



**DAVRANIŞSAL İKTİSAT ÇERÇEVESİNDE
SAHİPLENME ETKİSİNİN NESNE İLE GEÇİRİLEN
SÜRE BAĞLAMINDA DENEYSEL OLARAK
İNCELENMESİ**

Muhammed İkbâl TEPELER

**Doktora Tezi
İktisat Ana Bilim Dalı
Prof. Dr. Yusuf AKAN
2023
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

Muhammed İkbâl TEPELER

DAVRANIŞSAL İKTİSAT ÇERÇEVESİNDE SAHİPLENME ETKİSİNİN
NESNE İLE GEÇİRİLEN SÜRE BAĞLAMINDA DENEYSEL OLARAK
İNCELENMESİ

DOKTORA TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Prof. Dr. Yusuf AKAN

ERZURUM - 2023



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum Davranışsal İktisat Çerçevesinde Sahiplenme Etkisinin Nesne ile Geçirilen Süre Bağlamında Deneysel Olarak İncelenmesi" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☒ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

[15.11.2023]

Muhammed İkbâl TEPELER

Ashlı Islak İmzalıdır

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Prof. Dr. Yusuf AKAN danışmanlığında, Muhammed İkbâl TEPELER tarafından hazırlanan bu çalışma 26 / 10/ 2023 tarihinde savunulmuş ve İktisat Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Prof. Dr. Fehim BAKIRCI	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Yusuf AKAN	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Bilge KÖKSEL	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Ergün AKTÜRK	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Halim TATLI	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır

Prof. Dr. Sait UYLAŞ
Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
KISALTMALAR DİZİNİ	VII
ŞEKİLLER DİZİNİ	VIII
GRAFİKLER DİZİNİ	IX
TABLolar DİZİNİ	X
ÖN SÖZ.....	XII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSATIN TEORİK ÇERÇEVESİ

1.1. DAVRANIŞSAL İKTİSAT	6
1.1.1. Davranışsal İktisadın Kapsamı	9
1.1.2. Davranışsal İktisadın Amacı	9
1.1.3. Davranışsal İktisatta Birey Davranışı.....	10
1.1.4. Davranışsal İktisadın Gelişimi	11
1.2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE ANA AKIM İKTİSADIN	
KARŞILAŞTIRMASI.....	12
1.3. DAVRANIŞSAL İKTİSADIN TARİHÇESİ	15
1.3.1. Davranışsal İktisadın Geçmişi.....	15
1.3.2. İktisadın Matematik ile Buluşması.....	18
1.3.3. Bir Yaklaşım Olarak Davranışsal İktisat.....	21
1.3.3.1. Birinci Kuşak Davranışsal İktisat	22
1.3.3.2. İkinci Kuşak Davranışsal İktisat.....	26
1.4. RASYONALİTE	29
1.4.1. Rasyonalite Tanımları	31
1.4.1.1. Araçsal Rasyonellik.....	31
1.4.1.2. Epistemik Rasyonellik.....	32
1.4.1.3. Teorik Rasyonalite.....	32
1.4.1.4. Prosedürel Rasyonalite	33
1.4.1.5. Tözel Rasyonalite	34

1.4.2. Rasyonel Birey	34
1.4.3. Rasyonalliteyi Engelleyen Faktörler	35
1.5. BEKLENTİ TEORİSİ	39
1.5.1. Beklenti Teorisini Açıklayan Etkiler.....	40
1.5.1.1. Kesinlik Etkisi	40
1.5.1.2. Yansıma Etkisi.....	42
1.5.1.3. Çerçeveleme Etkisi	42
1.5.2. Beklenti Teorisinin Temeli.....	44
1.5.2.1. Değer Fonksiyonu	44
1.5.2.2. Ağırlıklandırma Fonksiyonu.....	45
1.5.3. Kısa Yollar ve Yanlılıklar	46
1.5.3.1. Temsiliyet Yanlılığı.....	46
1.5.3.2. Bulunabilirlik Yanlılığı.....	47
1.5.3.3. Ayarlama ve Çıpalama Yanlılığı	47
1.5.4. Sahiplenme Etkisi.....	49
1.5.5. Zihinsel Muhasebe	49
1.5.6. Batık Maliyet Etkisi	50
1.6. DAVRANIŞSAL POLİTİKALAR	50

İKİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSATTA SAHİPLENME ETKİSİ

2.1. SAHİPLİĞİN ÖNEMİ.....	54
2.2. SAHİPLENME ETKİSİ NEDİR?	55
2.3. KABUL ETMEYE İSTEKLİLİK (WILLINGNESS TO ACCEPT-WTA) VE ÖDEMEYE İSTEKLİLİK (WILLINGNESS TO PAY- WTP).....	57
2.4. SAHİPLENME ETKİSİNİN ÖNEMİ.....	58
2.5. SAHİPLENME ETKİSİNİN MÜBADELEYİ BOZUCU ETKİSİ	60
2.6. BEKLENTİ TEORİSİ VE SAHİPLENME ETKİSİ.....	61
2.6.1. Kayıptan Kaçınma.....	62
2.6.2. Referansa Bağlı Tercihler.....	65
2.6.3. Statüko Ön yargısı	66
2.7. SAHİPLENME ETKİSİNİN ÖLÇÜMÜ	67

2.8. SAHİPLENME ETKİSİ VE MALLARIN TÜRÜ	68
2.9. SAHİPLENMENİN KAPSAMI.....	70
2.9.1. Yasal Sahiplik ve Psikolojik Sahiplik	71
2.9.1.1. Yasal Sahiplik.....	71
2.9.1.2. Psikolojik Sahiplik.....	72
2.9.1.3. Sahiplik Algısı.....	73
2.10. BENLİK- KİMLİK, ÖZ UYUM TEORİSİ VE GENİŞLETİLMİŞ BENLİK HİPOTEZİ	74
2.11. ÇOCUKLARDA SAHİPLENME ETKİSİ.....	77
2.12. SAHİPLENME ETKİSİ İLE İLGİLİ FAKTÖRLER.....	78
2.12.1. Ticari Deneyim ve Nesne ile Geçirilen Süre.....	78
2.12.2. Emek ve Çaba.....	79
2.12.3. Nesneyle Duygusal Bağ	80
2.12.4. Kültürel Fark	82
2.12.5. Psikolojik Faktörler	82
2.12.6. Duygusal Faktörler	83
2.13. SAHİPLENME ETKİSİ İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR	84

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAHİPLENME ETKİSİNDE NESNE İLE GEÇİRİLEN SÜRENİN DENEYSEL OLARAK İNCELENMESİ

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ	96
3.2. ÇALIŞMANIN HİPOTEZLERİ	97
3.3. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI VE KISITLARI	97
3.3. ÇALIŞMANIN TASARIMI	97
3.4. ÇALIŞMANIN BULGULARI	101
3.4.1. Sahiplenme Etkisinin Anlık Ölçümüne ait Bulgular.....	102
3.4.2. Sahiplenme Etkisinin Anlık ve 10 Gün Sonraki Ölçümüne ait Bulgular.....	108
3.4.3. Sahiplenme Etkisinin 10 Gün Sonraki Ölçümüne ait Bulgular.....	119
3.4.4. Sahiplenme Etkisinde Nesneyle Geçirilen Zaman Faktörünün Analizi.....	125
3.4.5. Senaryolar İtibariyle Sahiplenme Etkisi Ortalamalarının Karşılaştırılması	127
3.4.6. WTA Fiyatının Nedeninin Nitel Bulguları.....	128

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	133
KAYNAKÇA	137
EKLER.....	167
EK 1. Etik Kurul Onay Belgesi.....	167
EK 2. Deney Formları	168
EK 3. Deneyde Kullanılan Atatürk Üniversitesi Logolu Detoks Filtreli Su Şişesi...	172
ÖZGEÇMİŞ.....	173



ÖZET**DOKTORA TEZİ****DAVRANIŞSAL İKTİSAT ÇERÇEVESİNDE SAHİPLENME ETKİSİNİN
NESNE İLE GEÇİRİLEN SÜRE BAĞLAMINDA DENEYSEL OLARAK
İNCELENMESİ****Muhammed İkbal TEPELER****Tez Danışmanı: Prof. Dr. Yusuf AKAN****2023, 173 Sayfa****Juri: Prof. Dr. Yusuf AKAN****Prof. Dr. Fehim BAKIRCI****Prof. Dr. Bilge KÖKSEL****Doç. Dr. Ergün AKTÜRK****Doç. Dr. Halim TATLI**

Bu tez çalışmasında, davranışsal iktisadın temel yapı taşlarından beklenti teorisindeki psikolojik önyargılardan biri olan sahiplenme etkisi kapsamında, sahip olunan nesne ile geçirilen sürenin sahiplenme etkisini artırıp artırmadığının araştırılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, hem geçirilen sürenin etkisi hem de cinsiyet, risk sevme durumu, bölüm, gelir seviyesi ve kişisel eşyaya verilen önem değişkenlerine göre sahiplenme etkileri ölçülmüştür. Çalışmada; sadece anlık, anlık ve 10 gün sonra, sadece 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçüldüğü üç farklı senaryo bulunmaktadır. Bu kapsamda, Atatürk Üniversitesi kampüsündeki 300 öğrenciye saha deneyi yapılarak WTA-WTP değerlendirme paradigması yöntemi kullanılmıştır.

Çalışma sonucunda, bütün senaryolarda sahiplenme etkisinin varlığı görülmektedir. Öte yandan nesne ile geçirilen 10 günün sonunda sahiplenme etkisinin anlamlı bir şekilde yüksek çıktığı görülmektedir. Ayrıca, sadece 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçüldüğü senaryo en yüksek sahiplenme etkisinin görüldüğü senaryo olmuştur. Burada, katılımcıların referans fiyatlarından etkilendiği sonucuna ulaşabiliriz. Bunun yanında, değişkenler bağlamında sahiplenme etkisi incelendiğinde, bütün senaryolarda kadınların erkeklere göre daha fazla sahiplenme etkisi gösterdiğini, risk sevme durumuna bakıldığında anlık sahiplenme durumunda risk sevenlerin daha fazla sahiplenme etkisi gösterirken 10 gün sonra ölçülen durumlarda riskten kaçan katılımcıların daha fazla sahiplenme etkisi gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kişisel eşyalarına çok önem veren katılımcılar da 10 gün sonraki ölçülen sahiplenme etkisi değerleri kişisel eşyalarına önem veren katılımcılara göre daha fazladır. Öğrencilerin bölümlerine göre incelendiğinde, bütün senaryolarda fen bölümlerindeki öğrencilerde sahiplenme etkisi en az değerde görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sahiplenme etkisi, WTA-WTP, Beklenti Teorisi, Kayıptan Kaçınma

ABSTRACT**Ph. D. DISSERTATION****AN EXPERIMENTAL EXAMINATION OF THE ENDOWMENT EFFECT IN
THE CONTEXT OF TIME SPENT WITH AN OBJECT WITHIN THE
BEHAVIOURAL ECONOMICS FRAMEWORK****Muhammed İkbāl TEPELER****Advisor: Prof. Dr. Yusuf AKAN****2023, 173 pages****Jury: Prof. Dr. Yusuf AKAN****Prof. Dr. Fehim BAKIRCI****Prof. Dr. Bilge KÖKSEL****Assoc. Prof. Dr. Ergün AKTÜRK****Assoc. Prof. Dr. Halim TATLI**

In this thesis study, the aim is to investigate the endowment effect within the scope of the psychological biases in the fundamental of behavioral economics, particularly in the context of the endowment effect, with a focus on whether the time spent with the owned object increases the endowment effect. To achieve this goal, the effects of both the time spent and variables such as gender, risk propensity, department, income level, and the importance attached to personal belongings on the endowment effect were measured. The study includes three different scenarios in which the endowment effect was measured: immediate, immediate and 10 days later, and only 10 days later. In this context, a field experiment was conducted on 300 students at Atatürk University campus using the WTA-WTP valuation paradigm method.

The results of the study indicate the presence of the endowment effect in all scenarios. Furthermore, it is observed that the endowment effect is significantly higher after 10 days of possession of the object. Additionally, the scenario where the endowment effect was measured only 10 days later yielded the highest endowment effect. This suggests that participants are influenced by their reference prices. In addition, when examining the endowment effect in terms of variables, it is found that women exhibit a higher endowment effect than men in all scenarios. Regarding risk propensity, it is observed that in the immediate endowment scenario, those who are risk-averse exhibit a higher endowment effect, whereas in the scenarios measured after 10 days, participants who are risk-averse show a higher endowment effect. Participants who attach great importance to their personal belongings also exhibit higher endowment effect values after 10 days compared to participants who do not attach as much importance to their personal belongings. When students are examined by their departments, it is observed that students in the science departments exhibit the lowest endowment effect values in all scenarios.

Keywords: Endowment Effect, WTA-WTP, Prospect Theory, Risk Aversion

KISALTMALAR DİZİNİ

fMRI	: Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme
WTA	: Willingness to Accept
WTP	: Willingness to Payment
ETS	: Emisyon Ticaret Sistemi



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Beklenti Teorisinde Değer Fonksiyonu	45
Şekil 1.2. Beklenti Teorisinde Ağırlıklandırma Fonksiyonu	46
Şekil 2.1. Kayıptan Kaçınmanın Beklenti Teorisine Uyarlanması	64
Şekil 2.2. Benlik Uyumu ile Sahiplenme Etkisinin Beklenti Teorisi Gösterimi	76



GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 4.1. Risk Sevme durumu	103
Grafik 4.2. Kişisel Eşyalara Verilen Önem.....	103
Grafik 4.3. Cinsiyet Durumu	104
Grafik 4.4. Bölüm Sınıflandırması.....	104
Grafik 4.5. Kişisel Gelir Seviyeleri.....	105
Grafik 4.6. Risk Sevme Durumu.....	109
Grafik 4.7. Kişisel Eşyalara verilen Önem	110
Grafik 4.8. Cinsiyet Durumu	110
Grafik 4.9. Bölüm Sınıflandırma	111
Grafik 4.10. Kişisel Gelir Seviyeleri.....	111
Grafik 4.11. Risk Sevme Durumu.....	120
Grafik 4.12. Kişisel Eşyalara Verilen Önem	121
Grafik 4.13. Cinsiyet Durumu	121
Grafik 4.14. Bölüm Sınıflandırma	122
Grafik 4.15. Kişisel Gelir Seviyeleri.....	122

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 4.1 Sahiplenme Etkisi Anlık Ölçülen Öğrencilerin Frekans Dağılımları	102
Tablo 4.2. Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi İstatistiki Değerleri.....	105
Tablo 4.3. Risk Durumuna Göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi	106
Tablo 4.4. Cinsiyete Durumuna göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi	106
Tablo 4.5. Bölümlere göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi.....	106
Tablo 4.6. Gelir Seviyesine Göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi	107
Tablo 4.7. Eşyaya verilen Önem Seviyesine göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi ..	107
Tablo 4.8. Sahiplenme Etkisi Anlık ve 10 Gün Sonra Ölçülen Öğrencilerin Frekans Dağılımları	108
Tablo 4.9. Anlık ve 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi İstatistiki Değerleri....	111
Tablo 4.10. Risk Sevme Durumuna Göre Sahiplenme Etkisi	112
Tablo 4.11. Kişisel Eşyaya Verilen Önem Durumuna Göre Sahiplenme Etkisi	113
Tablo 4.12. Cinsiyete Göre Sahiplenme Etkisi	115
Tablo 4.13. Bölümlere Göre Sahiplenme Etkisi.....	116
Tablo 4.14. Gelir Seviyelerine Göre Sahiplenme Etkisi	117
Tablo 4.15. Sahiplenme Etkisi 10 Gün Sonra Ölçülen Öğrencilerin Frekans Dağılımları	119
Tablo 4.16. 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi İstatistiki Değerleri.....	122
Tablo 4.17. Risk Durumuna Göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi	123
Tablo 4.18. Cinsiyete Durumuna göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi	123
Tablo 4.19. Bölümlere göre 10 gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi	124
Tablo 4.20. Gelir Seviyesine Göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi	124
Tablo 4.21. Eşyaya verilen Önem Seviyesine göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi	125
Tablo 4.22. Anlık ve 10 Gün Sonra Sahiplenme Etkisi	126
Tablo 4.23. Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi	126
Tablo 4.24. Normallik Testi	126
Tablo 4.25. Mann-Whitney U Testi	127
Tablo 4.26. Senaryolar İtibariyle Sahiplenme Etkisi Ortalamaları	127
Tablo 4.27. 1.Senaryoda (Anlık) Belirlenen Fiyatın Nedeni.....	129
Tablo 4.28. 2.Senaryoda (Anlık) Belirlenen Fiyatın Nedeni.....	130

Tablo 4.29. 2.Senaryoda (10 gün sonra) Belirlenen Fiyatın Nedeni 130

Tablo 4.30. 3. Senaryoda (10 gün sonra) Belirlenen Fiyatın Nedeni 131



ÖN SÖZ

Uzun ve titiz bir araştırma sürecinin ürünü olan bu çalışma, bilgiye ulaşma, verileri analiz etme ve sonuçları çıkarma süreçlerinde özveriyle yürütülen emek dolu bir çabanın sonucunu yansıtmaktadır. Umarım bu tez davranışsal iktisat alanında gelecekteki araştırmacılara ilham kaynağı olur.

Öncelikle doktora eğitimim boyunca bana yol gösteren, tecrübelerini aktaran, kendisinden öğreneceğim daha çok bilgi ve tecrübenin sahibi, tez çalışmamın başından sonuna kadar danıştığım, danışman hocam Prof. Dr. Yusuf AKAN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Bunun yanında, tez komitemde yer alan tez hakkında fikirleriyle bana yön veren, destekleri ve önerileriyle tezin sonuçlanmasına katkı sunan Prof. Dr. Fehim BAKIRCI ve Doç. Dr. Ergün AKTÜRK'e teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca, tez savunmamdaki jüri üyelerimden Prof. Dr. Bige KÖKSEL ve Doç. Dr. Halim TATLI'ya da katkı ve yönlendirmeleri için çok teşekkür ederim.

