimi üzerindeki yapısal etkilerini analiz etmeye odaklandığı görülmektedir. Çalışmada, istikrarlı evlilikler bağlamında verimli hane halkı tüketiminin tercih karakterizasyonunu sağlayan yeni bir çerçeve önerilmektedir. Evliliklerdeki istikrarı ve hane halkı tüketimini analiz ederken hane içi transferleri dikkate almanın önemi vurgulanmaktadır. Aktarılabilir fayda varsayımının etkisiyle birlikte bu aktarımları içeren istikrarlı evliliklerin karakterizasyonu anlatılmaya çalışılmıştır. Bu yaklaşım, hanelerdeki heterojen olan bireysel tercihlerin incelenmesine izin verir ve sınırlı verilerle bile test edilebilir koşullar oluşturur. Ayrıca çalışmada, açıklanmış olan tercih karakterizasyonu, minimalist varsayımları korurken, paylaşım kuralı da dahil olmak üzere ev içi karar yapısının tanımlanmasını sağladığı vurgulanmaktadır. Çalışma, çerçevelerinin uygulanabilirliğini ve alaka düzeyini göstermek için Hollanda hane halkı verilerinden yararlanılarak yapılmıştır. Çalışmadaki uygulama, teorik yaklaşımların yararlılığının ve uygulanabilirliğinin bir örneği olarak hizmet etmektedir. Davranışsal iktisat ve tüketim harcamaları açısından düşünüldüğünde, bu çalışma, evlilik olgusundaki hane halkı tüketim kalıplarını nasıl etkilediğinin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır. Hane halkı içi transferleri ve bireysel tercihleri dikkate alarak, hane halkı içindeki karar alma süreçlerine ilişkin kaynakların tahsisi ile tüketim tercihlerine ışık tutmaktadır. Sonuç olarak, bu çalışma, evlilik piyasası ile hane halkı tüketimi arasındaki ilişkiye benzersiz bir yaklaşım sunarak, bu dinamikleri analiz etmek için pratik bir çerçevede davranışsal iktisat alanına katkıda bulunmaktadır. Çalışmada, evlilikte ev halkının tüketim harcamaları üzerindeki etkileri incelenmektedir. Evlilik deneyimleri, aile yapıları ve yaşadıkları faktörler, bireylerin belleklerinde belirgin olabilir. Bu belirginlik, bulunabilirlik kısa yolu etkisine dayanan, karar sürecine yol açabilir. Örneğin, bir evlilik deneyimiyle ilgili daha önceki olumlu veya olumsuz deneyimler, olumlu evlilik tercihlerini ve tüketim kararlarını etkilerken, bulunabilirlik kısa yolu etkisiyle birlikte evlilikteki tüketim harcamaları üzerindeki etkilerin değerlendirilmesini sağlar. Bu durum, bulunabilirlik kısa yolu etkisi kavramı bağlamında düşünüldüğünde, bireylerin, zihnindeki tüketim kararlarına yönelik yansımalarının olduğu sonucunu ortaya koymaktadır ve evliliğin yapısında yer alan tüketim harcamaları üzerinde, karar verme beklentisini anlamamıza yardımcı olmaktadır. (Cherchye, Demuynck, De Rock, ve Vermeulen, 2019. s. 1507-1530).

Laura Blow, Martin Browning ve Mette Ejrnaes'in (2009) "Marriage and consumption" adlı çalışma, evlilikte emeklilik dönemiyle ilgili yaşam evresi kararlarının tüketim ve tasarruf üzerindeki etkilerinin neler olduğuna dair bilgiler içermektedir. Araştırma, evlilik kurallarının parametrelerini teorik ve ampirik olarak anlatmaktadır. Araştırmalara göre, bekar olmanın evliliğe geçişte tüketim ve tasarruf üzerinde önemli bir etkisi olduğu anlatılmaktadır. Evlilikte fazla harcama yapmanın bekarlara kıyasla daha olası olduğu ve çiftlerin genellikle benzer çiftlerle karşı karşıya kaldıkları ve daha fazla harcama yaptıkları gözlemlenmiştir. Ayrıca, araştırmada, evlilik kararıyla ilgili faktörler, örnek gelir, eğitim ve cinsiyet gibi değişkenlerin tüketim üzerindeki stokları da analiz edilmiştir. Örneğin, yüksek gelirli kişiler bekar olduğunda düşük gelirli kişilerle kıyaslandığında daha fazla tüketim harcamasına sahip oldukları gözlemlenmektedir. Araştırmada, evlilik ve evlilik ilişkisini anlamak için teorik ve ampirik bir model kullanılmıştır. Ampirik analizler sonucunda, bekarlar ve çiftlerin önemli gruplar oldukları ve farklılıkların eğitim grupları arasında da etkisini gösterdiği çıkarımında bulunulmuştur. Araştırma, ölçek ekonomilerinin derecesini tahmin etmek için kullanılan bir modelin de katkısını sunmaktadır. Ölçek ekonomileriyle, çiftlerin evlilik geçişlerinden geçerek bir çiftin bekarlara kıyasla daha ucuz yaşayabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte bazı kısıtlamalar da vurgulanmıştır. Örneğin, yaşam evresi geçişlerinin sadece evlilik üzerine odaklandığı ve diğer geçişlerin, örneğin çocuk sahibi olma veya boşanma gibi ayrıntıların göz ardı edildiği anlatılmıştır. Ayrıca, gelir belirsizliği gibi diğer unsurların da görüşüne katılmadığı ve veri eksikliği nedeniyle geniş unsurların analiz edilmediğinden bahsedilmektedir. Davranışsal iktisat bağlamında düşünüldüğünde bu araştırma geleneksel iktisat ve evlilik arasındaki ilişkiyi anlamak için önemli bir katkı sunmaktadır. Tüketimdeki etkilerin farklı değişkenlere bağlı olduğunun anlaşılması ve bireylerin karar verme mekanizmalarında tüketim harcamalarını daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Bu çalışma davranışsal iktisat alanında incelenerek bedavanın gücü kavramıyla bağlantı kurulabilir. Bedavanın gücü kavramıyla evlilik, pek çok insan için önemli bir yaşam evresi ve geçişidir. Bu süreçte birçok bedava veya düşük tasarruf fırsatı elde edilebilir. Ayrıca, evli çiftlerin genellikle benzer bir çiftle karşılaştıklarında ve daha fazla harcama yaptıkları göz önüne alındığında üstünlük kurma etkisiyle birlikte daha fazla tüketim harcaması yapması bedavanın gücü kavramıyla açıklanabilir. Bir çiftin harcamalarını, diğer çiftlere veya toplumun genel algısına göre düzenlemesi, bedavanın

gücü kavramının etkisini göstermektedir. Bedavanın gücü, evli çiftlere karar verme yollarını karmaşık bir şekilde sunar. Bu şekilde tüketicilerin tercihlerini etkileyerek ekonomik kararlarını vermeleri açısından bireylerin tüketim harcamalarını gerçekleştirir. Bu bağlamda bir çıkarım yapacak olursak, evlilikte, bedavaya almanın neden olduğu tüketim harcamalarında, tüketmeyi ve tüketimi muhafaza etmenin, bedava veya daha düşük maliyetle gerçekleştirilmesi sağlanabilir (*Blow, Browning ve Ejrnæs, 2009. s. 16-17*).