Eğitim hayatımın her diliminde varlıklarıyla beni bu günlere getiren Anneme ve Babama minnettarım. Onların fedakârlıkları ve güçlü rehberlikleri sayesinde bu tez çalışmasını tamamlamak benim için onurdur.

Son olarak, her zaman yanımda bana güç veren, tezimin en zorlu süreçlerinde sabrı ve inancıyla beni cesaretlendiren kıymetli eşim Semanur TEPELER'e, tanıdığım ilk günden beri çalışkanlığı ve erdemli davranışlarıyla beni motive eden Şifanur'a ve tezimin son dönemlerinde dünyaya gelen canım oğlum Cihangir'e sevgi ve şükranlarımı sunuyorum.

Erzurum – 2023

Muhammed İkbâl TEPELER

GİRİŞ

Sosyal bilimlerin temelinde yer alan insan, iktisat biliminin de temelini oluşturmaktadır. Günümüz küresel sistemindeki değişim, teknolojik gelişmeler, krizler, savaşlar, yeni doğal kaynakların bulunması gibi faktörlerle birlikte insanı temeline oturtan iktisat biliminin değişmesine ve gelişmesine zemin hazırlamıştır. Öte yandan iktisat bilimi, dönemin koşullarına ayak uydurup bazı değişim ve gelişimlere de direnç göstermiştir. Burada bahsi geçen direnç, sosyal bir bilim olması ve insanı temeline almasına rağmen gelişimlerini Newton fiziği ve matematikle ilerleten ve kendini bu şekilde kabul ettiren bir bilim alanı olmasıdır. Friedman'a göre; iktisat, reel ekonomik sorunlar ile ilgilenmektense gittikçe matematiğin gizemli bir kolu haline gelmiştir (Taylor, 2001). Bir fizikçi aynı kuvvetle aynı yönde fırlatılan bir taşın İstanbul'da da Londra'da da aynı şekilde hareket edeceğini söyleyebilir fakat bu iki şehirdeki firmaların aynı biçimde davranacağını söyleyemez (G. T. Acar, 2016). Nihayetinde bu durumun nedeni insan davranışlarının farklılık gösterebilmesidir.

Matematiği bir araç değil amaç haline getiren iktisat, mekanikleştikçe karmaşık iktisadi denklemler ortaya attıkça gerçek yaşamdan kopmakta ve insan davranışlarını açıklama gücü zayıflamaktadır. Öte yandan iktisat, insanı bir bilgisayar veya robot gibi sistematikleştirip davranışlarını önceden tahmin edilen bir varlık konumuna getirmiştir. İktisadi insan (homoeconomicus) olarak tanımlanan birey, zihinsel kapasitesini maksimum düzeyde kullanan, hata yapmayan, mükemmel, akıllıca düşünebilen ve hesaplama gücü yüksek bir şekilde tanımlanmıştır. Ancak günümüz koşulları ve dünyanın hızlı bir şekilde değişmesi bu tanımlamaları zayıf bulmakta ve gerçek yaşama ayak uydurabilecek yaklaşımların elzem olduğunu göstermektedir.

Ana akım iktisat artık toplumsal düzenin beklentilerine tam karşılık gelememekte ve yeni bir iktisadi anlayışın elzem olduğu görülmektedir. İktisadın günümüze kadar geldiği süreçte insanın davranışlarına önem verip sınırlı bilişsel kapasitesinin olduğunu, hata yapabildiğini, irrasyonel davranışları olabildiğini öne süren iktisadi anlayış davranışsal iktisat yaklaşımı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Davranışsal iktisadın savunduğu düşünce yapısı klasik iktisat yaklaşımının başlangıcından beri bulunmaktadır. Adam Smith'in Milletlerin Zenginliği eserinden önceki Ahlaki Duygular Kuramı'nda empati, karşılıklılık gibi olgulardan bahsetmesi

iktisadın temelinde insan davranış ve psikolojisinin olduğunu bize göstermektedir (A. Smith, 2010). Ancak yukarıda da belirtildiği üzere bir bilim olarak kendini dönemin hâkim olduğu fizik bilimine yaklaştırması psikolojik faktörleri dışarıda tutmasına sebep olmuştur. Birçok iktisatçı –Smith, Mill, Bentham, Duesenberry, Galbraith, Liebenstein gibi- psikolojik faktörlerin iktisatın içerisinde olmasını dile getirmiştir. Ancak, bunların hiç birisi davranışsal iktisat okuluna dâhil edilememiştir.

Davranışsal iktisadın bir okul olarak kabulü Katona, Simon, Kahneman ve Tversky ve Thaler gibi iktisatçılar ile başlamıştır. Davranışsal iktisat iki farklı yaklaşım esasına dayanarak erken dönem ve yakın dönem davranışsal iktisat okulu olarak karşımıza çıkmıştır. Erken dönem yaklaşım ana akımın reddine ve alternatif model arayışına odaklanmaktayken, yakın dönem araştırmalara bakıldığında standart modelin ana yapısını bozmadan bilişsel sınırlılıklar ve sapmalara göre varsayımlar düzenlenip alternatif teoriler yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır (E. Ruben & Dumludağ, 2015).

Herbert Simon’un öne çıkardığı sınırlı rasyonellik yaklaşımı ile harekete geçen davranışsal iktisat için dönüm noktası Kahneman ve Tversky tarafından ortaya atılan Beklenti Teorisi olmuştur. Beklenti teorisi, geleneksel olan normatif teorinin “mükemmel insan” varsayımına dayalı yapmış olduğu değerlendirmenin çoğu durumda başarısız olduğunu ileri sürmüştür. Beklenti teorisi ile insanlar psikolojik bazı yönelimlere sahip olurlar ve bilişsel kabiliyetleri kısıtlıdır ve bu yönelim ve kısıtlılıklar istisna değil kural olmaktadır. Bir başka şekilde ifade edilecek olursa bireyler, psikolojik eğilim ve bilişsel sınırlılıkları nedeniyle sistematik olarak hata yapmaktadırlar. Thaler beklenti teorisini ortaya koyduğu bu sonuçlar temelinde ilerletir. Thaler, normatif teorinin mükemmel insanıyla beklenti teorisinin hata yapan insanı arasındaki farkı “econ”lar ve “insan” lar olarak ifade etmektedir (Earl, 2018). Beklenti teorisinin insanları basitçe “insan”dır, hata yapar, sahip olduğu bilgileri son donanımlı bilgisayar gibi işleyemez, tutkuları vardır – homo sapiens’dir-; Normatif iktisadın insanı ise “econ” dur, kurgusal bir varlıktır, durumu çok iyi analiz eder, her bilgiyi çok iyi işlemektedir ve tutkuları bulunmamaktadır- homo economicus’dur. Simon, Kahneman-Tversky ve Thaler’ın çalışmaları dikkate alındığında, baskın iktisadi düşüncenin temelindeki insan varsayımının hatalı olduğu söylenebilir. Baskın iktisadın öne sürdüğü insan mükemmel bir varlıktır, “econ” dur, kurgusal bir varlıktır, akıl almaz bir muhakeme yeteneğine sahiptir ve tutkuları bulunmamaktadır, homo economicus’dur. Davranışsal iktisadın varsaydığı insan ise

sadece “insandır”, hata yapabilir, mükemmel bir analiz kabiliyeti yoktur ve tutkuları vardır-“homo sapiens”tir (Kırmızıaltın, 2018).

Beklenti teorisi ile birlikte davranışsal iktisatta birtakım davranışsal ön yargı, kısayollar ve anomaliler öne sürülmüştür. Davranışsal iktisatta en sağlam ve yaygın olarak belirtilen anomalilerden birisi, bireylerin bir nesneden vazgeçmek için onu elde etmek için ödeyeceklerinden daha fazlasına ihtiyaç duyduğu, sahiplenme etkisi adı verilen bir tercih modelidir (Walasek vd., 2018). Bu tercih modeli genellikle beklenti teorisi (Kahneman & Tversky, 1979) kullanılarak açıklanmaktadır. Thaler (1980) tarafından ortaya atılan bir terim olan sahiplenme etkisi davranışsal iktisatta çok sayıda çalışmada araştırılmıştır. Bu güçlü etki, bireylerin sahip oldukları bir maldan/hizmetten vazgeçmek için sahip olmadıkları aynı mal/hizmet elde etmek için ödemeye razı olacaklarından daha fazla miktar beklmeleri olgusunu ifade etmektedir (Nash & Rosenthal, 2014).

Samuelson & Zeckhauser (1988), sahiplenme etkisinin bir başka biçimi olan bu olguyu “statüko yanlılığı” olarak adlandırmışlardır. Kişi hâlihazırda sahip olduğu mülk ve hakları elinde tutma eğilimlidir ve onlara hiç sahip olmayanlardan daha fazla değer vermektedir (R. Thaler, 1980). Sahiplenme etkisi aynı zamanda referansa bağlı tercihlere kanıt olarak karşımıza çıkmaktadır (Ashtiani vd., 2021). Referans bağımlılığı, bir malın subjektif değerinin karar vericinin mevcut referans noktasına bağlı olduğu anlamına gelmektedir (Kogler vd., 2013).

Sahiplenme etkisine ilişkin çalışmaların genelinde bu olgunun kayıptan kaçınma ön yargısı ile ilişkilendirmiştir. Açıklamak gerekirse, bir nesneye sahip olmanın referans noktasını değiştirdiği ve statüko olduğu böylece onu satmanın potansiyel bir kayıp olarak görüldüğü varsayılmaktadır (Pachur & Scheibehenne, 2017). Bir nesneden vazgeçmek (satmak) bir kayıp ve bir nesneyi elde etmek (satın almak) bir kazanç olarak algılanabileceğinden, çok yüksek satış fiyatları ve çok düşük alış fiyatı teklifleri kayıptan kaçınma olgusu ile açıklanabilir (Kahneman vd., 1990). Bir şeyleri kaybetmek, onları kazanmanın verdiği zevkten daha acı vericidir (Votinov vd., 2022). Kayıptan kaçınma riskli ve risksiz tercihlerde görülebilmektedir. Risksiz durumda görülen kayıptan kaçınmanın davranışsal iktisattaki örneği sahiplenme etkisidir. Kayıptan kaçınmayı ve

sınırlarını iyi bilmek, yöneticilerin ve tüketicilerin pazarda nasıl faaliyet gösterdikleri konusunda önemli sonuçlara sahip olabilir (Novemsky & Kahneman, 2005).

Sahiplenme etkisi kapsamında kayıptan kaçınma ve genişletilmiş benlik hipotezi kavramları birbirleriyle rekabet halinde ilerlemektedir. Morewedge vd. (2009), çalışmalarında hâlihazırda aynı kupaya sahip olan alıcılar ve olmayan alıcılar arasında kupaların değerlerini karşılaştırdılar. Bir alıcı aynı kupaya sahip olduğunda sahiplenme etkisinin görülmediğini, bu da sahiplenme etkisinin kayıptan kaçınmadan kaynaklanmadığını ve genişletilmiş benlik teorisiyle daha uyumlu olduğunu göstermektedir.

Sahiplik değerlemelerinin benlik değerlemeleriyle bağlantılı olduğu ileri sürülmektedir (Gawronski vd., 2007). Bir eşyaya sahip olmak, eşya ile benlik arasında bir ilişki yaratarak (Morewedge vd., 2009) eşyanın sahibi için değerini artırmaktadır. Bu etki ekonomi ve psikoloji literatüründe vurgulanmıştır ve çeşitli nesneler için ampirik olarak kanıtlanmıştır (Martinez vd., 2011). Satıcıların, sahip olunan ürüne olan duygusal bağlılıklarının algılanan kayıplarını artırdığını ve talep ettikleri fiyatlarını yükselttiğini göstermektedir (E. Y. Chan, 2015).

Sahiplenme etkisi üzerinde sahiplik süresinin de etkisi bulunmaktadır. Çalışmaların çoğunda sahiplik süresinin sahiplenme etkisini artıracağını öne sürülmektedir. Örneğin, Strahilevitz ve Loewenstein (1998) kısa vadede mallara ilişkin değerlemenin sahiplik süresiyle arttığını bulmuşlardır. Bu süre uzadıkça dolayısıyla deneyimlenme arttıkça sahiplenme etkisi azalabilir. List (2003, 2004), doğal olarak oluşan bir piyasada deneyimli tüccarların herhangi bir sahiplenme etkisi göstermediğini göstermişlerdir.

Sahiplenme etkisi değer düşüklüğü yöntemi (WTA^1-WTP^2) (Brown, 2005; Sayman & Öncüler, 2005) ve oran yöntemi (WTA/WTP) (Horowitz & McConnell, 2002; Plott & Zeiler, 2005) olarak iki ana yaklaşım ile ölçülmektedir. Her iki yöntemde de WTA ve WTP aynı olguyu ölçmektedir. Değer düşüklüğü yöntemine göre fark sıfırdan büyükse, oran yönteminde ise WTA/WTP birden büyükse sahiplenme etkisinin varlığından söz edebiliriz.

¹ Willingness to Accept (Kabul Etmeye İsteklilik)

² Willingness to Payment (Ödemeye İsteklilik)

Çalışmanın temel amacı nesne ile geçirilen sürenin sahiplenme etkisini artırıp artırmadığını tespit etmektir. Bu bağlamda sahiplenme etkisinin varlığının ortaya koyulması, kayıptan kaçınma ile ilişkili olarak risk durumunun, eşya ile duygusal bir bağ kurmasıyla ilişkili olarak kişisel eşyaya verilen önemin ve kişinin zihinde oluşan referans fiyatın sahiplenme etkisini nasıl etkilediği çalışmanın alt amaçlarındandır. Öte yandan çeşitli demografik (cinsiyet, gelir düzeyi, bölüm..) değişkenleri de esas alarak sahiplenme etkisi ile ilgili betimleyici sonuçlar ortaya koymak da çalışmanın amaçları arasındadır.

Çalışma kapsamında saha deneyi uygulanmıştır. Saha deneyi, Atatürk Üniversitesi kampüsündeki 300 öğrenciye uygulanmıştır. Sahiplenme etkisini görebilmek için nesne olarak “Atatürk Üniversitesi Logolu 500 ml Detoks Filtreli Su Şişesi” kullanılmıştır.

Çalışma başlıca üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, davranışsal iktisat ile ilgili teorik bilgiler, davranışsal iktisadın tarihsel gelişimi ve davranışsal iktisadın temel yapı taşları bulunmaktadır. İkinci bölümde, sahiplenme kavramı, önemi, sahiplenme etkisinin davranışsal iktisat kapsamındaki yeri ve son olarak sahiplenme etkisi ile ilgili literatür çalışmaları yer almaktadır. Son bölümde ise nesne ile geçirilen sürenin sahiplenme etkisi üzerindeki istatistiksel analizi yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSATIN TEORİK ÇERÇEVESİ

Bu bölümde davranışsal iktisada dair teorik çerçeve kapsamında davranışsal iktisadın kapsamı, amacı açıklanmış davranışsal iktisatta birey davranışı ve davranışsal iktisadın gelişiminin ne düzeyde olduğu ele alınmıştır. Öte yandan davranışsal iktisadın ana akım iktisatla karşılaştırılması ve tarihsel gelişimi ortaya koyulmuştur. Ardından sahiplenme etkisinin temelini ilgilendirecek rasyonalite, beklenti teorisi ve davranışsal politikalar ile tamamlanmıştır.

1.1. DAVRANIŞSAL İKTİSAT

İktisat, üretim ve tüketim faaliyetlerinin bir bütünü ifade etmektedir (Demir, 2013). Son yıllarda iktisat alanında yapılan tartışma ve araştırmalara bakıldığında zaman, bu alanda yeniden tanımlamalara ihtiyaç duyduğu gözlenmektedir. İktisat, 1980 sonrasında dünyada meydana gelen büyük değişimlerle beraber daha önce üzerinde yeterince durulmayan birçok durumla karşı karşıya kalmıştır. Krizler, çevre kirliliği, sosyal ikilemler, doğal kaynakların yok olması gibi temalar iktisadın halihazırda sahip olduğu araçlarıyla çözebileceği sorunlar değildir. Bilgi teknolojisindeki gelişmeler, psikoloji, sosyoloji gibi alanlardaki bulgularla birlikte bu yönde bir değişimin işareti olarak belirmiştir. İktisadın 21. yüzyıl dünyasının sorunlarını çözebilecek ve gelişmeye açık yeni bir yapılandırmaya ihtiyacı bulunmaktadır (G. T. Acar, 2016). Bu yönde hem sorunlara hem de gelişmelere ayak uyduran bir yapılandırma, iktisadın sosyal bir bilim olmasının da gerekliliğini ortaya koymaktadır.

İktisat, kaynakların bireyler ve firmalar tarafından nasıl tahsis edildiğini araştıran bir bilim olduğundan fiziğin kimyayı, arkeolojinin antropolojiyi ve nörobilimin bilişsel psikolojiyi açıklamasına yardım ettiği kadar psikolojinin de iktisadı açıklayıcı bir tarafı bulunmaktadır. Ancak, ekonomistler rutin olarak psikolojiden elde edilen bulgularla büyük ölçüde çelişen tutarsız modeller kullanmaktadır (C. Camerer, 1999). Modellerin tutarsız olmasının nedeni, iktisat bir bilim olma yönünde ilerlerken zamanın koşullarına göre harekete sahip olmasıdır.

Teori, karmaşık dünyanın anlaşılır olmasını sağlamak amacıyla basitleştirmeler yapmaktadır. Bazen bir sosyal ve iktisadi bir durumu matematiğin diline uygun hale getirmek için basitleştirme öyle bir hale gelir ki gerçek hayat ile teori arasında kurulması beklenen ilişki neredeyse kopma noktasına gelebilir. Bu nedenle iktisada yöneltilen tenkitlerden en öne çıkanı, iktisadi teorilerin gerçek insan davranışlarını açıklamaktan uzaklaşmasıdır (Demir, 2013). Gittikçe hayatın gerçeklerinden uzaklaşan iktisadi yaklaşım daha gerçekçi olma yolunda ilerleyen yeni bir iktisadi alana kapılarını aralayacaktır. Bu alanı davranışsal iktisat olarak ortaya çıkmaktadır.