Shoshana Grossbard'in (2015) "Marriage and consumption" adlı çalışmada, yöneticilerin kariyerleri ile ilgili olarak eşlerinden aldıkları veya yardım miktarını etkileyen faktörlerin belirlenmesine odaklanmaktadır. Çalışma beşeri sermaye perspektifinden türetilen değişkenlerin ve kültürel normların etkilerini cinsiyete göre ayrı ayrı incelemektedir. Araştırmanın bulgularıyla ilgili çıkarım yapıldığında, eş desteğinde cinsiyet farklılıkları açısından değerlendirildiğinde, çalışma, evli yöneticilerin üçte ikisinin kariyerlerini ilerletmede eşlerinden destek aldıklarını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, insan sermayesi teorisi ile uyumludur ve evli erkek işçiler gözlemlendikten sonra aile kurumunu oluşturan çiftlerden erkeklerin daha yüksek kazanç sağladıkları açıklanmaktadır. Çalışmada, evli kadınların çoğunluğu eşlerinden yardım aldıkları bildirilmiştir. Kadınlar için kazanç farklılıkları üzerindeki etki düşünüldüğünde, çalışan kadınların aldıkları eş yardımının evli ve bekar kadınlar arasındaki kazanç farklarını azaltabileceğini görülmektedir. Eşlerden alınan önemli destek, çoğu araştırmanın neden evli ve bekar kadınlar arasında önemli kazanç farklarının olmadığı bildirilmektedir. Bu destek, özellikle tam zamanlı bir işle uğraşırken evde zaman alıcı sorumluluklara sahip olan ve yönetici olarak çalışan kadınlar için çok önemli olabilir. Verimli eş yardımı açısından değerlendirildiğinde, erkekler, çalışan eşlerine en verimli olduğu zamanlarda yardım etme eğilimindedirler. Bu verimlilik, eşin eğitim düzeyi veya evde geçirdiği süre gibi faktörlerle ilişkilendirilebilir. Sonuç olarak, evli ve bekar çalışanlar arasında, özellikle de kadınların, işyeri başarısında ve kazanç farklarında eş desteğinin rolünün önemli olduğu açıklanmak istenmektedir. Bulgular sonucunda, eş yardımının ekonomik sonuçlar üzerinde olumlu etkilerinin olabileceğini göstermektedir. Bu çalışma, davranışsal iktisat bağlamında mülkiyet etkisi kavramı üzerinden bağdaştırıldığında, evlilik ve tüketim harcamaları ilişkilerine olumlu bir etki yaptığı düşünülebilir. Mülkiyet etkisi, evli çiftlerin ekonomik faydalarında birlikte hareket etmelerinin veya birbirlerine

yakın destek vermeleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Örneğin, evli bir kadının eşi tarafından elde edilen gelirini artırma olasılığı ve evlilik birliği içerisinde maddi olarak güçlenmesi, tüketim harcamalarını daha rahat bir şekilde yapmasını sağlamaktadır. Bu durum mülkiyet etkisi kavramıyla düşünüldüğünde, insanların tüketim harcaması kararı alırken, bir ürüne normal zamandan daha fazla para vererek o ürünü satın almasına yol açmaktadır (Grossbard, 2015. s. 334-336).

Julie M. Zissimopoulos, Benjamin R. Karney, Amy J. Rauer'in (2015) "Marriage and economic well being at older ages" adlı çalışmada, evlilik öncesi ile evlilik arasındaki ilişkiden yola çıkılarak tüketim harcamaları açısından değerlendirmelerde bulunulmuştur. Çalışmada, tüketim harcamaları bağlamında kesintisiz evlilik yaşayan bireylerin diğer gruplara göre daha yüksek bir servete sahip oldukları belirtilirken, bu durumun evli bireylerde ortak yaşam alanları ve masraflarının paylaşılmasıyla, bir bütün olarak daha güçlü bir mali duruma sahip olabileceğini göstermektedir. Özellikle evli çiftlerin, tek başına yaşayan arkadaşları karşılaştırılarak daha düşük masraflarla daha fazla gelir elde edilebileceği yönünde bir kıyaslama yapıldığı görülmektedir. Ancak bu sonuçlarda dikkate alınması gereken önemli bir husus, birden fazla evlilik yaşayan bireylerin düşük servet değerine sahip olmalarıdır. Bu durum çoklu evlilik deneyimi yaşayan bireylerin, mali fazlalıklardan daha zorlu durumlarla karşılaşmaları ve bu durumunda tasarruflarını etkilediği görülmektedir. Davranışsal iktisat açısından değerlendirmeler yaptığımızda, çalışma önemli perspektifler sunmaktadır. Özellikle çoklu evlilik sorunu yaşayan bireylerin düşük servet durumuna sahip olması, bu gruptaki çocukların finansal karar alma süreçlerini ve beklentilerini anlamak için davranışsal iktisadın önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca cinsiyet farklılıkları ile ilgili olarak da davranışsal iktisadın ilgi alanına giren bir tüketim kaleminin, evlilik deneyimlerine bağlı olarak, aile içi ekonomik karar verme ve gelir paylaşımını anlamlandırmada, davranışsal iktisadın araştırma alanı olarak değerlendirilmesine yol açmaktadır. Sonuç olarak, evlilik deneyimlerinin bireylerin ekonomik yapısı üzerindeki etkileri, ekonomik planlamalar ve politikalar açısından dikkate alınması gereken önemli bir ihtiyaçtır. Ayrıca davranışsal iktisadın, insanların, tüketim harcamalarında, finansal karar alma yollarını ve tahminlerini anlamak için önemli bir araştırma alanı olduğu çıkarımı da yapılabilir. Çalışma, davranışsal iktisat bağlamında bedavanın gücü kavramıyla ele alındığında, tüketicilerin, bir mal veya hizmeti düşük fiyatlı olduğundan daha fazla tüketme eğilimi içerisinde bulunurlar. Bu

durum, ekonomik rasyonelliği geçersiz kılabilceğini gösterir. Bu araştırma, evlilik ve servet arasındaki ilişkiyi açıklarken, bedavanın gücü kavramının bazı açılardan önemli rol oynadığını düşündürebilir. Çalışmada, özellikle evli bireylerin daha yüksek servete sahip olması sonucuna ulaşılması bedavanın gücü kavramının tüketim harcamalarında daha çok kullanılmasını düşündürebilir. Diğer yandan, birden fazla evlilik sorunu yaşayan bireylerin, düşük servet eğilimine sahip olmaları, bedavanın gücü kavramını yansıtmaktadır. Sonuç olarak, bedavanın gücü kavramında tüketim harcamalarındaki gidişat, evlilik ve servet arasındaki ilişkiyi anlamak için farklı görüşlere açık bir konudur. Bedavanın gücü kavramının uygulanıp uygulanamayacağı, farklı analizler gerektirebilir (Zissimopoulos, Karney ve Rauer, 2015. s. 1-35).

Outi Sarpila'nın (2013) "Appearance-related consumption among dating, cohabiting and married consumers: a comparison between men and women" adlı çalışmada, kadınların erkeklere kıyasla fiziksel görünümüne daha fazla para harcadıkları ortaya konulmaktadır. Aynı zamanda kadınların, dış görünümle ilgili olarak cilt ve saç bakım ürünleri gibi tüketim harcamasını oluşturan ve görsellik açısından ihtiyaç olarak kabul edilen malzemelerin, tüketim kalemlerinde harcamalara neden olduğu belirtilmektedir. Bu tür ürünlerin potansiyel bir pazar oluşturduğu, bu bağlamda kadınların bu tür harcama kalemlerini satın almakla görevli oldukları çıkarımı yapılmaktadır. Çalışmada, genç erkeklerin, yaşlı erkeklere kıyasla, eşlerine mücevher/saat gibi ürünleri satın alma olasılıklarının düşük olduğu ortaya konmaktadır. Bu durumun geleneksel cinsiyet normlarına dayalı tüketim tercihlerini daha az etkilediği görülmektedir. Ayrıca, çalışmada, evlilik durumu ve gelir gibi diğer arka plan değişkenlerinin de eşler veya evlilik olgusu için görünümü, harcama kalemlerinin satın alınmaması olasılığı üzerinde önemli bir etkisinin olduğu belirtiliyor. Örneğin, flört eden kadınlar, evli ve çocuklu kadınlara göre kıyafet, saç bakım ürünleri ve cilt bakım ürünleri için eşleri veya erkek arkadaşları için daha fazla satın alma yapma olasılığının olduğu belirtiliyor. Araştırmaya göre düşük gelirli kadınların, orta ve yüksek gelir elde eden kadınlara göre erkek arkadaşları için parfüm ve cilt bakım ürünlerini, daha fazla satın alma gereksinimini duydukları belirtiliyor. Sonuç olarak, bu makale, kadınların, görünümüyle ilgili ürünleri ve hizmetleri satın alma konusunda önemli bir tüketici unsuru olduğunu ve bu ürünlerin tüketimi konusunda, satın almada etkili olduklarını gösteriyor. Bu çalışma, davranışsal iktisat bağlamında yemleme etkisi kavramı ile ilgili ilginç bir

perspektif sunuyor. Davranışsal iktisat açısından, yemleme etkisi, satın alma kararlarının sadece bireysel tercihlere dayanmadığı, sosyal çevreninde bu duruma etki ettiği vurgulanmaktadır. Bu etkiler, tüketiciler için önemli bir fırsat olabilir çünkü kadınların tercih ettikleri ürünler ve hizmetler, satın alma konusunda daha kapsamlı ve geniş bir kitleye ulaşmayı sağlayabilir. Sonuç olarak, yemleme etkisi kavramıyla düşünüldüğünde tüketim harcamalarında, kadınların rolünün daha önemli olduğu çıkarımı yapılabilir. Bu çalışma, yemleme etkisi kavramını savunmaktadır. Tüketici davranışlarını anlamak ve satın almayı azaltmak için sosyal etkileşimlerin göz önünde bulundurulması gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır (Sarpila, 2013. s. 43-44).

Julie Zissimopoulos'un (2009) "Gain and Loss Marriage and Wealth Changes Over Time" adlı çalışmasında, evliliğin, servet kaybının nedenleri arasında yer aldığını belirtmektedir. Çalışmada 55 yaşındaki evli bireylerin daha yüksek servete sahip olmalarının nedeni tam olarak belirlenememiştir. Ancak, çalışmada, evli çiftlerin daha yüksek tasarruf oranlarına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmadaki modellemelere göre kadın ve erkekler arasında, servet görünümünde fark olmadığı ancak sürekli olarak evlenen kadın ve erkeklerin dört defadan fazla evlenenlere göre servet görünümünde farklılıklar görülmektedir. Boşanma süreci servet kaybıyla birlikte başlar. Boşanmadan önce ve sonra bireyler arasında önemli ölçüde değişkenlik gözlemlenmektedir ve boşanmadan sonra zenginliğin toparlanması süreci görülmektedir. Çalışmada, daha yaşlı boşanmanın uzun bir süresinin olduğu ve yeniden evlenmenin zenginliği artırdığı belirtiliyor. Bireylerin medeni durumlarına göre tüketim harcamaları alışkanlıklarında değişkenliklerin olduğu belirtiliyor. Bu çalışma, davranışsal iktisat açısından düşünüldüğünde sosyal ve kişisel konuların önemli olduğu vurgulanmaktadır. Davranışsal iktisat bağlamında, çerçeveleme etkisi kavramı ile değerlendirildiğinde, insanların tüketim kalemlerine yönelik karar alma durumlarının medeni durumlarına bağlı olduğu ve çerçeveleme etkisiyle birlikte farklı ekonomik davranışlar sergiledikleri çıkarımında bulunulabilir. Çerçeveleme etkisi kavramıyla, bireylerin tüketim harcamalarındaki kararlarının etkilendiği görülebilir. Örneğin, evli bir kişinin boşanma sürecinde yaşadığı servet kaybı, boşanmanın olumsuz bir olay olarak görmesini sağlar ve bu da bireyin daha temkinli davranışlar sergilemesine yol açabilir. Diğer taraftan, yeniden evlenme sürecinde artan zenginlikten dolayı bireylerin tüketim harcamalarını daha kolay gerçekleştirebilmesi, çerçeveleme etkisi kavramının olumlu yansımaları olarak

görülebılır. Sonuç olarak, çerçeveleme etkisi, insanların, evlilik ve boşanma gibi medeni durum varsayımlarına karşı duygusal ve psikolojik tepkilerini yansıtarak ekonomik açıdan şekillendirir (Zissimopoulos, 2009. s. 1-18).