Davranışsal iktisadi tanımlanacak olursa, bireylerin karar verme aşamalarında bilişsel, kültürel, psikolojik ve sosyal faktörleri de dâhil ederek inceleyen ve bu doğrultuda ana akım (neo klasik) iktisat analizindeki birey bakış açısına itiraz eden bir iktisat okulu olarak ifade edilebilir (Kırmızıaltın, 2021). Davranışsal iktisat, optimizasyona dayalı geleneksel iktisadi teorilere etkin alternatifler oluşturmak için psikoloji, sosyoloji, felsefe ve diğer sosyal bilimlerden elde edilen kanıtları kullanmaktadır (C. F. Camerer, 2014).

Davranışsal iktisat; ekonomi ve psikoloji unsurlarını birleştirerek, insanların gerçek yaşamda nasıl ve neden böyle davrandıklarını anlamak için geleneksel ekonomik varsayımların değişkenlerini kullanmaktadır (Littman vd., 2022). Gelişmekte olan davranışsal iktisat alanı rasyonel karar vermenin genel kabul görmüş modeli ile gerçek insan davranışı arasındaki farklılıkları sıklıkla tanımlamıştır. Genellikle “anomaliler” veya “yanlılıklar” olarak adlandırılan bu farklılıklar, saha deneylerinin yanı sıra laboratuvar ortamındaki kontrollü deneylerle de gösterilmiştir. Bu tür davranışlar iktisatta optimal kararlar alan insanı benimseyen geleneksel anlayışla hareket edenler için kafa karıştırıcı sonuçlar olarak belirtilmiştir (Frenkel vd., 2018). Aslında, geleneksel iktisatta sorgulanan beklenenin dışındaki sonuçlar bazı durumlarda davranışsal iktisadın dönüm noktası haline gelmiştir.

Davranışsal iktisat, özellikle karar alırken karmaşık durumlar olduğu zaman ve optimalliğe ulaşmanın zor olduğu durumlarda yararlıdır (C. F. Camerer, 2014). Genel olarak davranışsal iktisat, kararların alındığı süreçleri ampirik olarak kurmaya çalışan pozitif bir bilimdir. Son yıllarda davranışsal iktisat, iktisadın ana akımı haline gelmiştir. Bu alan, gerçekte insanların standart çerçevelerimizde varsayıldığı gibi davranıp

davranmadığını sorgulayarak kanonik neo-klasik fiyat teorisi modellerinin sınırlarını araştırmaktadır (DeAngelo & McCannon, 2022). Dolayısıyla, davranışsal iktisattaki birçok teori sorgulanıyor olsa da artık halihazırda kendini ana akım iktisadın içine nüfuz ettirerek varlığını sürdürmeye devam ettirmektedir.

İktisadın sosyal bir bilim olması nedeniyle başrol oyuncusu insandır. Davranışsal iktisat için de tanımlanan bireyin nasıl bir tutum içinde hareket ettiği önemlidir. Dawney (2005) davranışsal iktisatta insan davranışını incelerken anlaşılması gereken yedi ilkeyi öne sürmektedir:

1. Başkalarının davranışlarının bir bireyin davranışını etkileyebileceğini belirtmektedir. Bu, bireylerin etrafındakilerin eylemlerinden etkilendiği anlamına gelmektedir.
2. Davranışı şekillendirmede alışkanlıklarının önemli olduğu belirtilmektedir. Alışkanlıklar düzenli olarak tekrarlanan ve zamanla otomatik hale gelebilen eylemlerdir.
3. Bireylerin doğru şeyi yapmaya motive olduklarını göstermektedir. Bu, bireylerin ahlaki veya sosyal olarak kabul edilebilir bir şekilde hareket etme arzusuna sahip olduğu anlamına gelmektedir.
4. Davranışların kişisel beklentilere göre şekillendikleri savunulmaktadır. İnsanların kendi yetenekleri ve beklentileri nasıl davrandıklarını etkileyebilmektedir.
5. Bireyler, kayıptan kaçınma davranışı sergilemektedirler. Bu, bireylerin kayıplardan kaçınmaya kazanç elde etmekten daha fazla değer atfettikleri anlamına gelmektedir.
6. Bireylerin karmaşık bilgilere dayalı hesaplamalar veya kararlar vermede her zaman iyi olmadığı belirtilmektedir. Bu durum, yargılamada veya karar vermede hatalara yol açabilmektedir.
7. Bireylerin kontrol duygusuna sahip oldukları ve fark yaratabileceklerini hissettiklerinde harekete geçme ve değişiklik yapma olasılıklarının daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Diğer bir deyişle, insanlar durum veya karar üzerinde bir sahiplik hissederlerse değişiklik yapmak için daha motive olabilirler. Davranış değişikliğini teşvik etmeyi amaçlayan müdahaleler veya programlar tasarlarlarken bu ilkenin akılda tutulması önemlidir.

1.1.1. Davranışsal İktisadın Kapsamı

İktisada giriş veya mikro iktisat kitaplarının ilk sayfa ya da bölümlerine göz attığımız zaman bir ayrım üzerinde durulmaktadır: Pozitif ve Normatif iktisat. Pozitifin olanı, normatifin ise olması arzulanı ifade ettiği açıklanarak iktisat biliminin önemli bir bölümünün pozitif önermeleri konu edindiği vurgulanmaktadır. Ayrıma dikkatli bir şekilde odaklanılırsa örtük biçimde, değer yargılarının ışığında farklı renklere bürünen “olması gerekenler” yerine, değer yargılarını hesaba katmadan sadece ne olup bittiğini anlamaya çalışmanın daha kıymetli bir iş olduğunu görülebilir. Davranışsal iktisat terimini ilk kullananlardan biri olan Boulding’e göre davranışsal iktisat, bireyin ekonomik kararlarda daha ilgili olan yönlerinin ya da bilişsel ve duygusal yapılarının incelenmesini içermektedir. Davranışsal iktisat, kararlarla ilgili durumlarla ilgilenir ve insan davranışlarına odaklı bir şekilde bu kararları etkileyen psikolojik, sosyolojik vb. faktörleri incelenmektedir (Kırmızıaltın, 2021).

Davranışsal iktisat, insan davranışını daha iyi anlamak için psikoloji ve sosyolojiden alınan içgörülerini standart iktisadi teoriye dâhil etmektedir. Genellikle gerçek davranışa ilişkin deneysel kanıtlarla desteklenmektedir. Böylece, bireylerin standart olmayan tercihlere sahip olduğunu (adalet tercihleri, zaman tutarsız tercihler ve referansa bağlı tercihler gibi), standart dışı inanışlara sahip olduklarını (örneğin, becerileri konusunda aşırı özgüvene sahip olma önyargısı veya kendi kendine hizmet önyargısı) ve seçimlerin ya da duyguların çerçevelenmesine göre standart dışı karar verme sürecine girmektedirler (DellaVigna, 2009).

Davranışsal iktisat, henüz gelişme aşamasında olan genç bir alandır ve ekonomi, psikoloji, evrimsel biyoloji ve sosyoloji tarafından şekillendirilen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda ifade edilen psikoloji bilişsel psikolojidir (Furrebøe & Sandaker, 2017). Zihin süreçlerine odaklanan bilişsel psikoloji, davranışsal iktisadın beslendiği temel disiplinlerden birisidir. Bu nedenle, davranışsal iktisadın psikoloji ile birlikteliği ifade edilirken daha çok bilişsel psikolojiye atıf verilmektedir.

1.1.2. Davranışsal İktisadın Amacı

Sosyal bilimlerin amacına bakacak olursak, insan eylemini anlama ve geçmişe, şimdiye ya da geleceğe yönelik çıkarımlar yapmaktır. Bu amaçla, davranışsal eğilimleri

ortaya çıkaran psikoloji ve bu eğilimlerin işlevselliğini inceleyen sosyoloji, belirli bir insan varsayımından hareketle mikro ya da makro politikalar sunan iktisat ile birleşerek ortak bir disiplin alanı oluşturmaktadır.

Davranışsal karar verme çalışmalarının ana hedeflerinden birisi, yargı ve kararların altında yatan süreçlere ilişkin anlayışı geliştirmektir. Artık klasik çalışma olarak kabul edilen çalışmalarda yargılama ve seçimdeki temel ön yargılar, rasyonel davranıştan sistematik sapmalar olarak gösterilmiştir (Kahneman, 1992; Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981).

Davranışsal iktisat, rasyonel bireysel karar vermenin temel ekonomik modelinin kanonik varsayımlarına eleştirel bir gözle bakmaktadır. Davranışsal iktisat, tüketici tercihlerine ilişkin standart mikro ekonomik modellerdeki varsayımları test eden pozitif bir bilimdir (DeAngelo & McCannon, 2022). Davranışsal iktisat, psikolojiden alınan kavramları iktisat yasalarıyla bütünleştirerek ve insan davranışını daha iyi açıklamaya yardımcı olan bir dizi psikolojik olgu ortaya koymaktadır (Vlaev vd., 2019).

Davranışsal iktisadın amacı; psikoloji ve sosyolojiden gelen kavramlara dayanarak standart ekonomik teorideki insan davranışını daha gerçekçi varsayımlarla zenginleştirmektir (Koch vd., 2015). Bu bağlamda amaç, geleneksel iktisattaki teorileri reddetmek değil teorileri gerçek insan davranışlarıyla bütünleştirip daha güçlü ve realist yaklaşımlar üretmektir.

1.1.3. Davranışsal İktisatta Birey Davranışı

Fayda teorisi, seçimin rasyonelliği için kriterler sağlayan tercih aksiyomlarından türetilmiştir (Tversky & Kahneman, 1981). Tüketicilerin değişmez ve tutarlı tercihlere sahip normatif anlamda rasyonel aktörler olarak davrandıkları varsayılmaktadır (C. Wilson & Dowlatabadi, 2007).

Günlük yaşamda birçok karar, gelecekte bir noktada ortaya çıkacak alternatifleri göz önünde bulundurmayı içermektedir. Örneğin, şimdi 5\$ veya 2 hafta sonra 10\$ arasında bir seçim yapma seçeneği verildiğinde, bireyler daha küçük bir ödül olsa da anında olanı seçme eğilimindedir. Davranışsal iktisat ve nöroiktisat araştırmalarındaki son gelişmeler, bireylerin çeşitli bağlamlarda bu tür zamanlararası kararları nasıl aldıklarına önem vermektedir (Zandstra vd., 2013). Davranışsal iktisatta, birey

davranışlarını standart iktisadi temellerin dışında gerçek yaşama daha yakın ve tutarsız tercihler yapılabilmektedir. Bu kapsamda, birey rasyonalitenin dışına çıkarak irrasyonel tercihler yapabilmektedir. Özellikle bireyin davranışı gerçek hayata daha entegre bir konumdadır.

1.1.4. Davranışsal İktisadın Gelişimi

İnsanların karar verme davranışlarının arkasındaki güç ve ilkelerin incelenmesine katkı sağlayan davranışsal iktisat alanı hızla büyümektedir. Davranışsal iktisat, bireylerin her zaman rasyonel hareket edeceği inancına dayanmamaktadır, bunun yerine duygular, bilişsel önyargılar ve diğer iç ve dış baskılar gibi bağlamsal etkileyicileri hesaba katmaktadır (Ariely, 2010).

Davranışsal iktisat, Birleşmiş Milletler Kalkınma Hedeflerinin (UNSDG) üçüncüsü olan, hem bireylerin hem de toplumun sağlığını ve refahını artırma potansiyeline sahip şekillerde ekonomik karar vermeyi geliştirmek için psikolojiden gelen içgörülerden faydalanmaktadır (Siegel vd., 2021). Öte yandan pek çok hükümet davranışsal kamu politikaları üretmek amacıyla davranışsal iktisat içgörü merkezleri kurmuşlardır.

Davranışsal iktisat, insanların genel olarak ekonomik kararları nasıl aldıklarını anlamak için psikoloji bilimini kullanan bir araştırma alanıdır. Bu alan son zamanlarda, insanlar kararları değerlendirirken, riskleri ve ödülleri kategorize ederken ve bunların birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini incelerken beynin rolüne bakan nöroekonomiye doğru genişlemiştir (Loewenstein vd., 2008).

1970'lerden itibaren davranışsal iktisat alanında çalışma yapan iktisatçı ve psikologların sayısında bir artış yaşanmıştır. R. Thaler, Colin Camerer, G. Loewenstein ve M. Rabin gibi isimler tüketici tercihlerinden, tasarruf davranışlarına, karar almadan finans alanına kadar davranışsal iktisatta pek çok konuda önemli katkılar sunmuşlardır. 1980 sonrası ise davranışsal iktisat alan olarak daha kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Alanla ilgili çeşitli topluluklar ve dergiler çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde alanla ilgili temel ders kitapları ve derlemeler hazırlanmıştır.

2001 yılında Akerlof, Spence ve Stiglitz asimetric bilgi altında piyasaların işleyişine yönelik çalışmaları dolayısıyla Nobel ödülünü paylaşmışlardır. Akerlof "Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behaviour" başlıklı Nobel

konuşmasında karşılıklılık, adil olma, kimlik, kayıplara verilen tepki gibi davranışsal kavramların önemine vurgu yapmıştır (Akerlof, 2002).

2002’de ise iktisat alanındaki Nobel ödülü ise Daniel Kahneman ve Vernon Smith tarafından paylaşılmıştır. Kahneman, psikoloji çalışmalarını iktisat bilimine entegre etmesi ile ödüle layık görülürken V. Smith ise ampirik iktisadi analizlerde laboratuvar deneylerini başarılı bir araç olarak kullanması nedeniyle ödülü almıştır (E. Ruben & Dumludağ, 2015). 2017 yılına gelindiğinde ise Richard Thaler Nobel ödülünün sahibi olmuştur. Bu gelişmeler ışığında davranışsal iktisat ana akım iktisatta kendine yer bulma konusunda hızlı hareket etmektedir.

1.2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE ANA AKIM İKTİSADIN KARŞILAŞTIRMASI

Neo-klasik iktisat, insanların rasyonel olduğunu ve bireysel çıkarlarını en üst düzeye çıkaracak şekilde davrandığını varsaymaktadır (Littman vd., 2022). Neo-klasik ekonomi, kıtlık koşulları altında optimal seçimin incelenmesidir. Bireylerin kendileri için en iyi olanı belirleyebileceklerini varsayan bir refah ekonomisi çerçevesini benimsemektedir.

Klasik iktisadi çerçeveye göre; bireyler fayda maksimizasyonu davranışında bulunmaktadırlar. Bireylerin tercihleri tam, geçişli ve istikrarlıdır. Batık maliyetler göz ardı edilirken fırsat maliyetleri göz önünde bulundurulmaktadır. Belirsizlik koşullarında karar verirken bireyler beklenen fayda maksimizasyonu yapmaktadırlar. Bireyler, hem riskli hem de risksiz durumda karar verirken referans noktası, sahiplenme etkisi ve kayıptan kaçınma gibi ön yargılardan bağımsız hareket etmektedir. Seçimler, geçmişte yaşanan eylemlerin eksiksiz bir şekilde hatırlanması ve gelecekteki seçimlerin tam olarak tahmin edilmesi yoluyla yapılmaktadır. Yeni bilgi alındığında inançlar Bayes kuralına göre güncellenmektedir (DeAngelo & McCannon, 2022).

Neoklasik iktisat, Marshall’dan itibaren kaynakların etkin dağılımı ilkesiyle tümdengelimsel yönetime odaklanmıştır. Bu yönelimin en büyük nedeni, matematiksel yöntemlerin ön plana çıkması olmuştur. Tümdengelim mekanik ilişkiler gerektirdiğinden, “kanun” niteliğindeki mutlak ilişkilerin keşfedilmesi de bir disiplin olarak iktisatta önemli bir yer kazanmıştır. Neoklasik iktisat, bireyin otonom davranışlarının bir sonucu olarak toplumun uyumlu bir şekilde ilerleyeceğini ve bu durumun herkesin faydasına olacağını

kanıtlamak maksadıyla ortaya koyulmuş bir teoridir. Bireyden yola çıkarak toplumu açıklaması “metodolojik bireycilik” olarak tanımlanmaktadır (G. T. Acar, 2016).

Ana akım iktisatta kabul gören beklenen fayda teorisi rasyonel davranışı maksimizasyon boyutunda açıklamamaktadır. Von Neumann ve Morgenstern’e göre (1953), kendi maksimizasyonunu elde etmeye çalışan kişinin rasyonel davrandığını söylenebileceğini fakat bu durumun rasyonel davranışın tatmin edici bir izahı olamayacağını savunup tatmin edici bir rasyonel davranış tanımlanması yapılmasını istemektedirler. Fayda seçimine ilişkin mikro iktisadi teoriler, bireylerin kısıtlı bütçe koşullarında faydayı maksimize etmeye çalıştıkları varsayımına dayanmaktadır. Daha yüksek faydaya sahip bir karar çıktısı, daha düşük faydaya sahip alternatif bir çıktıya göre tercih edilecektir (C. Wilson & Dowlatabadi, 2007).