Jeffrey Dew'in (2008) "Marriage and Finance" adlı çalışmasında, evlilik ve finans arasındaki ilişkinin hala önemli bir araştırma alanı olduğu vurgulanmaktadır. Çalışmada belirtilen ana bağlantı noktalarına bakıldığında, uygulayıcıların yetersiz olması açısından düşünüldüğünde, finansal davranış ve evlilikte tüketim ilişkisini ele alan kişilerin yetersiz kaldıkları anlatılmaktadır. Farklı bakış açılarının dahil edilmesinin önemine dikkat çekilmektedir. Evli çiftlerin anlaşılması açısından bir değerlendirme yapıldığında, çalışmada, evli çiftlerin daha ayrıntılı bir şekilde korunmasının finansal uygulamaları açısından önemli olduğu ifade edilmektedir. Örneğin, evli çiftlerin tüketim harcamalarında, karar alma süreçlerine yönelik bilgilerin ve aktarımların gereksinimi olduğundan bahsedilmiştir. Sonuç olarak, bu çalışma, evlilik ve finans ilişkisinin daha kapsamlı bir şekilde yorumlanmasını ve evli çiftlerin tüketim harcamaları konusunda finansal varlıkları üzerinde daha iyi bir etki bırakmak için önemli bir adım olduğu belirtilmektedir. Davranışsal iktisat bağlamında bulunabilirlik kısa yolu kavramı etkisiyle değerlendirme yapıldığında, evli çiftler tüketim kararı alırken kendiliğinden bazı harcamaları yapmaları, finansal açıdan aile ekonomisini olumsuz etkilemektedir. Sonuç olarak, çiftler, finansal kararlarını verirken, daha önceki deneyimlerle ya da yakın zamanda karşılaştıkları benzer durumlarla, tüketim harcama kararlarını alırlar. Bu da tüketim kalemlerindeki tercihleri genellikle olumsuz yönde şekillendirir (Dew, 2008. s. 346-347)

3.5. Genel Değerlendirme

İnsanlar, yaşamlarının belli bölümlerinde, kendiliğinden bazı hareketler içerisinde bulunabilmektedirler. Kişilerin yüzüne bir sinek konduğunda gözlerini kendiliğinden kapatmaları bu duruma örnek olarak verilebilir. Bu duruma karşılık, insanların gündelik yaşamlarındaki bazı anlarda belli kurallara dayalı davranışlarda bulunmaları da gereklidir. Bu tür davranışları sergilemek için karar olgusundan söz etmek gerekmektedir. Karar kavramı, tercihlerin oluşması ve bu süre zarfında karar alıcıyı en iyi olasılığa ulaştıracak davranış biçimine yönlendiren belli bir eylem tarzının ortaya çıkması durumudur. Davranışlar, deneyim, bilgi ve hesaplamalarla ortaya çıkar. Karar alıcıyı

hedefine ulaştıracak davranışların sergilenmesi durumunda ise farklı bir analiz yöntemi gereklidir (Öztoprak, 2011).

Bireyler karar alırken kendi kişisel durumlarına göre tercihlerde bulunurlar. Karar aşamasındaki kuramsal tanımlamalar, davranışsal açıdan ele alınırken, bir kesim araştırmacı gruplar ise bireylerin elde ettikleri bir takım bilgi birikimlerine odaklanmaktadır. İnsanlar karar alırken bireysel niteliklerini, farklı stratejileri baz alarak gerçekleştirirler. Bu yüzden kişisel özellikler, bireyin karar alma tarzını etkilemektedir. Bilişsel anlamda karar alma tarzlarını analiz eden bilim insanları, dokuz farklı karar alma aşamasının olduğunu tespit etmişlerdir (Gacar, 2011, s. 14-16).



şekil 3.4. Bilişsel Anlamda Dokuz Farklı Karar Alma Aşaması

Seçim: Karar alabilme noktasında bir ön şart durumundadır. Karar verirken içsel kontrolün sağlanması ön planda tutar. Aile içerisinde bulunan ergen kişilerin karar aşamasındaki seçenekleri konu alır. Bulunabilirlik kısa yolunda belirtildiği üzere kişilerin kendine özgü almış oldukları kararlardaki tercihler burada önemli rol oynamaktadır.

Anlama: Karar verme aşamasını anlamlandırmakla ilgili bir karar alma biçimidir. Kişilerin, okuma, sorun çözme ve anımsama gibi bir takım yeteneklerini ortaya koyması açısından önemli bir karar sürecini oluşturmaktadır. Bu karar alma biçimi ile yemleme etkisi göz önüne alındığında bireylerin tüketim harcamalarındaki karar alma tercihlerinde daha dikkatli olması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Uzlaşma: Arkadaş çevresinde ya da aile içerisindeki bir sorunun çözümünde yer alabilmektir. Bir diğer kişinin düşüncelerinin değerlendirilmesi uzlaşma açısından önem arz etmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli unsur ise sürü psikoloji etkisinin bireylerin kararlarına doğrudan etki ederek yanlış tercihlerde bulunulmasına yol açmasıdır. İnsanlar uzlaşma yoluyla tüketim harcamaları yaparken ihtiyaçları doğrultusunda, kendilerine fayda sağlayacak kararlar almaları gerekir.

Sonucu değerlendirebilme: Kişilerin, hem kendisini hem de diğer bireyleri, tercihlerindeki etkileri üzerinden değerlendirebilme seviyesidir.

Doğru seçim: Karar alan bireylerin, etkili bir şekilde sorunları ortadan kaldırma yöntemlerini esnek bir biçimde kullanması durumudur.

Güvenilirlik: Tercihlerin gerçekleşmesinde veri güvenilirliğini doğru bir şekilde değerlendirebilmektir. Burada çerçeveleme etkisindeki pazarlama stratejilerinin önemi büyüktür. Farklı platformlarda yapılan reklamların güvenilirliği sorgulanmadan bireylerin tüketim harcamalarında bulunmaları doğru değildir.

Kararlılık: Nitelikli karar alıcılarının, tercihlerinde net olmaları istenmektedir. Aile içerisinde bulunan genç bireylerin, karar aşamalarında ısrarcı bir tutum sergilemeleri kararlılık ilkesi açısından önemlidir.

Bağlanma: Verilen kararların, kişi üzerinde bağlayıcı bir nitelikte olması durumudur. Bireylerin, belli bir yaşa geldiklerinde karar alırken kendilerinden daha emin bir şekilde karar aldıkları görülmektedir (*Gacar, 2011, s. 14-16*).

Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda tez konusuna ait problemin neler olduğuna dair düşünceler ortaya konulmalıdır. Problem tespit edildikten sonra bu soruna ait bir cümle belirlenir. Problemin cümlesi bazı özelliklere sahip olmalıdır. Bu özellikler: (*Sönmez ve Alacapınar, 2011*).



Şekil 3.5. Konuya Ait Problem Cümlesinin Özellikleri

Kaynak: (Sönmez ve Alacapınar, 2011).

Bir problemin belirlenebilmesi için verilerin ispat edilmesine yönelik anket çalışmaları yapılabilir. Bu sayede anket sonuçlarına göre elde edilen veriler analiz edilerek hipotezler ve argümanlar kanıtlanmış olur.

“Davranışsal İktisat Perspektifinden Evliliğin Tüketim Tercihleri Üzerine Etkileri: Bir Literatür Araştırması”nda farklı anket uygulamaları sonucunda elde edilen veriler araştırılarak literatür taraması yapılmıştır. Bu çalışmada daha önce yapılmış anketlerin sonuçlarından faydalanılmıştır. Araştırmaların amaçları belirlenip bu amaçlar doğrultusunda somutlaştırılmış veriler elde edilebilmektedir. Anket çalışması yaparken verilerin elde edilmesi noktasında sıklıkla hatalara düştüğü görülmektedir. Bu hatalara bakıldığında;

- Ölçme araştırmalarının güvenilir şekilde elde edildiğinin varsayılması
- Verilerin doğru şekilde toplandığının varsayılması
- Ölçme aracı olan anket yönteminin amacına uygun veriler sağladığının varsayılması

Şekil 3.6. Anket Çalışması Yaparken Sıklıkla Yapılan Hatalar

Anket hataları doğru sonuçların elde edilmesini güçlendirmektedir. Gerek Anket çalışmasında gerekse daha önceden yapılan anket çalışmalarının incelenmesi noktasında değerlendirmeler yapılırken verilerin doğruluğu detaylı bir şekilde araştırılmalıdır.

“Davranışsal İktisat Perspektifinden Evliliğin Tüketim Tercihleri Üzerine Etkileri: Bir Literatür Araştırması” yüksek lisans tez çalışması kapsamında önermeler yapıldığında, bu tez çalışmasındaki literatür taramasının, evli insanlar ve aile üyeleri tarafından kullanılması veya dikkate alınmasının son derece önemli olduğu görülmektedir. Aile kurumunun ayakta kalmasını sağlayan çeşitli kurum ve kuruluşlar ile diğer toplulukların bu çalışmadan faydalanması ailelerin gelecekleri açısından önem taşımaktadır. Araştırmanın değerlendirilmesi ve kullanılması noktasında davranışsal iktisadın kavramlarından faydalanılması gerekmektedir. Artan nüfusla birlikte gerek duyulan literatür taraması ve grafiklerin analiz sonuçları sayesinde, ilerleyen dönemlerde oluşacak aile kurumlarının sağlıklı bir şekilde ilerlemesi sağlanabilir. Bu çalışma ile birlikte edinilen deneyimlere bakıldığında, problem çözümüne yönelik farklı bakış açılarının ortaya çıktığı ve farklı yorumlama becerilerine ulaşıldığı görülmektedir. Gelecekte davranışsal iktisat alanında çalışacak kişilerin, bu çalışmada elde edilen kazanımları kullanarak davranışsal iktisada farklı bir pencereden bakması sağlanacaktır. Ayrıca bu çalışmayla birlikte davranışsal iktisat alanında tez, makale ve kitap gibi eserler oluşturulurken nicel ve nitel örneklendirmeler sayesinde davranışsal iktisat kapsamında incelenen aile ve aile şirketlerin yapısı, tüketim harcamaları öncesinde alınan kararlar doğru bir şekilde ele alınacaktır. Bu önermeler bağlamında düşünüldüğünde bölgesel ve ulusal anlamdaki araştırmaların ve kullanılan yöntemlerin yeterli olmamasından dolayı evlilik olgusu içerisinde yer alan aile bireylerinin oluşturduğu karar mekanizmalarının yapısındaki farklılıkların sağlıklı bir şekilde değerlendirilemediği görülmektedir.

Davranışsal iktisat kapsamında yer alan “İkili Sistem Teorisi” ve “Rasyonellik” kavramları üzerinden bir değerlendirme yapıldığında; Evli kişilerin, yaşamlarını rahat bir şekilde devam ettirebilmeleri için maddi açıdan devlet ve çeşitli kurumların desteğine ihtiyaç duydukları görülmektedir. Aile kurumunun ayakta kalabilmesi ve aile bireylerinin gelirlerindeki farklılıklarından dolayı yaşam standartlarını planlı bir şekilde oluşturamamasından dolayı ailelerin sürekli olarak yardım istemesi kaçınılmaz bir durumdur. Ayrıca literatür taraması sonucunda, ihtiyaçların doğru bir şekilde kullanılmasına yönelik karar mekanizmalarının oluşturulmasında, kaynağın doğuşunun

önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Aile bireyleri, ihtiyaçlarının şiddetine bağlı olarak tüketim kararlarını verirken kendi faydalarını gözeterek rasyonel kararlar alabilmesi “İkili Sistem Teorisi” açısından düşünüldüğünde, kişilerin tercihlerine ve otomatik karar sistemine bağlı bir durum olduğunu bizlere göstermektedir. Bu yüzden bireyler kararlar alırken ekonomik anlamda gelecek kaygısı güderek, beklentilerini planlı bir şekilde analiz ederek hayatlarını sürdürmeleri gerekmektedir. Yani, ailedeki tüm bireyler kendi öz kararlarıyla verdikleri tercihlerini ileriye düşünerek oluşturmaları gerekmektedir.