Ekonomistler -klasik bir anlayışla- karar vericilerin, beklenen faydalarını en üst düzeye çıkaracak şekilde hareket etmelerine izin veren nöral mekanizmalar ve bilişsel kapasitelerle donatılmış, iyi tasarlanmış rasyonel aktörler olduğunu varsaymışlardır. Bununla birlikte, bireyleri rasyonel karar vericiler olarak gören bu geleneksel görüş sosyal bilimciler arasında, insanların sürekli olarak kendi rasyonel kişisel çıkarıyla tutarsız şekilde davrandıkları konusunda artan bir fikir birliği ile çelişmektedir (Lakshminaryanan vd., 2008). Risk ve belirsizlik altında riskli ve güvenli alternatifler altında karar yargılarını devreye sokarken, bireyler rasyonel seçim ilkelerini düzenli olarak ihlal ederler ve genellikle tercihlerini çok az önemli çeşitli keyfi faktörlere dayandırabilirler (Tversky & Kahneman, 1981, 1989). Bir dizi klasik araştırma karar vericilerin kayıpları eşit derecedeki kazançlardan daha fazla ağırlıklandırıldığını göstermiştir (Tversky & Kahneman, 1981).

Sahip olunan teoriler karmaşık olan dünyayı oldukça basitleştirmelidir ve bu nedenle büyük eksiklikleri de beraberinde getirmektedir. Zaman ilerledikçe geçerliliğini koruması çok zordur. İnançlar (dini, politik, ahlaki vb.), insanın belirsizlik halinde geliştirdiği savunma yöntemleri haline gelmiştir ve bunlarda net olarak doğru cevap vermezler. Üstelik dünyamız değiştikçe inançlar da değişmek durumunda olmaktadır. Toplumun kurumsal yapısı iktisadi ilişkileri belirlemektedir. Bireyler belirsizlik ortamında karar almaktadır. Bunu her zaman akla uygun yöntemlerle (rasyonel karar alma

mekanizmasıyla) yapmazlar. Çoğu zaman devreye inançlar ve ideolojiler girmektedir (G. T. Acar, 2016).

Standart ekonomik modeller, tüketici seçimlerinin mutlak sonuçlara dayandığını ve belirli statükodan olumlu ve olumsuz sapmalara eşit derecede duyarlı olduğunu varsaymaktadır. Bununla birlikte beklenti teorisinde (Kahneman & Tversky, 1979) ise tüketiciler seçimlerini mutlak sonuçlara göre değil nötr bir referans noktasına göre kazanç ve kayıplar ışığında yapmaktadır. Genellikle statüko, herhangi bir değişikliğin değerlendirildiği referans noktası olarak işlev görmektedir. Referans noktasına göre olumsuz değişiklikler (kayıplar), olumlu değişikliklerden (kazançlar) daha büyük bir etkiye sahiptir. Kayıptan kaçınma nedeniyle, bir ürüne sahip olan tüketiciler, kendileri seçmese bile bir üründen vazgeçmek yerine o ürünü elde tutma eğilimindedir (Kahneman vd., 1991).

Günlük yaşamda tüketiciler, karar vermeleri gereken birçok durumla karşı karşıya kalmaktadır. Sınırlı bilgi veya sınırlı tüketici kaynakları nedeniyle, seçim seçeneklerinin sayısı genellikle eksiktir ve seçimler optimal olarak dikkate alınmamaktadır (Hinson vd., 2003; Simon, 1990).

Davranışsal iktisat, Amartya Sen'e (1977) göre "sosyal morona yakın" olan pür iktisadi insan varsayımını reddetmektedir. Davranışsal iktisatçılar, karar vermenin daha sağlam psikolojik anlayışını mikroekonomiye entegre etmeye çalışmaktadırlar. Fayda teorisi ve uygulamaları, rasyonel seçimi geniş bir şekilde tanımlayan tercih aksiyomlarına dayanmaktadırlar. Bununla birlikte, bireylerin tutarlı bir şekilde rasyonel karar vermediklerini gösteren çok sayıda saha ve deney araştırmaları bulunmaktadır (C. F. Camerer & Loewenstein, 2004). Zaman tutarsızlığı, çerçeveleme, referans bağımlılığı ve sınırlı rasyonellik bunlardan bazılarıdır. Belirtilen bu olgular yukarıda bahsedilen tercih aksiyomlarından bir veya birkaçını ihlal etmektedir ve bu durum irrasyonel davranış olarak ifade edilmektedir (C. Wilson & Dowlatabadi, 2007).

1.3. DAVRANIŞSAL İKTİSADIN TARİHÇESİ

1.3.1. Davranışsal İktisadın Geçmişi

Davranışsal iktisat, yepyeni bir sentezden ziyade psikoloji ve iktisadın yeniden birleşimini temsil etmektedir. Çünkü iktisat hakkındaki ilk düşünceler psikolojik kavrayışla yoğrulmuştur (C. Camerer, 1999). Azalan verimler yasası bireyin tatmin düzeyi ve sınırlarıyla alakalı olmasından kaynaklı psikolojinin de ilgi alanına girmektedir. Fırsat maliyeti kavramı da karar verme ve tercih yapma süreçleriyle ilgili olmasından kaynaklı aynı zamanda psikolojinin de ilgi alanına girmektedir (E. B. Ruben, 2011). Psikolojinin iktisat açısından önemi son 30 yılda genel kabul görmüş olsa da iktisadi düşünce tarihine baktığımızda da psikolojik hususlar önceden biliniyordu. Örneğin, makroekonomideki Keynesyen Devrim tüketim, yatırım ve finans faaliyetlerinde açıkça görülen psikolojik eğilimlere dayanıyordu (Akerlof, 2002).

Keynes'in fikrindeki belirsizlik olgusu önemlidir. Keynes tarafından endişe, korku ya da güvensizlik seviyeleri olarak ifade edilen, geleceğin bugünden bilinemediği bir durumda para, tahvil, hisse senedine yönelik talep ve yatırım kararlarındaki subjektif ve psikolojik durumları, belirsizlik anlayışının temelini oluşturmaktadır (Alada, 2012). Keynes'in belirsizlik teorisi çağdaş psikolojiyle ilişkilendirilmiştir ve bu teorinin bilişsel ve sosyal psikoloji açısından önemi büyüktür. (Koutsobinas, 2014). Keynes'in Genel Teorisi (1936) ve daha önceki çalışmalarında (1921, 1930) psikolojik süreçleri tanımlayan birçok kavram ve genelleme bulunmaktadır. Keynes'in iktisadi teorilerini oluştururken psikolojik faktörlerin rolüne büyük önem verdiği makroekonomik düşünce tarihinde iyi bilinen bir gerçektir. Örneğin George Akerlof, davranışsal makroekonomideki mevcut gelişmenin kökenlerinin Keynes'in düşüncelerine dayandığını ve onun devamı olduğunu ileri sürmektedir (Akerlof, 2002). Davidson (2010), beklentilerin oluşumundaki karar vermedeki bazı Keynesyen fikirlerin, bilişsel önyargılar ve sürü davranışı gibi davranışsal ekonomi fikirlerini hızlandığını ileri sürmektedir. Üstelik Davidson'a göre son nörolojik bulgular, Keynes'in ilk davranışsal iktisatçı olduğunu ileri sürmektedir. Bu kanıt, Keynes'in temel belirsizliği ve riskli karar verme sürecinin beynin iki farklı bölgesinde ayrı ayrı gerçekleştiğini göstermektedir (Huettel vd., 2006).

Baddeley (1999)'e göre Keynes'in yaklaşımında psikolojik güçler önemli bir rol oynar ve Keynes, Klasik ve Neoklasik analizleri geçersiz kılan faktörün davranış psikolojisi olduğunu savunmaktadır. Keynes'e göre rasyonel inanç için bir temel olmadığında davranışlar, hayvansal güdüler ve gelenekler gibi psikolojik motivasyonlar ve rasyonel olmayan güçler tarafından dikte edilmektedir. Keynes'in "Genel Teori" eserinde, "psikolojik yasalar", "psikolojik etki", "psikolojik eğilimler", "toplumun psikolojisi" gibi cümleler yaygın olarak kullanılmıştır. Öte yandan kitabın genel istihdam teorisini özetlediği 18. Bölümde "temel psikolojik yasalara" ve bu yasaların ekonomik sistemi istikrara kavuşturmada oynadığı temel role açıkça atıfta bulunmaktadır (Pech, 2008). Akerlof (2002), Keynes'in savunmuş olduğu nominal ücret indirime karşı çalışanların direnç gösterecekleri varsayımın, psikolojik teoriyle uyumlu olduğunu belirtmiştir. Bireyler, gerçekleşen değişimleri dikkate alırken referans noktasını temel aldıklarını kayıplara daha fazla ağırlıklandırma verdiklerini ifade etmiştir.

Ashraf vd. (2005), Smith'in "Ahlaki Duygular Kuramı" kitabını davranışsal iktisadın erken bir örneği olarak görmektedir. Ahlaki Duygular Kuramı adlı eserde Smith'e göre insan davranışının belirleyici ilkesi sempatidir. İnsanlar başkalarının acı ve sevinçlerini paylaşma, başkalarını da kendi acı ve sevinçlerine ortak yapma eğilimindedir. Öte yandan buna ilave olarak "kendini sevmek" ilkesi de açıklayıcı bir etken olarak yer almaktadır. İnsan sosyal bir varlık olması sebebiyle, yani başkaları tarafından bakılan ve değerlendirilen, bu bakışlara ve değerlendirmelere her şeyden fazla önem veren bir varlık olmasından ötürü bu iki ilke birbiriyle çelişmemektedir. Ana akım iktisadın üzerinde devamlı durduğu insanın temelde ve her şeyin üzerinde bencil ve kendi çıkarını düşünen biri olduğu konusuna Smith "Ahlaki Duygular Kuramı" kitabında hiç yer vermemiştir. Smith'in iki farklı kitabında kendi görüşleriyle çelişmesinin temeli, o yüzyılda ekonomi ve psikolojinin farklı yollara yönlendirilmesidir (C. Camerer, 1999). Klasik dönemde Smith, Mill, Bentham yakın dönemde ise Duesenberry, Galbraith, Liebenstein gibi önemli isimlerin çalışmalarında psikolojik faktörler yer alsa da çoğunun psikolojiye karşı temkinli bir yaklaşımı bulunmaktadır (E. Ruben & Dumludağ, 2015).

Hosseini (2011); A. Marshall, W. Mitchell ve Clarck gibi iktisatçıların çalışmalarında davranışsal iktisadın olabileceğini vurgulamıştır. Benzer şekilde, Thaler (2016), davranışsal iktisat metodolojisinin A. Smith ile başlayıp Fisher ve Keynes gibi iktisatçılarla devam ettiğini ifade etmektedir. Camerer ve Loewenstein (2004) de

davranışsal iktisattaki çoğu görüşün yeni olmadığını belirtip Smith, Bentham, Edgeworth, Fisher, Pareto ve Keynes gibi iktisatçıların çalışmalarındaki insan psikolojisine ilişkin tartışmalarından bahsetmektedir. Bentham doğanın insanı iki egemen gücün, haz ve acının, yönetimi altında yerleştirdiği savından hareketle oluşturduğu psikolojik hazcılığı, bütün güdülenmenin mevcut ya da olası haz umuduna dayandığını savunmaktadır (Ulaş & Güçlü, 2002). Ancak bahsi geçen bu iktisatçılar davranışsal iktisat okuluna dâhil edilememektedir. Çünkü her biri psikolojik faktörleri savunma konusunda geri planda kalıp dönemin kabul ettiği iktisadi düşünce yapısına ayak uydurmuşlardır.

Kararlarımızın ardındaki içgüdülerin ve duyguların rolünün kabul edilmesinin uzun bir geçmişi vardır. Watson ve Rayner (1920)'in 1900'lerin başındaki insan davranışlarını araştırdığı çalışması, 1930'larda Keynes'in İstihdam Para ve Faizin Genel Teorisi kitabının içinde Hayvansal Güdüler teriminde bahsedilmesi, Simon'un 1957'de Models of Man adlı eserinde rasyonelliğin sınırlı olabileceği görüşü, geçmişte davranışsal çalışmaların varlığının birer göstergeleridir. Ancak davranış biliminin bilimsel araştırmalarda ve pratik uygulamalarda ilgi ve saygı görmeye başlaması son kırk yılda meydana gelmiştir (Bao & Robinson, 2022).

İktisadi karar vermenin psikolojik ilkelerinden bazıları Adam Smith tarafından 1700'lü yıllarda açıklanmaya başlarken, Davranışsal iktisat Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin çığır açan çalışmaları ile birlikte 1970'lerde bir disiplin olarak ortaya çıkmıştır (Siegel vd., 2021).

On dokuzuncu yüzyıl boyunca iktisatçı düşünürler psikolojik faktörlere sıcak bakmaya devam ederken yirminci yüzyılın başlarında iktisatçıların analizlerindeki psikoloji vurgusu giderek azalmış, dönemin ortasına doğru iktisat-psikoloji işbirliği reddedilmiştir. Bu durum iktisat tarafındaki temel nedeni mantıksal pozitivizmin etkisiyle birlikte iktisat biliminin daha somut, gözlenebilir ve matematiksel hale gelmeye çalışmasıdır. On dokuzuncu yüzyılın ortalarında bilim dalının adının “siyasal iktisat” iken “iktisat” a dönüşmesinin altında yatan temel fikir de budur. Bu dönemde, başta psikolojik ve sosyolojik faktörler olmak üzere kurumsal, siyasal ve tarihsel pek çok faktörün iktisadi davranışların üzerindeki etkisi analizlerin dışında tutulmuştur. Öte yandan diğer bir dönüşüm ise fayda teorisinde olmuştur. Örneğin fayda ordinal ölçülmeye başlanmış, deneyimlenmiş fayda ve kişiler arası karşılaştırmalar fayda fonksiyonunda dışarıda

bırakılmıştır. Yine de bu dönemde psikolojinin iktisattan ayrılması o kadar da hızlı olmamıştır. Örneğin, yirminci yüzyılın ilk yarısında Fisher ve Pareto insanların iktisadi davranışlarında ne hissettikleri ve nasıl düşündükleri ile ilgili geniş spekülasyonlar yapmıştır. Dahası, Keynes, piyasa aksaklıklarının ortaya çıkmasında tüketicilerin psikolojik eğilimlerinden finansal piyasalarda rasyonel olmayan spekülatif davranışlara kadar psikolojik faktörlerin rolüne de değinmiştir. İlerleyen dönemlerde davranışsal makro iktisadi politikalar Keynes'in eleştirilerinden hareketle gelişmiştir (E. Ruben & Dumludağ, 2015).

Dolayısıyla, iktisat geçmişten devam eden psikolojiyle olan bağıını günümüze kadar kimi zaman daha sıkı kimi zaman da temkinli bir şekilde korumuştur.

1.3.2. İktisadın Matematik ile Buluşması

İktisat, sosyal bilimlerin fiziği olarak bilinmektedir. Bu nedenle, iktisadın doğa bilimlerinin kullandığı yöntemleri insan bilimlerine (sosyal bilimlere) uygulama konusunda göreceli olarak başarılı olduğu iddia edilmektedir. Bu başarının bir bölümü iktisadın kullandığı kavramların genel olarak kullanışlılığından, diğer bir kısmı ise kullanmış olduğu matematiksel yöntemlerden kaynaklanmaktadır. Günümüz iktisat teorisi, matematiği en yoğun kullanan sosyal bilim dalı haline gelmiştir (Demir, 2013).

İktisat, “Marjinal Devrim” ve “Ekonometrik Devrim” ile birlikte iyice matematikselleşmiş, doğruluğu ispatlanmamış soyut varsayımların içine girmiştir. Matematiğin yoğun kullanımı ile belirsizlik ve risk ortamındaki kararlara dair tahmin yeteneği artmış gibi görünen bu bilim dalı, açıklamalarının gerçek hayatta örtüşmediğini bile “sorgulamaz” hale gelmiştir. Oysa rasyonalite iktisat biliminin ne ispatlanmış ne de çürütülmüş güçlü bir varsayımdır (Akdere & Büyükboyacı, 2015). Samuelson, Arrow ve Debreu gibi teorisyenlerin fizikle iktisadı matematiksel olarak resmileştirme çabaları sonucu psikolojinin iktisat üzerindeki açıklayıcı gücü anlamını yitirmiştir (C. Camerer, 1999).

İktisat erken dönemlerinden beri fizikten önemli ölçüde etkilenmiştir. Merkantilist ve fizyokrat düşünürler iktisadi olaylarla ilgili gözlemlerini yaparken aynı dönemde fizikte yaşanan gelişmeleri de takip etmişlerdir. Daha sonra Smith ve takipçileri de aynı yolu takip ederek fiziğin evrenine uygun bir iktisadi dünya kurgulamışlardır (G. T. Acar,

2016). İktisadın fizik ile olan bu yakın ilişkisi marjinalist devrimden itibaren ise daha da güçlenmiştir. Dönemin iktisatçıların tamamı fiziğe hayranlık duymaktadır. Walras, mekanik bilimden hareketle iktisadi bir model kurmaya çalışmıştır. Fizikte potansiyel enerji, dışarıdan bir etki olmadığı müddetçe parçacıkların ne yönde ilerleyeceğini işaret eden bir vektör alanı olarak gösterilmektedir. Bunun iktisat bilimindeki karşılığı ise, mal/hizmet uzayından hareket eden bireylerdir. Uzamsal koordinatlar da mal/hizmet miktarını göstermektedir. Fayda, bireyin hareket edebileceği vektör alanını sembolize etmektedir. Öte yandan iktisatçıları fizikten statik analizleri almışken daha karmaşık olan dinamik analizden de uzak durmuşlardır (Ackerman, 2002).

Newton, değişmez bir yasayı bularak büyük bir başarıya imza atıp döneminin tüm bilim adamlarını etkilemiştir. Smith de Newton'un yönteminin toplum bilimlerinde karşılığına ilişkin Hume'un önerisini benimsemiştir. Böylece evrendeki uyuma karşılık gelen bir toplumsal düzen tasarlanmıştır. Newton'un çekim yasasının cisimleri yönlendirmesi, görünmez elde somutlaşmıştır (Çakır, 1994). İktisadın Newton fiziğinin kurallarına bağlı kalıp rasyonel birey yaklaşımının temeli de bu dönemde atılmıştır.

Mal ve faktör piyasalarında arz ve talebin bulunduğu üretim düzeyinde denge meydana gelmektedir. Denge, iktisatçıların fizik biliminden ödünç aldıkları bir kavram olup daha çok olması istenen durumu ifade etmektedir. Bir piyasada denge varsa alıcı ve satıcılar arasında memnuniyet bulunmaktadır. Eğer aralarında bir memnuniyetsizlik oluşursa fiyatlarda değişiklik yoluyla karşı tarafa iletilir ve fiyatın hakemliği ile yeni bir denge kurulmaktadır (Demir, 2013). İktisatçıları piyasaların istikrarı, arz-talep ve denge gibi kavramlarla bu fiziksel dünyayı kopyalamaya çalışmışlardır. İstikrar ve denge, iktisadın vazgeçilmez kavramları olurken düzensizlikler, krizler ve belirsizlikler iktisat disiplininin dışlanmışlardır (G. T. Acar, 2016). Böylece gerçek yaşamdan kopan soyut bir bilim dalının temelleri atılmıştır. Sosyal bir bilim olmanın gereklilikleri böylece sorgulanamaz hale gelmiştir.

Jevons iktisadı matematiksel bir bilim olarak kurgulamaktadır. "The Theory of Political Economy" adlı kitabında bilimin matematiksel karakteri alt başlığında iktisadın bilim olacağına mutlaka matematiksel bir bilim olması gerektiği ifadesi yer almaktadır. Jevons'un insana ilişkin savunduğu düşünce yapısının arka planında ise faydacı felsefe

bulunmaktadır. Buna göre insan, hazzını maksimize etme amacındadır (Kırmızıaltın, 2017).

Baskın iktisadın rasyonalite anlayışına bakılacak olursa, Jevons'un "beşer zevk yasası" olarak isimlendirdiği durum, hazzı artırmak ve üzüntüden kaçınmaktır. İktisadın temel aldığı insan (yani iktisadi insan), Jevons'a göre devamlı olarak hazzını artırmayı çabalamaktadır. Bunun yasa olarak kabul edilmesi, iktisadi insan hangi zamanda ve nerede bulunursa bulunsun aynı biçimde değerlendirilmeye alınacağı ve bu yasaya uygun eylemde bulunulduğu varsayılacağı anlamına gelmektedir. Jevonsun teorisi Bentham'ın fayda teorisine dayanmaktadır. Dolayısıyla kavramsal olarak bakıldığında "hazzı maksimize etmek" demek "faydayı maksimize etmek" anlamına gelmektedir. Jevons'a göre haz veya fayda maksimizasyonu matematiksel olarak ifade edilmelidir. Çünkü Jevons'a göre iktisat bilimi miktarla ilgilendiğinden ele alınan şeylerin daha çok veya daha az olmasından söz edebilmek için yasalar ve ilişkiler doğası gereği matematiğin olması elzemdir (Kırmızıaltın, 2018). Dolayısıyla Jevons'un analizinde insan Maas'ın (1999) ifade ettiği üzere makineye benzetilmektedir, iktisadi insan ile makine aynı formalizm ile analiz edilmektedir. İnsan, her yerde ve her an, tercihlerinde ve kararlarında fayda maksimizasyonunu odak alan ve bu maksimizasyonu sağlayan mekanik bir varlıktır.

Jevons'a göre iktisadi insan için rasyonalite anlayışı, ölçülebilir olan faydanın maksimizasyonunu mükemmel bir şekilde gerçekleştirme olarak tanımlanmaktadır. İnsan, riayet gösterdiği mekanik evrensel yasalara uygun bir şekilde, matematiksel olarak ifade edilen faydasını maksimize edecek eylemde bulunmaktadır. Böylece insan her zaman kendi çıkarını dikkate alacaktır (Kırmızıaltın, 2018).

Araştırma alanı toplum olan bir bilim dalının model olarak fizik bilimini seçmiş olması dikkat çekicidir. Bu seçimini nedeni, doğa bilimlerin saygın konumuna duyulan hayranlık olmuştur (G. T. Acar, 2016). Doğa bilimleri ile iktisat arasında farklar bulunmaktadır (Dow, 2006):

- İktisatta deney yapmak neredeyse imkânsızdır, çünkü deney çevreden soyutlanamaz. Bu yüzden gözlem kaynağı diğer bilimlerden farklıdır.

- Toplum sürekli değişim içerisindedir ve oluşturulan teoriler zaman içerisinde farklı açıklama gucne sahip olmaktadır. “Evrensel Kanun” kavramı bu nedenle çok sınırlıdır.
- İnsan, diğer bilimlerin araştırma nesnelere göre daha karmaşık bir yapıdadır. Davranışı sistematik değildir ve formülasyonu kolay değildir.
- İktisatçının dünya görüşü, insan davranışlarına ilişkin evrensel bir görüşe sahip olmasını engellemektedir. İktisatçının “doğru” insan anlayışı, kendisini nesnel bir gözlem yapmaktan alıkoymaktadır.

1.3.3. Bir Yaklaşım Olarak Davranışsal İktisat

Yirminci yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde iktisat ve psikoloji arasındaki beraberlik yeniden canlanmıştır. Herbert Simon’un girişimleri dikkate değer gelişmeler olarak karşımıza çıkmıştır. Siyaset bilimi, sosyoloji, işletme ve ekonomi gibi pek çok alanda çalışmalar yapan Simon erken dönem davranışsal iktisadın çıkmasında ve gelişmesinde önemli bir paya sahiptir. Simon’un araştırmalarının davranışsal iktisat açısından yer aldığı temel nokta karar almanın merkezde yer almasıdır. Simon bu çalışmalarıyla 1978 yılında iktisat alanında Nobel almaya hak kazanmıştır. Simon, karmaşıklık, sınırlı rasyonellik kavramlarından hareketle yapay zekâ ve bilgisayar teknolojileri, insan ve bilgisayar etkileşiminin gerekliliğini savunmuştur. İlerleyen süreçlere gelindiğinde “sınırlı rasyonellik” kavramı davranışsal ekonomi alanının temel kavramlarından birisi olmuştur. Simon döneminde yapmış olduğu çalışmalarına rağmen 1960’lara kadar davranışsal iktisat bir disiplin olarak iktisat biliminde kendine yer bulamamıştır (E. Ruben & Dumludağ, 2015).

Davranışsal iktisat 4 farklı üniversitede ilk olarak kendini göstermiştir (Sent, 2004). Bu niversitelerde çalışma yapan birçok iktisatçıdan bahsedilir fakat iki isim ne çıkmaktadır: George Katona ve Herbert Simon. Bu iki iktisatçı “birinci kuşak davranışsal iktisat”ın kurucuları olarak kabul edilmektedir (Hosseini, 2011). Birinci kuşak davranışsal iktisatçılar, ana akım iktisadın temel rasyonel varsayımına itiraz eder ve gerçek dışı bulurlar. Katona iktisadın psikolojik temellerine, Simon ise bireyin bilişsel kapasitesinin sınırlı olmasına odaklanarak ana akım iktisadın “rasyonel insan”ına karşı çıkmaktadırlar (Kırmızıaltın, 2021).

Katona ve Simon'un yapmış olduğu çalışmalarla ortaya çıkan birinci kuşak davranışsal iktisat sonrasında, 1970'lere gelindiğinde iktisatta ikinci kuşak davranışsal iktisat okulu karşımıza çıkmaktadır. İkinci kuşak davranışsal iktisat okulunda da birçok iktisatçıdan söz edilebilir ancak burada da Kahneman, Tversky ve Thaler çalışmalarıyla ikinci kuşak davranışsal iktisadın öncü isimlerinden olmuştur. Öte yandan bu üç isim günümüzde davranışsal iktisadın bu denli popüler olmasında önemli bir role sahiptirler. Heukelom (2014)'ün ifade ettiği üzere bu üç isim ile davranışsal iktisat daha görünür hale gelmiştir.

Birinci kuşak davranışsal iktisat ile ikinci kuşak davranışsal iktisat birbirinden farklılaşmaktadır. Aralarındaki temel farkı anlayabilmek için Kahneman ve Tversky'nin ana akımdaki rasyonalite varsayımından hareketle yeni bir ölçüt geliştirmeye yola çıkarken varsayımından sapmaları analiz ettiklerini anlamak gerekmektedir (Sent, 2004). Kısacası, birinci ve ikinci kuşak davranışsal iktisadın analiz yöntemi psikoloji-iktisat odaklı olmasına rağmen bu odak noktası ana akım iktisadı değerlendirirken ayrılmaktadır. Birinci kuşak davranışsal iktisatçılar ana akım iktisat teorisinin rasyonalite varsayımına tamamen karşı çıkarken ikinci kuşak davranışsal iktisatçılar ise bu varsayım temelinde ilerleyip varsayımın geliştirilmesi yönünde bir tutum izlemektedirler. Birinci kuşak ana akım iktisat teorisini terk etmek, ikinci kuşak ise geliştirmek gerektiğini savunmaktadır (Kırmızıaltın, 2021).

1.3.3.1. Birinci Kuşak Davranışsal İktisat

Simon'un görüşlerinden ciddi bir şekilde etkilenen erken dönem davranışsal iktisat çalışmalarına bakıldığında genelde ana akım iktisat varsayımlarına eleştirel yaklaşmış, standart iktisat teorisinde modellerin ve varsayımların kusur ve aykırılıklarına odaklanmışlardır. Bu açıdan, erken dönem davranışsal iktisat çalışmalarının ayırt edici özelliği bilişsel psikoloji alanı çerçevesiyle ana akım modele alternatif bir model oluşturma kaygısı taşımasıdır (Earl, 1990). Bilhassa bu dönemde neo klasik modelin rasyonellik varsayımı sorgulanmış, neo klasik modelin sahip olduğu rasyonalite anlayışının yeterince ciddi olmadığı eleştirisi getirilmiştir (Simon, 1955).

Neo klasik yaklaşım rasyonellik ve fayda maksimizasyonu arasında yakın bir bağlantı kurarken, erken dönem davranışsal iktisatçılar ise neo klasik iktisadın sahip

olduğu varsayımlardan uzaklaşarak insan davranışlarının ve davranışsal modellerin karmaşık yapısını temel alarak davranış analizlerinde simülasyonlara başvurmuşlar ve ampirik bulgularla iddialarını güçlendirmeyi amaçlamışlardır. Erken dönem davranışsal iktisat okulu olarak tanımladığımız bu dönemde Richard Cyert, James March ve Herbert Simon gibi Carneige grubu kısıtlı firma davranışı, rasyonellik, karar alma süreci, simülasyonlar gibi konular üzerinde çalışmalar yürütmekteyken; Michigan’da George Katona’nın önderliğindeki grup ise iktisat psikolojisi çalışmalarına eğilim göstermiş, tüketici davranışları ve makroekonomik konulara ağırlık vermiştir (E. Ruben & Dumludağ, 2015).

1.3.3.1.1. Birinci Kuşak Davranışsal İktisadın Temsilcileri

Bu kapsamda birinci kuşak davranışsal iktisatçıları arasında en önemli iki isim olan George Katona ve Herbert Simon üzerinde durulacaktır.

1.3.3.1.1.1. George Katona’nın İktisadi Düşünce Anlayışı

Katona’nın araştırmaları iktisadi sürecin belirleyicisi olan insanın davranışını açıklama ve tahmin etmeyle ilgili olmuştur. Katona’ya göre hakim iktisat teorisinin psikolojik varsayımları iktisadi davranışları açıklamaya yeterli değildir. Bunun nedeni var olan gerçek hayattaki insanın davranış ve koşullarını dikkate almamasıdır. Katona, davranışsal iktisatta üç önemli özelliğe odaklanmıştır: güdü, tutum ve beklentiler. Ayrıca insan davranışının ekonomik sonuçlarından daha çok karar verme süreçleriyle ilgilenmektedir; ampiriktir ve tümevarımcı yöntemden yararlanmaktadır (Hosseini, 2011).

Katona’nın davranışsal araştırma yöntemi var olan üzerine oturtulmuştur. İktisadi davranışları var olan durumla çelişen varsayımların yerine, deneysel verilere dayanarak açıklamaya çalışmaktadır. Bu veriler yardımıyla, gözlem ve ölçülere göre değişebilen hipotezler ortaya koymayı önermektedir. Eğer iktisadi davranış doğru bir şekilde anlaşılırsa şimdiye ve geleceğe yönelik akılcı çıkarımlar yapmak mümkün hale gelmektedir (Kırmızıaltın, 2021).

Katona’ya göre rasyonel insana ait önermeler gerçekçi olmayan modellerden oluşturulmuştur (Katona, 1953). Davranışsal veya psikolojik iktisatta analize gerçek dışı

ekonomik modellerden türetilen rasyonel davranış veri kabul edilerek başlanmamalıdır. Katona'nın rasyonalite anlayışına bakacak olursak; tüketici, deneyimlerden etkilenen bir bireydir, tutumları normları ve sahip olduğu alışkanlıklarının yanı sıra gruplara ait olması da kararlarını etkilemektedir. Temel kurallara uyma, kısa yolları tercih etme ve rutin davranma eğilimi göstermektedir. Ancak aynı zamanda akıllıca davranma yeteneğine de sahiptir. Bir durum gerçekten önemli ise, birey düşünüp taşınıp elinden gelenin en iyisini seçebilecek yeteneğe sahiptir (Hosseini, 2011).

Katona için tüketici, kısmen gelire bağlı karar almakla birlikte müdahaleci değişkenlerden etkilenen ve dolayısıyla kısmen bağımsız olarak değerlendirilebilecek, bütün ekonomiyi etkileyen önemli bir faktördür, salt bağımsız değişken olarak ele alınamaz (E. Ruben & Dumludağ, 2015)

1.3.3.1.1.2. Herbert Simon'un İktisadi Düşünce Anlayışı

1950'lere girildiğinde Nobel ödüllü iktisatçı Herbert Simon psikoloji ve ekonomiyi yeniden birleştirme çabasına girmiştir. Simon, bilişsel mekanizmaları somutlaştıran ve bireylerin "sınırlı rasyonalitesini" kabul eden ekonomik teorileri savunmuştur. Simon'un bu önerisi tam da iktisatçıların iktisadi daha da matematiksel olarak inceleme yollarına girdiği bir dönemde ortaya atıldığı için kolay bir şekilde benimsenememiştir. En yaygın kullanılan rasyonellik, sınırlı rasyonellik olarak karşımıza çıkmaktadır. 1955 yılında Herbert Simon tarafından ifade edilen sınırlı rasyonellik, bireyin davranışlarının, zihnin hesap ve hatırlama kapasitesinin sınırlı bilgi ve zaman ile gerçekleştiğine dikkat çekmiştir. Simon, uzun yıllar boyunca iktisatçılar tarafından iktisatçı olmaktan ziyade psikolog kabul edilerek görmezden gelinmesine karşın, iktisadi organizasyonların karar verme süreçlerine dair önde gelen çalışmalarından ötürü 1978 yılında Nobel iktisat ödülünü kazanmıştır (Demir, 2013).

Simon, psikoloji ve sosyolojinin bilgisi olmadan insanın karar alma mekanizmasının açıklanamayacağını savunmaktadır (Augier & March, 2002). Davranışsal ekonomi bu sayede psikolojinin de ötesine geçip sosyolojik ve antropolojik bilgiyi de iktisadi davranışların analizlerine dahil edilmesini gerekli kılar. Davranışsal iktisada göre bireyler her zaman rasyonel, hedefe odaklı, kendini kontrol edebilen, bencil ve egoist değildir. Davranışsal iktisat, bireylerin yapmış oldukları seçimlerde neoklasik

iktisat okulunun varsayımlarından gerçek hayatta ne kadar ve nasıl saptığını inceleyen bir alan haline gelmiştir (Hosseini, 2003).

Simon'un temel problemi ise neoklasik iktisadın sahip olduğu rasyonalite anlayışıdır. Neoklasik iktisatta rasyonel insan, faydasını maksimum eden mükemmel muhakeme ve hesaplama yeteneğine sahip bir karar birimidir (Kırmızıaltın, 2021). Simon neoklasik iktisadın bu insan varsayımının hatalı olduğunu savunmaktadır. İnsan, neoklasik iktisatta varsayıldığı gibi en yüksek faydayı tercih edemez çünkü karar birimi olarak karşı karşıya kaldığı kısıtlar bulunmaktadır. Simon'un davranışsal iktisadı bu kısıtlardan doğmaktadır.

Simon'a göre insanın kısıtlarını ve çevre etkisini göz önüne alarak "tatmin eden"i karar verme kriteri olarak sunulmaktadır. Buna göre birey genelde seçim amacını basitleştirir, sonuçları en iyiye göre değil de "tatmin eden" ve "tatmin etmeyen" kriterlerine göre yorumlayıp değerlendirmektedir (Simon, 1955). Dolayısıyla bireyin davranışlarının doğru bir analizi için en iyi, optimal veya maksimum sonuca ulaşmayı amaçlayan seçimle değil, tatmin eden sonuca ulaşmayı hedefleyen seçimle ilgilenmelidir (Kırmızıaltın, 2021).

Simon, davranışsal iktisadı, bilişsel kabiliyet-iktisat ilişkisi üzerinden ortaya koymaktadır. Simon, baskın iktisattaki rasyonalite anlayışının bireylerin bilişsel kapasitelerinin sınırlı olması nedeniyle geçerli olamayacağını savunup alternatif bir rasyonalite türü önermektedir: Prosedürel rasyonalite (Kırmızıaltın, 2018).