Evliliklerde ve aile şirketlerinde ortaya çıkan harcamalar “Dürtme” kavramına göre değerlendirildiğinde, gündelik hayat içerisindeki ihtiyaçların kendiliğinden talep edilmesi ve buna bağlı olarak tüketim harcamalarının gerçekleştiği görülmektedir. Çeşitli görsel malzemeler, reklamlar ve dijitalleşmenin hızla artmasıyla birlikte ürünlerin internet ortamındaki reklamlarının artması, “Dürtme” kavramının sonucunu bizlere göstermektedir. Davranışsal iktisatta “Dürtme” kavramı, kişilerin ihtiyaçları olmamasına rağmen tüketim harcaması kararı almasına bağlı olarak riskli bir durumun var olduğunu işaret eder. Bu yüzden “Dürtme”nin etkisiyle kişiler, rasyonel anlamda karar vermeyi anlık olarak ertelemek zorunda bırakılır. Bireyler, tüketim harcamaları kararını verirken mantığını öne çıkararak normatif analiz yöntemiyle tercihlerde bulunması sayesinde riske girmeden daha akılcı bir şekilde tüketim harcaması kararlarını vermiş olurlar.

İnsanlar, temel ihtiyaçlarını gidermek için karar aldıklarında davranışlarını kontrol altına alabilmesinin ve bu durumun kendilerine fayda sağlayacak şekilde gerçekleştirebilmesinin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada, ailelerin, aile şirketlerinin ve evliliklerin ayakta kalabilmesi, rasyonel kararların alınmasının sonucuna bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Dünya nüfusunun artmasıyla birlikte sanayileşmenin artması, ekonomik bakımdan çeşitli finansal krizlere yol açmıştır. 1929 büyük buhrandan sonra yakın tarih incelendiğinde dünya üzerinde yaşanan 2008 yılı finansal kriz ile birlikte dünya ekonomisi büyük bir daralma içerisine girmiştir. Krizin en büyük nedeni, gayrimenkul piyasası ve borçlanmalardan kaynaklı bir durumdur. Dünyadaki ülkelerin, ortaya çıkan krizin hemen ardından kendi ekonomilerindeki piyasaları ve borçlanma durumlarını daha detaylı bir şekilde ele almaya başladıkları görülmektedir. Bu nedenle, insanlar, firmalar ve devletler açısından bakıldığında kredi kaynağı daha fazla önem kazanmıştır. Kredi, rasyonel ve faydalı bir şekilde kullanıldığında herhangi bir sorun ortaya çıkarmazken, öngörüsüz ve plansız olduğunda ekonomideki işleyişi bozmaktadır. Finansal kriz ile birlikte dünyadaki ülkeler, insan davranışlarını ve buna bağlı olarak politikalarını, ekonomik faktörler bakımından yeni uygulamalara yönelik girişimlerle düzenlenmişlerdir.

Davranışsal iktisat, psikoloji bilimi ve iktisat biliminin birlikte hareket etmesi sonucunda meydana gelen bir sosyal bilimdir. İktisat biliminin 18. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıktığı görülmektedir. Psikoloji bilimi ise 20. Yüzyılın başlarından itibaren bir bilim dalı olarak kabul edildiği görülmektedir. İktisat alanının ortaya çıkmasına neden olan klasik iktisat görüşüne göre iktisat alanında bireylerin davranışları pozitif bilimlerin etkisinde kalarak göz ardı edilmiştir. Neo-klasik iktisadi dönemde ise iktisat alanındaki insan davranışları yok sayılmıştır. “Marjinal” kavramın, bu dönemde ortaya çıkarak, iktisat alanını davranışsal yönden arındırıp pozitif bilimlere doğru kaydıracağı görülmüştür.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkan davranışsal iktisat alanı, teorilerinin kabul görmesiyle birlikte bilimsel açıdan kabul görmüştür. “Sınırlı rasyonellik” kavramı ile ilgili Herbert Simon’un gerçekleştirdiği çalışmalar bu alanda başlangıç olarak sayılmaktadır (Özer, 2016. s.177-179). Teorik açıdan davranışsal iktisada en önemli katkıları ise Amos Tversky ve Daniel Kahneman’ın verdiği görülmüştür. Richard Thaler ise davranışsal iktisat alanının gelişmesinde ve bu alandaki politikaların uygulanmasında rol oynayan son kişidir.

21. yüzyıla gelindiğinde dünya üzerinde var olan ülkeler, küreselleşmenin etkisiyle birlikte ekonomi açısından rekabette en üst düzeye gelmiştir. Evlilikle birlikte birçok

sosyal, ekonomik ve kültürel sorunun ortaya çıktığı görülmektedir. Evlilikte ortaya çıkan sorunları azaltmak için devlet, vakıf ve derneklere önemli görevler düşmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Devleti, evlilik kurumundaki sorunları gidermek için “Aile, sosyal ve hizmetler bakanlığı” bünyesindeki birimlerle ailelere maddi ve manevi destek hizmeti vermeye başlamıştır. Süre gelen zaman içerisinde ise bu kurumun, faaliyet alanlarını geliştirerek aile kurumunun ayakta kalabilmesi için önemli destekler verdiği görülmektedir.