Simon tarafından iki rasyonalite tanımlanması mevcuttur: Tözel rasyonalite ve prosedürel rasyonalite. Tözel rasyonaliteyi optimal davranış olarak, 'veri hedeflerin uygun bir şekilde gerçekleştirilmesi' olarak ifade etmektedir. Prosedürel rasyonaliteyi ise, bireylerin sınırsız bir hesaplama ve muhakeme gücüne ve tam bilgiye sahip olmaması nedeniyle optimale varamayacağı temelinden hareket ederek, bireyin optimale ulaşması değil, eylem seçimi aşamasında prosedürleri uygun bir şekilde müzakere etmesi olarak ifade etmektedir. Prosedürel rasyonalitede insanın bilişsel muhakeme becerilerinin sınırları vurgulanmaktadır: insan, maksimizasyonu sağlayacak bilgi kapasitesi ve hesaplama yeteneğine sahip değildir. Bilgi kapasitesi, sadece seçimin sonuçlarını etkileyecek çevresel değişkenlerin, şimdinin ve geleceğin eksik ve belirsiz bilgilerinin toplamından oluşmaktadır (Simon, 1986).

Herbert Simon’a göre bireyin algı ve bilişsel kapasitesi sınırlıdır çünkü zihin kıt bir kaynaktır. Dolayısıyla zihin bilişsel süreç aşamasında optimale varırken yetersiz kalmaktadır. Bireyler sınırlı olan bu bilgi ve hesaplama güçleriyle optimale ulaşmaya çalıştıkları zaman, prosedürleri, zihinsel sınırlarının sonucu olarak takip etmektedirler. Bu nedenle, prosedürel rasyonalitede en iyiye ulaşmak değil, bireyin sınırları çerçevesinden bakarak çözümleri iyi yapmak söz konusu olmaktadır (Weirich, 2004). Kısaca “insanlar sınırlı rasyonaliteye sahiptir” önermesi üzerinden hareket etmek gerekmektedir Simon’un sınırlı rasyonalite önermesiyle başlatmış olduğu girişim davranışsal iktisat için önemli bir yol haline gelmiş ve bu alan Kahneman- Tversky ve Thaler’in çalışmalarıyla genişletilmiştir (Kırmızıaltın, 2018).

Simon sınırlı rasyonalite kavramına ilk defa 1957 tarihli “Models of Man” çalışmasında değinmiştir (McSweeney, 2010). 1955 ve 1956 tarihli eserlerinde “yaklaşık rasyonalite” ve “yaklaşıklık” kavramını kullanmıştır. Rasyonel insan ile gerçek insan arasındaki fark inanılmaz büyüklüktedir. Simon bu nedenle neo klasik teorisin terk edilmesi gerekliliğini ifade etmektedir. Dolayısıyla Simon neoklasik ekonomik anlayışı katı bir şekilde reddetmektedir (Kırmızıaltın, 2021).

1.3.3.2. İkinci Kuşak Davranışsal İktisat

1970’lere gelindiğinde Kahneman, Tversky gibi psikologlar önceki dönemlerden farklı olarak standart iktisat teorisini referans alarak davranışsal iktisadın temelini kurmuştur. Bu durum ilerleyen süreçlerde davranışsal iktisadın eski/yeni, erken dönem/yakın dönem ya da birinci kuşak/ikinci kuşak gibi bir ayrımın oluşmasına neden olmuş ve kendisini ana akımın içine konuşturarak “yeni davranışsal iktisat” giderek güç kazanmış ve 1990’lara gelindiğinde iyice ayaklarını sağlam bir şekilde yere basmıştır (E. Ruben & Dumludağ, 2015). Dolayısıyla, davranışsal iktisatta kuşak ayrımının, Tversky ve Kahneman’ın fikirlerinin belirlenmesiyle ortaya çıktığı söylenebilir.

1.3.3.2.1. Amos Tversky ve Daniel Kahneman’ın İktisadi Düşünce Anlayışı

İkinci kuşak davranışsal iktisatta en önemli katkı Tversky ve Kahneman’ın 1974 yılında Science dergisinde belirsizlik altında karar almayı inceledikleri çalışmalarında ve 1979 yılında iktisat alanındaki en önde dergilerden olan Econometrica dergisinde

yayımladıkları “Prospect Theory: Decision Making Under Risk” adlı makaleleri beklenen fayda yaklaşımının sahip olduğu eksiklikleri göz önüne çıkarıp bu eksiklikleri açıklamak üzere psikolojik ilkeleri kullanmaları olmuştur. Bu çalışma davranışsal iktisadın kabul görmesi için adeta bir dönüm noktası olmuştur (E. Ruben & Dumludağ, 2015). 1970’lerde bilişsel psikologlar muhakeme ve iktisadi karar vermeyi birleştirip incelemeye başlayıp sağlam teorilerle sahaya giriş yaptılar. Beklenen fayda teorisinden sapmalarla bilişsel mekanizmaları kullanarak Beklenti Teorisi’ni öne süren Daniel Kahneman ve Amos Tversky iktisatta yeni bir dönüm noktasını başlatmışlardır. Böylece Simon’un ortaya attığı sınırlı rasyonalite kavramı kendini daha güçlü bir şekilde kabul ettirmiştir.

Kahneman ve Tversky, insanların gerçek yaşamda yargıda bulunurken hata yaptıklarını ancak ana akım iktisatta bu hataların göz önünde bulundurulmadığını dolayısıyla ana akım iktisat teorisinin karar verme süreçlerine dair değerlendirmelerinin gerçek hayatla örtüşmediğini ifade etmektedirler. Bu durum, ana akım iktisadın sahip olduğu mükemmel rasyonalite anlayışına itiraz anlamına gelmektedir. Kahneman ve Tversky’nin davranışsal iktisadı, insanların mükemmel karar vericiler olmamasının sebeplerinin ortaya konulmasından doğmaktadır (Kahneman & Tversky, 1979).

Kahneman ve Tversky, akıl yürütme yerine kısa yollara yönelmenin, sistematik hatalı yargılarda bulunma gibi özelliklerin insan davranışlarında çok yaygın olarak görüldüğünü vurgulayarak karar alma sürecinde bireyleri etkileyen pek çok problemi incelemişlerdir. Buradan hareketle beklenti teorisini öne sürmüşlerdir (E. Ruben & Dumludağ, 2015).

Kahneman ve Tversky’nin davranışsal iktisat yaklaşımı Herbert Simon’un davranışsal iktisat yaklaşımından farklıdır. Simon, baskın iktisadın, beklenen fayda teorisine dayanan bir rasyonel seçimin merkezindeki birey varsayımını anlamsız bulmaktadır. Buna karşın Kahneman ve Tversky beklenen fayda teorisinin rasyonel seçimin normatif bir teorisi olarak kabul edilebileceğini öne sürmektedir. Buna göre, beklenen fayda teorisi sadece normatif bir teoridir ve gerçekte gözlenen insan davranışının hatasız bir tanımlaması değildir. İktisatçılar normatif teoriyi terk etmek yerine bu teoriye uygun bir tanımlayıcı karşılığı araştırmalıdır (Heukelom, 2014). Diğer bir fark ise ilişkidir. Simon ilişkiyi bilişsel kabiliyet-iktisat arasında kurmaktadır ve bireyin bilişsel kapasitesi bakımından yetersiz olmasına vurgu yapmaktadır.

Kahneman ve Tversky ise bilişsel kabiliyet-iktisat ilişkisinin yanı sıra psikoloji-iktisat arasında da ilişki kurmaktadır ve insan davranışının tanımlanmasındaki hataların ortadan kaldırılması için davranışsal psikolojinin oldukça yararlı araçlar ortaya koyulabileceğine vurgu yapmaktadır.

Genel olarak Simon normatif teorinin terk edilmesini, Kahneman ve Tversky ise tanımlayıcı çalışmalarla normatif teorinin geliştirilmesi gerektiğini öne sürmektedir (Kırmızıaltın, 2018).

1.3.3.2.2. Richard Thaler’ın İktisadi Düşünce Anlayışı

Davranışsal iktisadın yıllar ilerledikçe büyümesi, birçok araştırmacının ortak çabasının bir sonucudur. Öte yandan ilk baştan beri davranışsal iktisadın yükselişinin merkezinde yer alan kişilerin başında birisi varsa o da 2017 yılı Nobel Ekonomi Ödülü sahibi Richard Thaler olacaktır. Thaler, ana akım iktisadın savunduğu ve ana akım rasyonaliteyle bağdaştırılamayan birçok anomaliyi ortaya çıkartıp belgelemiştir. Öte yandan psikolojik olarak daha gerçekçi varsayımlara dayanan yeni nesil modeller geliştirmiştir. Son olarak Thaler’ın davranışsal iktisada en önemli katkılarından birisi ise insanlara daha iyi ekonomik karar almanın yollarını ve çeşitli politika yapıcılara rehberlik edici yönlerini ortaya koymasıdır (Barberis, 2013).

Thaler, Beklenti Teorisi’nin ortaya koyduğu sonuçlar üzerinden ilerleme göstermiştir. Ana akım iktisadın betimlediği mükemmel insan ile Beklenti Teorisi’nde betimlenen hata yapan insan arasındaki farkı “econ”lar ve “insan”lar olarak ifade etmiştir (R. Thaler & Sunstein, 2017).

Thaler, davranışsal iktisadın merkezine ana akım iktisadın belirttiği econ değil insanı koymaktadır, böylece iktisadi kararlarda hataları, tutkuları, bilişsel yetenekleri göz önüne alan bir seçim teorisinin inşa edilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Thaler’ın davranışsal iktisada en önemli kavramsal katkıları; sahiplenme etkisi, zihinsel muhasebe ve batık maliyet etkisi’dir (Kırmızıaltın, 2021).

Davranışsal iktisadın geçmişine bakacak olursak geleneksel iktisatta sorgulanan ve eleştirilen temel düşünce rasyonellik varsayımdır. Bu varsayımdan sapmalar neticesinde davranışsal iktisatta çeşitli modeller kurulmaktadır. Bu nedenle rasyonalitenin kavramsal olarak ifade edilmesi önem arz etmektedir.

1.4. RASYONALİTE

En genel anlamıyla, rasyonellik bir düşünce veya eylemin mantık kurallarına uygun gerçekleşmesi ve tabiri caizse çelişmemesi anlamına gelmektedir (Demir & Acar, 1992). Ekonomide ise, daha çok veri şartlar altında amaca ulaşmak için en uygun araçları kullanma durumunu ifade etmektedir.

Rasyonalite, insanın karar alırken, seçim yaparken hangi unsurları ne ölçüde dikkate aldığına ilişkindir. Birçok disiplindeki davranış bilimcileri, insanları “rasyonel” karar verme sürecinden saptıran bilişsel önyargıları uzun süredir araştırmaktadır. Rasyonellik, felsefeden mantığa, psikolojiden ekonomiye, ilahiyattan tarihe kadar tüm sosyal alanlarda üzerinde durulan temel kavramlardan biri olmuştur (Jaeger vd., 2020). Beşeri ilişkilere ilişkin açıklamada bulunan ve insanın karar alma ve seçim süreçleriyle ilgilenen iktisat, sosyoloji psikoloji gibi disiplinlerde rasyonalite birçok tartışmaya neden olmuştur. Çünkü disiplinler arasında ve hatta aynı disiplinler içerisinde bile rasyonalite anlayışı tekleştirilmemekte, ortak bir rasyonalite anlayışında mutabık kalınamamaktadır (Kırmızıaltın, 2017).

Boland’a göre neoklasik rasyonelliğin mantığı şu şekilde açıklanabilir: En yakın arkadaşımız banka soymuş olsun. Ona bunu neden yaptığını sorduğumuzda, neoklasik metodolojiye göre kendini motive eden şeyi ve amacına ulaşmasını engelleyen sınırlamaları sormuş oluruz. Eğer herkesin aynı koşullar altındayken bankayı soyacağını bize ispatlayan bir yanıt alırsak bireyin davranışını rasyonel davranış olarak değerlendirebiliriz (Boland, 2005). Bireylerin yalnızca kendi çıkarları ekseninde hareket ettiğini ilk kez sistematik bir şekilde savunan kişi Jeremy Bentham’dır. 1780 tarihli ünlü kitabı *Principle of Utility*’de toplumu “bireylerin toplamı”na indirgemıştır. Toplumun çıkarları da bireylerin çıkarları toplamına eşit olmaktadır. Bentham bu toplamı ele alırken herhangi bir güçlük algılamamış ve fayda ve acının nesnel bir biçimde ölçülebileceğini öne sürmüştür (Keen, 2003).

Rasyonalite veya rasyonel davranış doğrudan veya dolaylı bir şekilde insan eylemine atfetmektedir. Eylemin rasyonelliğinden bahsetmek için öncelikle bilinçli bir eylem olması gerekir, bilinç dışı yapılanlar eylem olarak kabul edilmeyecektir. Bireyin zihninde ya da bilişsellğinde, belirli bir kalıba göre eylemde bulunmak rasyonel olarak

kodlanır ve bu kalıbın dışındaki eylemler rasyonel olmayan veya irrasyonel olarak damgalanır (Kırmızıaltın, 2017).

Rasyonellik ve kendi çıkarını düşünme günümüz modern insanını ifade ederken kullanılan iki özdeş kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak ikisi de modern insanın betimlenmesinde kullanılmasına karşın biri “iyi” diğeri “kötü” bir görünüme sahiptir. İyi olan rasyonel olmak; kötü olan ise kendi çıkarının peşinde koşmaktır. İlginç olan ise, rasyonelliğe tüm sosyal bilimler sahip çıkarken, kendi çıkarı peşinde koşmak iktisadın kucağında kalmış gibi durmaktadır. Öncelikle ifade etmek gerekir ki, iktisatta belirtilen kişisel çıkar bencillikle eş anlamlı değildir. Bencillik, insanlarda değişik düzeylerde görülen bir psikolojik durumdur. Kişisel çıkarını gözetme ise mevcut şartlarda en çok fayda beklenen seçeneklerin diğerlerine tercih edilmesini ifade eden bir karar verme biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Demir, 2013).

Öte yandan, herkes için rasyonellik çok da arzulanan bir durumda değildir. Bunun nedeni, bireylerin çoğunun hayat planı, diğer bireylerin rasyonel olamayabileceği teorisi üzerine kuruludur. Hatta planlarını başkalarının irrasyonelliklerinden kazanç sağlama üzerine bile kurabilirler. Toplumsal roller ve meslekler genelde bu duruma göre şekillenmektedir (Demir, 2013).

Kişinin aleyhine somut bir zarar oluşmaması halinde, doğru olanı bildiğinin değil, duygusal olarak beğendiğini tercih ettiği bu gibi durumlar rasyonel irrasyonellik olarak açıklanmaktadır. Buna göre, rasyonel irrasyonellik, sonuçlarının bireysel maliyeti sıfır veya düşük olması halinde, kişilerin doğru bildiklerini değil, yanlış olmasına rağmen beğendiklerini tercih etmeleridir (Caplan, 2001). Ahlaki ve dini açıdan yanlış kabul edilen ekonomik sonuçları olan birçok eylemin hayat bulmasının nedeni, bireysel düzeyde takınılan bu rasyonel irrasyonel tutumdur. Bu durum, bireysel olarak kişinin yararına sonuçlanırken rasyonel olmasına rağmen, toplumsal anlamda kayıp ortaya çıkarmasından ötürü piyasanın etkin çalışmasını engellemektedir. Bireyler, irrasyonelliklerinin farkında olmayacak kadar irrasyonel değildirler. Fakat bazı irrasyonelliklere “zararsız” gördükleri için razı olmaktadır ve zararlı gördüklerinden ise kurtulmak için birçok kurumsal düzenleme yapmaktadırlar. Toplumsal kurumların yapısında bu irrasyonellikleri azaltma faktörünün rolünün göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Demir, 2013).

1.4.1. Rasyonalite Tanımları

Farklı iktisat akımları iktisadi bireyin kararlarındaki rasyonelliği farklı şekillerde ifade etmişlerdir. Bu yüzden, rasyonalite iktisatta farklı anlamlarda kullanılan araçsal bir kavram olarak kabul edilmesi beklenmelidir. Başka bir deyişle, rasyonel davranışın nasıl bir davranış biçimi olduğunu, iktisadi düşünce tarihinin belirli dönemlerinde farklı şekillerde tanımlandığı söylenebilir (Akdere & Büyükboyacı, 2015).

1.4.1.1. Araçsal Rasyonellik

Araçsal rasyonellik, veri şartlar altındayken amaçların yerine getirilmesi için en uygun araçların kullanılmasıdır. Günümüze gelindiğinde, iktisatçılar arasında, bireylerin karşılaştıkları bütün seçeneklere ilişkin sınırsız bilgi ve bu bilgileri işleme yeteneğine sahip olduklarını varsayan öznel rasyonellik yerine, kısıtlı bilgi ve muhakeme yeteneği ile işlem yaptıklarına işaret eden sınırlı rasyonelliğin daha gerçekçi olduğu öne çıkarılmaktadır. Araçsal rasyonellikte daha çok eylemler söz konusu olmaktadır. Örneğin, kâr etmek isteyen bir firmanın maliyetleri düşürmesi, sınavdan yüksek not almak isteyen bir öğrencinin çok çalışması, yemekten önce ellerin yıkayan birinin mikroptan sakınması rasyonel bir davranış olmaktadır (Frey, 2002).

Rasyonelliği, hem kişiden kişiye hem de kişinin de içinde bulunduğu duruma göre çok hızlı değişen faydaya göre tanımladığımızda, bunun tamamen araçsal bir rasyonellik olduğunu ifade edebiliriz. Bu durumda araçsallık, faydayı merkeze koymaktan kaynaklanmaktadır. Yani rasyonel olmak, neyin fayda sağladığını ve o faydayı elde etmek için en makul araçların neler olduğunu bilmekle kalmayıp bunu yapmanın da doğru olduğunu kabul etmeyi elzem kılmaktadır (Demir, 2013).

Araçsal rasyonalite doğrudan eylem ile ilişkili bir rasyonalite olarak karşımıza çıkmaktadır (Kalberg, 1980). Araçsal rasyonalitenin temel hareket noktası nedensel bağlıdır. Yani amaç-araç bağı olarak ifade edebiliriz ve araçsal rasyonalite eyleyenin hedeflerini başarmasının en iyi yolu olarak belirtilebilir (Nozick, 1994). Dolayısıyla, araçsal rasyonalite kişinin hedefini en uygun şekilde ortaya koyup gerçekleştirmesi olarak da açıklanabilir. Birey belirli bir güdü ile eylemini gerçekleştirir ve bu eylemin başında amacına en uygun araç setini tercih etmektedir (Kırmızıaltın, 2017).