Yapılan çalışmalara bakıldığında, İnsan davranışlarının karar alma yolunda sergilediği durumların detaylı olarak bilinmesi ve doğruya en yakın olan yönelimle karar süreçlerinin eksiksiz olarak ortaya konması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Literatür araştırmasına göre bireyler karar alırken çoğu zaman rasyonel davranmadıkları ve duygularıyla hareket ettikleri görülmektedir. Bu durum ise bireylerin karar verme aşamasında, uzman kişiler tarafından desteklenmesi gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamında literatür taramasındaki anket verileri incelendiğinde insanlar karar alırken kendi iradeleri dışında, psikolojik olarak etkilendikleri unsurlarla karar aldıkları sonucuna ulaşılmaktadır. İnsanların psikolojik olarak tercihlerde bulunmaları sonucunda ise çoğu zaman karar mekanizmalarında yanlış tercihlerde bulundukları görülmektedir. Yapılan literatür araştırmaları neticesinde ise davranışsal iktisat bağlamında, evlilikte tüketim harcamaları ve bireylerin karar alma tercihlerine yönelik yapılan çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akboz, A. & Samırkaş Komuşu, M. (2019). Davranışsal İktisat Bağlamında İnternet Alışverişleri Yapan Tüketicilerin Tüketim Tarzlarının Demografik Özellikler Bağlamında İncelenmesi: Mersin Örneği. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(3), s. 337-349.
- Akkuş, Ç. (2018). Turistik Satın Alma Karar Sürecinde Bedava Etkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), s. 386-403.
- Aktan, C. C., & Yavuzaslan, K. (2020). Davranışsal İktisat: Bireylerin İktisadi Karar ve Tercihlerinde Zihinsel, Duygusal ve Psikolojik Faktörlerin Analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Sayı: 12(2), s. 100-120.
- Albayrak, Ö., & Pinar, A. (2003). Refah İktisadının Teorik Temelleri: Piyasa Ve Refah İlişkisi.
- Arslan, M. (2018). Tüketici Davranışları Ve Tüketici Bilinci. *Harran Üniversitesi Birecik Meslek Yüksekokulu*. s. 83-86.
- Atatanır, H. (2010-2011), “Sosyal Güvenlik ve Aile Yardımı Uygulamaları” *Çalışma İlişkileri Dergisi*, Sayı:1, s. 151-152.
- Ayazıt Hayta, A. (2008). Ailelerin Tasarruf Ve Yatırım Eğilimlerinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Sayı:16 (2) , s. 345-358 .
- Aytekin, Ö. G. Y. E., & Aygün, M. (2016). Finansta Yeni Bir Alan “Davranışsal Finans”. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (2), s. 143-156.
- Baydaş, A., Gökdeniz, İ., Canitez, M., Güngör, T. (2008) “Tüketicinin Satın Alma Karar Sürecinde Aile Bireylerinin Etkinliğine Yönelik Bir Çalışma” *Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 69-88.
- Bakır, Y., & Kılıç, M. E. (2020), Yükseköğrenim Kredisi Kullanımının Davranışsal İktisat Perspektifinden İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*, s. 1-70.
- Bektaş, C. (2015). Sürü Psikolojisi. *Ayrıntı Dergisi*, 3. s.26.

- Bilir, H. (2017). Léon Walras: Neoklasik İktisadın" Fiziko-Matematiksel" Bir Bilim Olarak İnşası. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Sayı:13(13), s. 131-142.
- Cherchye, L., Demuynck, T., De Rock, B., & Vermeulen, F. (2017). Household consumption when the marriage is stable. *American Economic Review*, 107(6), 1507-1534.
- Çamlı, A. Y. (2020). Yeni bir toplum kuram dinamiği: Pratik-rasyonellik. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:22(1), s.14-27.
- Doru, F. (2020). Davranışsal İktisat ve Çıpalama Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*, s. 71-74.
- Dumludag, D., Gokdemir, O., Ruben, E., & Neyse, L. (2016). İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar, *İmge Kitabevi*.
- Durmaz, Y. & Bahar Oruç, R. (2011). “Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 37, s. 61-69.
- Eyce, B. (2014), “Tarihten Günümüze Türk Aile Yapısı”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Sayı:1 (4), s. 223-244 .
- Gacar, A. (2011). Türkiye’deki Beden Eğitimi ve Spor Öğretim Elemanlarının Karar Verme ve Atılganlık Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, *Doktora Tezi, Elazığ*. S. 14-16.
- Gal, M. S. ve Rubinfeld, D. L. (2015). The Hidden Costs of Free Goods: Implications for Antitrust Enforcement” *New York University Law and Economics Working Papers, Paper 403*, s. 1-58.
- Gökmen Köksal, C. & Tıgılı, M. (2018). “Türkiye’de Alışveriş Merkezlerinde Tüketim ve Tüketici Davranışları Üzerine Araştırmalar: Ulusal Makaleler ve Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İçerik Analizi” *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32 (4), s. 1189-1216.
- Hakan, T. A. N. İtibar Kavramında Reklamın Önemi Ve Reklamın Marka Dünyasına Etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, Sayı:9(2), s. 1-23.

- Herrnstein, R. J., & Prelec, D. (1991). Melioration: A theory of distributed choice. *Journal of Economic Perspectives*, Sayı:5(3), s. 137-156.
- Kama, S., (2013),“Osmanlı Hukukunda Evlilik Akdi Ve Söz Konusu Akdin 1869 Tarihli Tabiiyyet-i Osmaniyye Kanunnamesine Göre Osmanlı Tabiiyyetine Etkisi”, *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, Sayı:71 (1), s. 673-708 .
- Kamber, S. C. (2018). Davranışsal İktisat Ve Rasyonellik Varsayımı: Literatür İncelemesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Sayı:7(1), s.168-199.
- Kamilçelebi, H. (2019). *Davranışsal iktisat*. IJOPEC PUBLICATION.
- Koç, Ş. A. (2009). George Akerlof, Michael Spence ve Joseph Stiglitz’in asimetrik bilgi üzerine katkıları. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, Sayı:4(1), s. 113-1
- Kırlı, Ö. (2013). John Locke ve David Hume'un Epistemolojisi ve Beşeri Olanın İzahı. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 99-114.
- Küçüksucu, M., Konya, S., & Karaçor, Z. (2017, October). Davranışsal İktisat Ekseninde İktisatta Psikolojik Arka Plan. In *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)* (No. 2).
- Müderrişoğlu. F. (2009), Tüketici Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler Ve Ailede Satın Alma Kararının Verilmesi: Pilot Bir Araştırma. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Küresel Pazarlama Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. s. 1-124.
- Müller, J. ve Messelink, C.W. (2014). The Power of Free: Literature Study to the Zero Price Effect, Yayımlanmış Lisans Tezi, Erasmus University Rotterdam, Rotterdam.
- Özer, M. A. (2016). Herbert Simon’un Yönetim Bilimine Katkıları Üzerine Değerlendirmeler. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Sayı: 5(11), s. 160-185.
- Öztoprak, M (2011). Karar Destek Sistemlerinin İstihbarat Amaçlı Kullanımı ve 2005-2010 Arası Dönemde Türkiye ve İsrail’in Stratejik Karar Verme Modülü Yardımıyla İncelenmesi, Genel Kurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul*.
- Pehlivanoglu, F. & Şenveli. Ç. (2022). Davranışsal İktisat Çerçevesinde Rasyonel Modern Tüketici Davranışları Üzerinde Durumun Etkileri: Kocaeli Örneği. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24) (2), s.353-381.