Pratik akıl yürütmenin ve doğrudan an'a ilişkin bir değerlendirmenin söz konusu olduğu, salt amaç-araç ilişkisi bağlamında tanımlanan saf araçsal rasyonalite nedensellik ilişkisine dayanması sebebiyle rasyonalitenin merkezine akli koymaktadır. Veri kısıtlar altında bir seçimin gerçekleştiğindeki eylemin sebebi güdüsel iken, hangi kararın rasyonel olduğunu belirleyen ise akıldır. Mantıksal olmak akla yatkın olmanın yanında amaç-araç ilişkisini en optimum şekilde kurgulamak ve bu koşula göre eylemi harekete geçirmek anlamına gelir (Kırmızıaltın, 2017).

1.4.1.2. Epistemik Rasyonellik

Epistemik rasyonellik ise inanç alanıyla alakalıdır. İnanıp inanmamaya karar vermemizi sağlamaktadır. Örneğin, bir hafta sonra sınav olacağına inanmak hangi durumda rasyoneldir? İneklerin uçacağına inanmak rasyonel midir? İnançların rasyonel olması için delillerle desteklenmesi ve en azından eldeki delillerle uyum içinde olması gerekmektedir (Frey, 2002).

Epistemik ve araçsal rasyonellik arasındaki en önemli fark, beklenen fayda sağlandığında araçsal rasyonelliğin, yeterli kanıt olduğunda da epistemik rasyonelliğin gerçekleşmesidir. Dolayısıyla, inançlar beklenen veya istenen sonucu sağladıklarında değil doğruluğuna ilişkin “yeterli kanıt” sunulduğunda rasyonel olmaktadır (Hamilton, 2011).

Bazen epistemik olarak rasyonel görülen şey, araçsal olarak rasyonel olmayabilir. Birey, ikisi arasında tercihte bulunmak zorunda kalabilir. Bu gibi durumlarda maliyetler uzun dönemde ortaya çıktığı için daha çok inançların feda edilmesi ortaya çıkabilmektedir. Özetle, bireyler zaman zaman bilerek yanlış olduklarına inandıkları eylemlerde bulunabilirler (Demir, 2013).

1.4.1.3. Teorik Rasyonalite

Teorik rasyonalite eylem ile dolaylı bir ilişkisi olan rasyonalitedir (Kalberg, 1980). Teorik rasyonalitede, yaşanan ilişkisellik de hesaba katılarak insan eylemleri sorgulanıp “doğru” inşa edilmeye veya “doğru” bulunmaya çalışılır. Dolayısıyla teorik rasyonalite “doğru”nun ne olduğuyla ilgilidir (Toplak vd., 2010). Bu rasyonalitede tesadüfe mahal

bırakmayacak biçimde “doğru” inanca ulaşmak yanlış inançtan sakınmak hedeflenmektedir (Ludwig, 2004).

Araçsal rasyonalitede pratik akıl yürütme durumu söz konusuysen teorik rasyonalitede ise teorik akıl yürütme hâkimdir, pratik akıl yürütmede ne yapılacağına karar verilirken teorik rasyonalitede neye inanılacağına karar verilir (Harman, 2004). Teorik akıl yürütme doğrudan anın içinden bir çıkarım yapma, eylemi harekete geçirme değil, eylem ve eyleme neden olan faktörler için doğru bir inanç ve beklenti ortaya koymayı hedeflemektedir (Kalberg, 1980). Teorik rasyonalite doğrunun ne olduğuyla ilgili olan, eylemleri yaşandığı haliyle hemen kabul etmeyip sorgulayan veya eylemleri anlamlandırmaya uğraşan, bunu yaparken belirli bir inanç ve değer sisteminden tutarlı bir çıkarıma ulaşmayı amaçlayan ve bunun için algıyı, hafızayı ve akıllı kullanan bir rasyonalitedir (Kırmızıaltın, 2017).

1.4.1.4. Prosedürel Rasyonalite

Prosedürel rasyonalite de araçsal rasyonalite gibi doğrudan eylemle ilgili bir rasyonalite anlayışıdır (Kalberg, 1980). Eylem olarak prosedürel davranış, prosedürlerin veya genel kabul görmüş kuralların bir sonucudur. Buna bağlı olarak prosedürel rasyonalite, genel kabul görmüş prosedürel kurallara odaklanmaktadır (Audi, 2001). Prosedürel bir eylemin rasyonalitesi, sonuçtan ziyade prosedürlere uygun bir karar alma sürecinin yaşanıp yaşanmadığına bağlıdır. Prosedürel rasyonalitede de akıl bir hesaplama aracı (ratio) olarak algılanmaktadır. Fakat prosedürel rasyonalitede amaç-araç hesaplaması prosedürlere göre yapılmaktadır (Kalberg, 1980). Ne karar alınmalıdır sorusundan ziyade nasıl karar alınmalıdır sorusuna göre hareket edilmektedir.

Prosedürel rasyonalitede en iyiye ulaşmak değil, bireyin sınırları doğrultusunda bakarak çözümleri iyi yapmak söz konusudur (Weirich, 2004).

Özet olarak, prosedürel rasyonalitede genel geçer kabul görülen prosedürlere odaklanılmaktadır. Alınan kararların ötesinde karar alma süreçleri de hesaba katılmaktadır. Tarihsel ve sosyal bir varlık olan insan, içinde bulunduğu mekân ve zamanın prosedürlerine göre hareket etmektedir. Bu anlayış evrensel olmamakla birlikte, o an için nesneldir denilebilir (Kırmızıaltın, 2017).

1.4.1.5. Tözel Rasyonalite

Tözel rasyonalite de eyleyenin nedensellik bağından bağımsız olarak bir “arzu”ya sahip olmak için bir nedeninin olması anlamına gelmektedir (Hooker & Streumer, 2004). Tözel rasyonel olmak için geleceğe yönelik ve belki de ahlaki birtakım kaygıların olması gereklidir. Simon, tözel ve prosedürel rasyonalite ayrımını şöyle yapmıştır: tözel rasyonaliteyi, prosedürel rasyonelitenin aksine optimal davranış olarak, ‘veri hedeflerin uygun bir şekilde başarılması’ olarak ifade eder. Yani Simon’a göre tözel rasyonalite en iyi çözümleri hedeflemektedir (Kırmızıaltın, 2017).

1.4.2. Rasyonel Birey

Neoklasik iktisat, her şeyi birey temelinde ilerlettiği için “bireylerin” mümkün olduğu kadar dar bir biçimde tanımlanması gerekmektedir. Bu nedenle bireylerin “rasyonel” olduğu varsayılmıştır. Rasyonellik hipotezi neoklasik teorinin ayakta kalması için en elzem hipotezdir (G. T. Acar, 2016).

İktisadi insan (homo economicus), iktisat biliminin karar birimi olan bireyin, rasyonellik ve kendi çıkarını gözeterek davranma özellikleri öne çıkarılarak kavramsallaştırıldığı bir soyutlamadır (Demir, 2013).

Kişilerin kendilerine en fazla kar veya fayda sağlayan seçeneklere yöneldiklerini varsayan davranışları “rasyonel davranış” olarak tanımlanmaktadır (Zouboulakis, 2014).

Rasyonel birey, duygularının yönlendirilmesinden daha çok, mantık kurallarına uygun düşünen, tercihlerinde tutarlı davranış gösteren, olay ve olgular arasındaki ilişki doğru bir zemine oturabilen bireydir (Demir, 2013). Rasyonel bireyler, irrasyonellikten sakınmanın bedeli ile rasyonelliğin beklenen faydasını karşılaştırırlar. Bu değerlendirme sonunda, bazı durumlarda bireyler kendi yararına olacak bir biçimde “irrasyonel” olabilirler.

Bireyin eyleminin rasyonel olması için isteğin veya inancın da rasyonel olması ve bunun da irade ile desteklenmesi gerekmektedir. Eğer istekler gerçekleşmesi imkansız nitelikteyse bunlara rasyonel diyemeyiz buradaki imkansızlığın hem mantıksal hem de olgusal boyutları olabilmektedir. Bir isteğin karşılanmasının mümkün olup olmadığını mevcut bilgi, tecrübe ve mantıksal muhakemeye göre kararlaştırılır. Ekonomik durumu

alt seviyelerde olan birisinin lüks malları satın alma isteği irrasyonel olarak ifade edilebilmektedir. Öte yandan insan istekleri gerçekleşmesi halinde kişi eğer mutsuz olacaksa o durumda da irrasyonel bir tutum sergilenmiş diyebiliriz. İsteklerin karşılanma amacı kişinin mutlu olmasını amaçladığı için mutsuz edilecek isteklere sahip olmak ya da o istekleri karşılamaya çalışmak da irrasyonel olmaktadır (Demir, 2013).

Herkeste birbirinden farklı oranlarda görülen eksik bilgi, eksik muhakeme, yanlış hafıza ve eksik irade olmasından ötürü, tüm bireylerin her konuda tam bilgi, muhakeme ve irade sahibi olan tam rasyonel birey tanımındaki gibi olması beklenmemektedir (Demir, 2013).

1.4.3. Rasyonaliteyi Engelleyen Faktörler

Kişi rasyonel tercihte bulunmak istemektedir. Fakat sahip olduğu bireysel kısıtlar buna engel olmaktadır. Bunları, eksik bilgi, eksik gelecek tahmini, unutkanlık, duygusallık, yorgunluk, değişim ve yetersiz irade gibi faktörler olarak sıralayabiliriz (Demir, 2013):

Bénabou & Tirole (2003), ultra rasyonel iktisadi bireyi, iyi yağlanmış bir makineye benzeterek, eksik irade, eksik bilgi ve eksik hatırlamayı da makinenin içine karışmış bir tutam kum tanesine benzetmektedir. Kum taneleri olmazsa makine akıcı bir şekilde çalışacaktır.

Eksik bilgi, bireylerin tercih etme davranışlarının rasyonellikten uzaklaşmasının temel nedenleri arasında gösterilmektedir. İktisat biliminde tam bilgi varsayımını hatırlayacak olursak, bireylerin karar süreçlerinde, olası seçenek ve sonuçlar açısından tüm bilgilere eksiksiz sahip olduklarını varsaymaktadır. Tam bilgi varsayımı aslında ütöpiktir. Ancak bilgi ne kadar tama yakın olursa, karar da o kadar rasyonel olur denilebilmektedir. Bireyin tam bilgi sahibi olamayışının en temel gerekçesi, kişinin bilme imkân ve kabiliyetlerinin sınırsız ve maliyetsiz olmamasıdır. Bilgi edinmenin kendisi de bir faaliyettir ve bilgiyi edinme süreci zaman ve çaba gerektirmektedir, dolayısıyla bilginin de bir maliyeti bulunmaktadır. Bazen ve hatta çoğu zaman, tam bilgi sahibi olmak için harcanan para, zaman ve emek maliyetinin, rastgele bir kararın olası en yüksek maliyetini aşması da söz konusu olabilmektedir. Böylece, bir karara yönelik bilgi

edinmek, bilgi edinmemekten daha maliyetli olabilir ve bireyler rasyonel bir kararla bilerek ve isteyerek bilgi edinmemeyi tercih edebilirler.

Tam rasyonel davranış, kişilerin mevcut bilgi ve yetenekleri çerçevesinde “şimdi”nin yanı sıra “gelecek”te de gerçekleşecek sonuçları bugünden tahmin edip toplam kazanç ve kayıp dengesine göre karar almalarını gerektirmektedir. Ancak, insan gözünün uzaktaki nesneleri olduğundan daha küçük görmesine benzer bir şekilde gelecekle ilgili tahminde de bir yanılgı söz konusu olabilmektedir. Yanılmaya yol açan ise, bir bütün olarak geleceğin küçümsenmesi değil, bireylerin gelecekteki olası kayıp ve kazançları bugüne taşıırken farklı biçimde ağırlıklandırmasıdır. Genellikle gelecekteki kazançlara, kayıplardan daha büyük ağırlık verilir.

Tam bilgi varsayımı, homo economicusun ilgili tüm bilgiye sahip olduğu kadar, bildiği hiçbirşeyi de unutmadığını varsaymaktadır. Halbuki unutkanlık insanın temel özelliklerindendir. Unutkanlığın bir ekisklik olduğu bilinmektedir ve bunun olumsuz yanlarını önlemek için çeşitli tedbirler alırız. Örneğin unutmayalım diye çoğu yerde aynı şifremizi kullanabiliriz.

Hissedilen duygunun niteliğine ve yoğunluğuna göre kararlar bu durumdan hem olumlu (rasyonellik yönünde) hem de olumsuz (rasyonelliğin tersi yönünde) etkilenebilir. Duyguların her durumda muhakemeyi farklı nedenlerle etkilediği açıktır. Bireyler, duygusal baskı altında olduklarında rasyonel olmayan kararlar vermeye daha meyilli olmaktadır. Öte yandan, bireyler çevrelerindeki duyu ve düşüncelerinde de çok etkilenebilir ve irrasyonel kararlar verebilirler. Grup üyesi olan kişiler, gruptan dışlanma veya gruba bağlılığın azalması sonucunu doğurabilecek durumlardan kaçınmak için rasyonel olmayan kararlar verebilirler. Kişi, başkalarının ayıplamasından çekindiği için yapamayacağını bildiği taahhütlerde bulunabilir.

İnsan bedeni gibi zihni de çalışmak için sınırsız enerjiye sahip değildir. Bir karar aşamasında olası tüm seçenekleri ele alıp her birinin fayda ve masraflarını değerlendirip karşılaştırmak için insanın gerekli bilgi ve zamanın yanında belirli bir zihinsel enerjiye de sahip olması gerekmektedir. Bu enerji azaldığında muhakeme yaparken yanlış değerlendirmeler ve işlem hataları ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, deneylerde art arda değişik kararlar vermeye zorlanan kişilerin aynı düzeydeki kararlarda son deneye doğru ilerledikçe daha az rasyonel davrandıkları gözlenmiştir (Baumeister, 2003). Ayrıca zihin

yorgun olmasa bile dikkat eksikliği de işlem hatasına neden olabilmektedir. Sonuç olarak, insan zihninin karmaşık işlemleri yapabilecek kapasitede olması, onun enerjisinin hiç bitmeyeceği, her zaman aynı enerjide muhakemede bulunacağı ve dolayısıyla her zaman rasyonel karar vereceğini garantilemez.

Öte yandan bireylerin zevk ve tercihlerinde beklenmedik veya şiddeti tam olarak bilinmeyen bir değişim meydana gelebilir. Dolayısıyla zaman geçtikçe kişiler daha önceki tercihleriyle uyuşmayan yeni tercihlerde bulunabilirler, yani istikrarsız ve tutarsız (sonuç olarak irrasyonel) davranış gösterebilirler.

İktisatçılar ve psikologların ortak araştırmalarına bakıldığında, günlük iktisadi karar süreçlerinde bireyleri rasyonellikten uzaklaştıran çok sayıda bilişsel yanılgıya işaret edilmektedir. Zihnin çalışma biçimiyle ilişkili olmasından ötürü bu yanılgıların birçoğu, olağan düşünme biçimine evrildiği için bireyin kendi başına onlardan sakınması pek de kolay olmayacaktır. Hatta bu yanılgılara irrasyonellik denmesi halinde irrasyonelliğin de rasyonellik gibi düzenlilik gösterdiği ve bu öngörülebilir bir irrasyonelliğin olduğu savunulmaktadır (Ariely, 2010). İrrasyonaliteye neden olabilen bazı ön yargı ve yanılgılara değinerek açıklamalar yapılabilir. Bu önyargılardan bazılarını ise örnekleme yanılgısı, sahiplik yanılgısı, aşinalık önyargısı ve aşırı güven önyargısı olarak sıralayabiliriz.

Örnekleme yanılgısı: Tam bilgi sahibi olamama, olsa da farklı gerekçelerle duruma hükmedememe nedeniyle, yargıda bulunurken örnekleme yapmak bir zorunluluk haline gelebilir. Örnekleme, bir evrenin özelliklerini, onu temsil ettiği düşünülen küçük bir örneğinden elde etme anlamına gelmektedir (Demir & Acar, 1992). Öncelikle insan zihni, olayların istatistiksel olasılıklarını tam hesaplamadan, daha önce kaydetmiş olduğu olay ve durumlara göreceli olarak daha fazla önem ve öncelik vermektedir. Genelde, olayların başlangıç ve bitişlerini kaydedip ara süreçleri atlamaktadır. Bir sonraki benzer durumda da sadece hatırladıklarına öncelik vermektedir. Bu durumda yanılmanın riskinin üstlenerek genellemeler yaparlar, çok az gözlemden çok büyük yargılar üretilebilir. Bu da bireyleri rasyonellikten uzaklaştırabilir. Dolayısıyla, zihin istatistikçi gibi davranır ve örneklem kullanmayı sever, büyük sayılarsa küçük sayılarla işlem yapmayı tercih etmektedir.

Sahiplik yanılgısı: Varlıkların bireyler tarafından algılanan değeri, mülkiyet durumuna göre değişim gösterebilir. Sadece maddi varlığı olan nesnelerin değil, değer atfedilen her şeyin sahiplik durumu değiştiğinde, algılanan değerinde de değişim meydana gelmektedir. Ulusal değerlerden, kişisel değerlere kadar her alanda varlıklara ilave bir değer katıldığını görebiliriz.

Sahiplenme etkisi sadece kâr konusu olan metalar için söz konusu değildir. Kâr amacı gütmeyen faaliyetlerde de sahiplenme etkisi ortaya çıkabilmektedir. Örneğin müzeler, ellerindeki tabloları, sırf ellerinde oldukları için daha fazla anlam atfetmektedirler. Ama müze dışında bulunan denk bir tabloyu, hem de daha düşük fiyattan alıp koleksiyonlarına katma konusunda aynı düzeyde satın alma isteğinde bulunmazlar (Frey, 2002).