- Sarpila, O. (2013). Appearance-related consumption among dating, cohabiting and married consumers: a comparison between men and women. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 23(1), s. 31-47.
- Selimoğlu Kardeş, S. & Çalışkan Özsözü, A. (2018), *Başarılı Ve Uzun Ömürlü Aile Şirketlerinin Yol Haritası: Aile Anayasası*, s. 44.
- Solak, T. (2019). Davranışsal İktisat Ve Bireylerin Karar Verme Sürecinde Ortaya Çıkan Gizli Tuzaklar Üzerine Bir İnceleme. *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi Ve Finans Anabilim Dalı (İnterdisipliner) Yüksek Lisans Tezi*, s. 37-38.
- Solomon E. Asch. (1956). “Studies of independence and conformity: I. A minority of one againsta unanimous majority.”, *Psychological Monographs: General and Applied*, 70. No.9, (1956): s.1-70.
- Şener, A. & Terzioğlu, G. (2008). “Bazı Sosyo Ekonomik ve Demografik Değişkenler İle İletişimin Eşler Arası Uyuma Etkisinin Araştırılması”, *Aile ve Toplum-Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi*. s. 7.
- Şimşek, H. (2018). Davranışsal İktisadın Politika Yapımına Etkisi. *Ijopec Publication*.
- Şimşek, H. & Kurt, M. (2019) “Tüketim Eğiliminin Davranışsal İktisat Açısından İncelenmesi: Batman Üniversitesi Örneği”, s. 8-123.
- Tekin, B. (2016). Beklenen Fayda ve Beklenti Teorileri Bağlamında Geleneksel Finans-Davranışsal Finans Ayırımı/Traditional Finance-Behavioral Finance Distinction in the Context of Expected Utility and Prospect Theories. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, Sayı:2(4), s. 75.
- Toigonbaeva, D., & Eser, R. (2011). Psikoloji ve İktisadın birleşimi olarak, Davranışsal İktisat. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), s. 287-321.
- Ulukan, C. (1999), “Aile İşletmelerinde Büyüme Süreci”, *Doktora Tezi*, s. 53-96.
- Yeşim, C. A. N. (2012). İktisatta Psikolojik İnsan Faktörü: Davranışsal İktisat. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, Sayı:4(2), s. 91-98.
- Yiğit, A. G. (2018). Davranışsal İktisadın Anlaşılmasına Yönelik Bir Literatür Taraması. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:16(2), s.161-190.

- Yöney, F. (2015). “Ahlak Felsefesinde Olgu-Değer Ayrımı ve Nesnelci Ahlaki Realizm Açısından Değerlendirilmesi”. Felsefe / Düşünce Dergisi, Sayı:61, s. 243.
- Zissimopoulos, JM, Karney, BR ve Rauer, AJ. (2015). “İleri yaşlarda evlilik ve ekonomik refah.” *Hanehalkı Ekonomisinin Gözden Geçirilmesi* , 13 (1), s.1-35.

İnternet Kaynakları:

- ASHB (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı), <https://www.aile.gov.tr/>
- MISSOC (2011). Avrupa Birliği’nin Sosyal Koruma Konusunda Karşılıklı Bilgilendirme Sistemi, <https://missoc.org/>
- Çukurova Üniversitesi (2015). İktisat Bölümü Nobel Ödüllü İktisatçılar: <http://iktisat.cu.edu.tr/tr/detay.aspx?pageId=1529>
- Ergüden, A. Engin, (2022) “ Aile Şirketlerinin Temel Özellikleri ile Avantaj ve Dezavantajları”, *Halkbank-Kobi-2022*.
<https://www.halkbankkobi.com.tr/tr/uzmaninadanisin/makaleler/muhasebe-ve-denetim/Aile-Sirketlerinin-Temel-Ozellikleri-ile-Avantaj-ve-Dezavantajlari.html>
- İndiana Üniversitesi (2022). <https://polisci.indiana.edu/research/elinor-ostrom.html>
- Sosyal Güvenlik ve Aile Yardımı Uygulamalar
http://ec.europa.eu/employment_social/missoc/db/public/compareTables.do?lang=en
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), <https://www.tuik.gov.tr/>

Kitap:

- Adler, A. (2016). Yaşamın Anlam ve Amacı. Çeviri: K. Şipal. *İstanbul: Say Yayınları*. s. 303-304.
- Blow, L., Browning, M., & Ejrnæs, M. (2009). “Marriage and consumption”. *CAM, Centre for Applied Microeconometrics*. s. 1-30.
- Cialdini, Robert B. İknanın Psikolojisi- Çeviri: Yasemin Fletcher. s. 27-29.

- Dumludağ ve Gökdemir, (2015). “İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar”. *İstanbul: İmge Kitabevi*. s. 37-38.
- Ersoy, A. (2008). İktisadi Teoriler ve Düşünceler Tarihi. *Ankara: Nobel Yayınevi*.
- Grossbard, S. A. (2015). The Economics of Marriage. *Edward Elgar Pub. Limited*. s. 1-336.
- İstanbul Kültür Üniversitesi 3. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı. (2008). s.4-7.
- Dew, J. (2008). Marriage and finance. *Handbook of consumer finance research*, s. 337-350.
- Kahneman, D. (2018). Hızlı ve Yavaş Düşünme. *Varlık Yayınları*. s. 160-340.
- Kılıç, M. (2021). İktisadi Konulara Davranışsal Yaklaşım. “Evlilik Üzerine Davranışsal İktisat Perspektifinden Bir Değerlendirme”, *Gazi Kitabevi*. s. 113-132.
- Keskin, S. & Mehmet, B., (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. *Gazi üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*, 17(3), s. 51-69.
- Smith, A. (2017). “Ahlaki Duygular Kuramı”. (B. Tartıcı, Çev.) *İstanbul: Liber Plus Yayınları*.
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2011). Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri. *Ankara: Anı Yayıncılık*.
- Şarlak, Z. (2012), “Aile Bütçesi ve Kaynak Yönetimi” Kitabı, s. 7-8 .
- Şimşek H. “Davranışsal iktisadın politika yapımına etkisi kitabı”.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2018). Dürtme, (Çev: Enver Gürsel). *İstanbul: Pegasus Yayıncılık*.