Aşinalık Önyargısı: Rasyonellik, tercih yaparken alternatif durumlar arasından en makul olanı seçmeyi gerektirmektedir. Bilhassa tercih konusu insan olduğunda, alternatif durumlar arasında karar alırken tanışıklık, karar vereni daha fazla yanlı bir tutum almaya yöneltmektedir. Böylece, aşinalık genelde tanıdık olana olduğundan daha fazla değer atfetme veya tam tersi tanıdık olmayana daha az değer verme olmak üzere iki açıdan da irrasyonelliğe kapı aralamaktadır. Örneğin, suç oranları düşük olmasına ve tehlikeyi işaret eden başka bir gösterge bulunmamasına rağmen ilk kez gidilen bir şehir yaşanan şehre göre daha tehlikeli algılanmaktadır (Coyle, 2010).

Aşırı Güven Önyargısı: Kendine güven birçok toplumda bireyin sahip olması öngörülen olumlu ve güçlü özellikleri arasında yer almaktadır. Aşırı güven, bireylerin, sahip oldukları bilgilere aşırı güvenmelerine, riskleri düşük tahmin etmeye ve olayları denetlemedeki becerileri abartmaya sevk ederek yanılgıya düşürmektedir. Öte yandan, aşırı özgüven bireyleri daha fazla risk almaya sevk etmektedir (Demir, 2013).

Geleneksel iktisadi düşüncenin merkezi konumunda bulunan rasyonaliteden sapmalar ile davranışsal iktisat kendi yol haritasını çizmiştir. Bu kapsamda rasyonel bir anlayışla oluşturulan karar mekanizmaları beklenen fayda modeli ile açıklanmaktadır. Beklenti teorisindeki varsayımların eleştirilerinden hareketle beklenti teorisi ortaya atılmıştır. Davranışsal iktisadın gelişimi için önem arz eden beklenti teorisi rasyonalite varsayımını sorgulamaktadır

1.5. BEKLENTİ TEORİSİ

Davranışsal iktisadın bugüne kadar kapsamını ve etkilerini görmek için iki temel olgu gösterilebilir. Bunlar; beklenti teorisi ve davranışsal içgörüler (Bao & Robinson, 2022).

Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin 1979'da Beklenti Teorisi'ni yayınlaması, davranışsal araştırmalar için bir kilometre taşıdır. Beklenen fayda modeli kusursuz bir psikolojik durum olmamasına rağmen, insanların karar verme davranışlarına en yakın ilk çabadır (Dukas, 1998). Beklenti Teorisi, referans bağımlılığını, kayıptan kaçınma ve karar ağırlıklandırma gibi varsayımlar sunarak Beklenen Fayda Modeli gibi klasik ekonomik modelleri daha gerçekçi bir zemine oturtmuştur. Davranışsal iktisadın temelini başlatan bu teori hem saha çalışmalarında hem de laboratuvar ortamlarında kabul edilebilir bir konuma gelmiştir (Barberis, 2013; DellaVigna, 2009).

Bireyler, günlük karar alma süreçlerinde risk ve ödülleri kazanç ve kayıplara göre ağırlıklandırmaktadır. Yapılan çalışmalar ışığında risk ve belirsizlik altındaki kararları ölçen birkaç model önerilmiştir. Risk altında karar vermeyi araştırmak için en etkili modellerden biri Kahneman-Tversky Beklenti teorisi (1979) olmuştur. (Votinov vd., 2022). Teori kararların potansiyel sonuçlarını (beklentileri) kazançlar, kayıplar ve bunlarla ilişkili olasılıklar açısından bilişsel olarak nasıl temsil edildiğinden etkilendiğini varsaymaktadır. Bu nedenle rasyonel bireyler, değeri, olasılığı ve kümülatif serveti ağırlıklandırarak sonuçları optimize etmeyi amaçlamaktadır. Beklenti teorisine göre p olasılıkla x ödeyen ve aşağıdaki gibi gösterilebilen basit bir $V(x,p)$ değeri:

$$V(x, p) = v(x)\omega(p) \quad (1)$$

Beklenti teorisine göre 50 €'luk bir kayıp 50 €'luk bir kazançtan daha fazla hissedilmektedir. Bu durum kayıptan kaçınma eğilimini yansıtmaktadır. Genel olarak, beklenti teorisi, karar vericilerin kazançları ve kayıpları farklı şekilde ağırlıklandırıdıklarını ve algılanan kayıplara algılanan kazançlardan daha fazla ağırlık verdiklerini savunmaktadır. Bu durum, bireylerin mutlak sonuçlardan ziyade bir referans noktasına göre beklenen faydalarını düşündüklerini göstermektedir.

Beklenti teorisine göre, üzerinde düşünülen olasılıklar için değerler ve karar değerlendirmeleri -olasılıklarla ilgili öznel değerlendirmelerimiz- zihnimizde

simgelediğimiz andan itibaren; her bir olasılık için, değerleri ve karar değerlendirmelerini birleştirerek özet bir değerlendirme tablosuna dönüştüren bir beklenen değer hesaplaması yapılır. Bu teorideki hesaplama, beklenen fayda teorisindeki hesaplamaya benzese de hem çerçeveleme etkileri hem karar değerlendirmeleri, akla yatkınlığın matematik ve ekonomi ilkelerini ihlal etmektedir. Beklenti teorisi karar vermede etkili pek çok davranış modelini tanımlamaktadır (E. E. Smith vd., 2014).

Beklenti teorisi insanların mükemmel rasyonel seçiciler olmadığını savunmaktadır ve insanların seçimlerini tanımlayacak bilişsel kabiliyet ve iktisat ilişkisi kurmayı amaçlamaktadır (Kırmızıaltın, 2018). Beklenti teorisi, karar vermenin ilk adımının, kararlar ilgili koşulları çerçeveleştirerek söz konusu olasılıkları anlamak olduğunu ileri sürmektedir. Çerçevelemek bazı niceliklerin basitleştirilmesini ve birleştirilmesini ve bir referans noktasına bağlı olarak mümkün olabilecek kazanç ve kayıpların değerlendirilmesini içermektedir. Bu referans noktası ya da “çıpa”, genellikle karar verilmeden önceki mevcut durumdur. Beklenti teorisine ait orijinal iddia budur: Bahsedilen referans noktası sabit değildir; aksine sıklıkla güncellenir. Sonuç olarak, bu teori yeni bir şeye sahip olduğumuzda referans noktamızı güncellediğimiz fikriyle sahiplenme etkisini açıklamaya çalışmaktadır (E. E. Smith vd., 2014).

1.5.1. Beklenti Teorisini Açıklayan Etkiler

1.5.1.1. Kesinlik Etkisi

Beklenen fayda modelinde kararlar sonuçların olasılıklarına göre ağırlıklandırılmaktadır. Yani olasılık değeri ve fayda çarpılıp çıkan sonuçlar arasında büyük olan tercih edilmektedir. Fakat yapılan çalışmalar göstermektedir ki bireylerin kesin olarak değerlendirdiği sonuçlar daha fazla ağırlıklandırmaktadır. Yani olasılık değeri ile fayda çarpıldığında çıkan beklenen faydalar arasında, eğer kesin bir seçenek bulunuyorsa bu seçenek beklenen fayda bakımından küçük olsa bile tercih edilebilmektedir. Buna kesinlik etkisi denilmektedir. Kesinlik etkisini Kahneman ve Tversky (1979) makalesinde ele alınan problemlerden de örnek olarak görebiliriz.

Problem 1:³

A: (4000, 0.80) ya da B: (3000)

N: 95 [20] [80]

Problem 2:

C: (4000, 0.20) ya da D: (3000, 0.25)

N: 95 [65] [35]

Problem 1 için beklenen fayda hesaplandığında $A > B$ olmaktadır. Matematiksel olarak da ifade edecek olursak:

$$A = 0.80 * u(4000\$) + 0.20 * u(0) = 3200\$$$

$$B = 1 * u(3000\$) = 3000\$$$

Problem 2 için beklenen fayda hesaplandığında ise $C > D$ olmaktadır. Matematiksel olarak da ifade edecek olursak:

$$C = 0.20 * u(4000\$) + 0.80 * u(0) = 800 \$$$

$$D = 0.25 * u(3000\$) + 0.75 * u(0) = 750\$$$

İki problemi karşılaştırdığımızda tutarlılık ilkesi gereğince, Problem 1’de beklenen faydası düşük olan B tercih ediliyorsa Problem 2’de de beklenen faydası düşük olan D tercih edilmelidir. Fakat Problem 1’de beklenen faydası düşük olan tercih edilmekteyken Problem 2’de ise beklenen faydası yüksek olan tercih edilmiştir. Bunun nedeni ise Problem 1’de beklenen faydası küçük olanın bir kesinlik barındırmasıdır. Bireyler kesin olarak değerlendirdikleri sonuçları olasılıklı sonuçlara göre daha fazla ağırlıklandırırdıklarından dolayı beklenen faydası düşük dahi olsa kesin olanı tercih etmektedir (Kahneman & Tversky, 1979).

³ Probleme göre 95 kişiye A ve B seçenekleri sunulmuştur. A seçeneğine göre %80 ihtimalle 4000 birim kazanç sunulurken B seçeneğinde 3000 birim kesin kazanç sunulmaktadır. A seçeneğini katılımcıların %20’si tercih ederken B seçeneğini katılımcıların %80’i tercih etmektedir.

1.5.1.2. Yansıma Etkisi

Kesinlik etkisinde analizler kazançlar üzerinden yapılmıştır. Dolayısıyla kayıplar hesaba katılmamıştır. Yansıma etkisinde ise kayıpların olduğu durumlar incelenmektedir. Pozitif beklentilerle (kazançlarla) bunların aynısı negatif beklentiler (kayıplar) karşılaştırılmaktadır. Yapılan çalışmalara göre elde edilen sonuçlar şudur: pozitif alanda kesinlik etkisi tercihlerde riskten kaçınmaya (daha düşük kesin kazancın olası daha yüksek kazançla tercih edilmesine) neden olurken, negatif alanda risk aramaya (olası daha yüksek kaybın kesin daha düşük kayba tercih edilmesine) neden olmaktadır. Buna yansıma etkisi adı verilmektedir (Kahneman & Tversky, 1979). Yansıma etkisini de Kahneman ve Tversky'nin çalışmalarından örnek yardımıyla gösterebiliriz:

Problem 3:

A: (4000, 0.80) ya da B: (3000)

N: 95 [20] [80]

Problem 4:

C: (-4000, 0.80) ya da D: (-3000)

N: 95 [92] [8]

Problem 3'te kazanç olduğu için bireyler kesin olanı (daha düşük beklenen faydayı) tercih etmekteyken –riskten kaçınırken- Problem 4'te kayıp olduğu için bireyler kesin olmayanı (olası daha yüksek kaybı) tercih etmektedir dolayısıyla risk peşinde koşmaktadırlar.

1.5.1.3. Çerçeveleme Etkisi

Çerçeveleme etkisi kavramı ilk olarak Tversky ve Kahneman (1981) araştırmalarında ortaya koyulmuş, ardından Kahneman ve Tversky (1984) ve Tversky ve Kahneman (1989) araştırmalarında yeniden ele alınmıştır.

Tversky ve Kahneman karar vericinin sonucu, fiiliyatı ve olumsuzlukları kavrayışının belirli bir kararla ilgili olduğunu belirtmişlerdir. Yani karar vericinin kavrayışını değiştirebilecek müdahaleler karar üzerinde etki göstermektedir. Bunu karar

çerçevesi olarak ifade etmektedirler. Çerçeve, seçim probleminin sunumu ve yanı sıra karar vericinin normları, alışkanlıkları ve beklentilerince yönetilmektedir. Bunların değişmesi karar çerçevesinin değişmesine, karar çerçevesinin değişmesi ise kararın değişmesine neden olmaktadır. Başka bir ifadeyle bir problemin farklı şekillerde çerçevelenmesi belirli bir duruma ilişkin farklı pencerelerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Özetle, problemin farklı ifade edilmesiyle tercihin değişmesine çerçeveleme etkisi adı verilmektedir (Tversky & Kahneman, 1981).

Çerçeveleme etkisi kavramını “Asya Hastalığı” problemiyle açıklayabiliriz:

Problem 1 (N:152) : ABD’nin 600 kişiyi öldürmesi beklenen ilginç bir Asya hastalığı salgınına hazırlandığını düşünelim. İki alternatif program önerilmektedir. Program sonuçlarının kesin bilimsel tahminlerinin aşağıdaki gibi varsayalım:

Program A benimsenirse 200 kişi kurtulacak [72]

Program B benimsenirse 1/3 olasılıkla 600 kişi kurtarılacak, 2/3 olasılıkla ise kimse kurtarılamayacak [28].

Bu iki programdan hangisini onaylarsınız.

Problem 2 (N:155) :

Program C benimsenirse 400 kişi ölecek [22].

Program D benimsenirse 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek, 2/3 olasılıkla ise hepsi ölecektir [78].

Aslında beklenen fayda değerlerini hesapladığımız zaman $A=C$ ve $B=D$ eşitliğini kolaylıkla görebiliriz. Ancak katılımcıların büyük bir bölümü Problem 1’de A, Problem 2’de ise D durumunu tercih etmişlerdir. Bunun nedeni karar çıktısının ölüm (kayıp) ve yaşama (kazanç) göre çerçevelenmesidir.

Bahsi geçen kesinlik, yansıma ve çerçeveleme etkisi, bireylerin psikolojik ve bilişsel karakteristiklerinin bazı yönlerini deneysel olarak ele alıp ortaya koymuştur. Bu yolla, beklenen fayda teorisinin temellerini sarsarak Beklenti Teorisi’nin ortaya çıkmasına zemin hazırlanmıştır.

1.5.2. Beklenti Teorisinin Temeli

Beklenti teorisi, rasyonel seçimi sınırlayan algı ve muhakeme ilkelerinden bazılarını açıkça ifade etme girişimidir (Kahneman & Tversky, 1979). Beklenti teorisi iki temel ayağa oturtulmuştur: Değer fonksiyonu ve Ağırlıklandırma fonksiyonu.

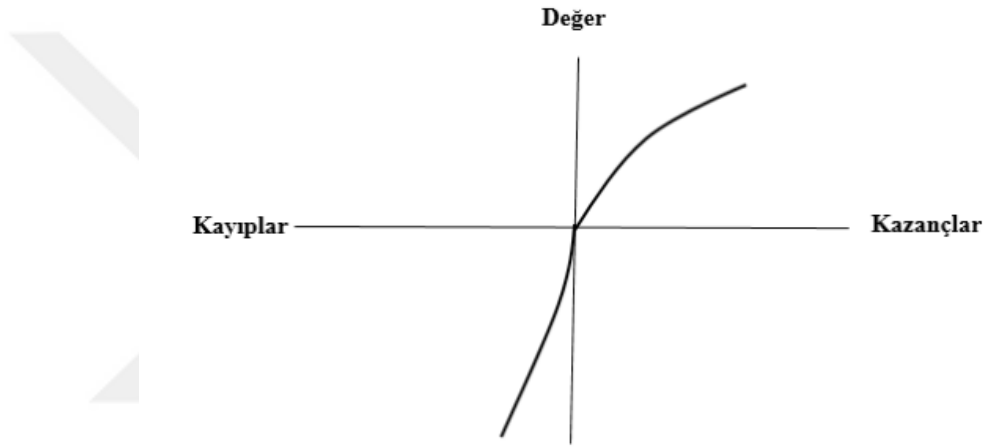
1.5.2.1. Değer Fonksiyonu

Bireyler nesnelere bir değer atfederken neleri dikkate alır ve bunları nasıl değerlendirir sorusunun cevabını değer fonksiyonu ile bulunur. Kahneman ve Tversky'e göre değer taşıyıcıları nihai durumlardan ziyade servet veya refahtaki değişimlerdir. Bu varsayım algı ve muhakemenin temel ilkeleriyle uyumluluk göstermektedir. Bizim algısal aracımız, mutlak büyüklüklerin değerlendirilmesinden ziyade değişim ve farklılıkların değerlendirilmesine uyum sağlamaktır. Bireyler sonuçları, servet ya da refahın nihai durumu olarak değil kazanç ve kayıp olarak algılamakta ve değerlendirmektedir. Kayıp ve kazançlar referans noktası dikkate alınarak tanımlanmaktadır. Referans noktası, sahip olunan mevcut varlık olarak algılanabilir, bu durumda kazanç ve kayıplar ise mevcut varlık durumunda meydana gelen değişimlerdir. Referans noktasının neresi olacağı ise sunulan beklentilerin formülasyonu ve karar vericinin beklentilerinden etkilenebilmektedir. Böylece, bireyler, beklenti noktasının değişmesine bağlı farklı değerlendirmelerde bulunabilir.

Deneyimin geçmiş ve şimdiki bağlamını bir adaptasyon düzeyi ya da referans noktası belirlemektedir ve uyarıcılar referans noktasına göre algılanmaktadır. Örneğin, veri sıcaklıktaki bir nesneye dokunmak, kişinin adapte olduğu sıcaklığa bağlı olarak sıcak ya da soğuk olarak değerlendirilebilir. Bu durum sağlık, servet gibi duyu dışı durumlarda da gerçekleşmektedir. Örnek olarak, aynı servet seviyesi bir kişi için yoksulluk olarak algılanırken başka bir kişi için ise büyük bir zenginlik anlamına gelebilir. Burada referans noktası, kişilerin mevcut varlıklarının durumudur. (Kahneman & Tversky, 1979). Burada değer iki değişkenin bir fonksiyonu olarak ele alınmalıdır: referans noktası olarak kullanılan varlık pozisyonu ve bu referans noktasından (negatif ya da pozitif) değişim göstermenin büyüklüğü.

Değer fonksiyonunun üç temel belirleyicisi bulunmaktadır (Kırmızıaltın, 2021):

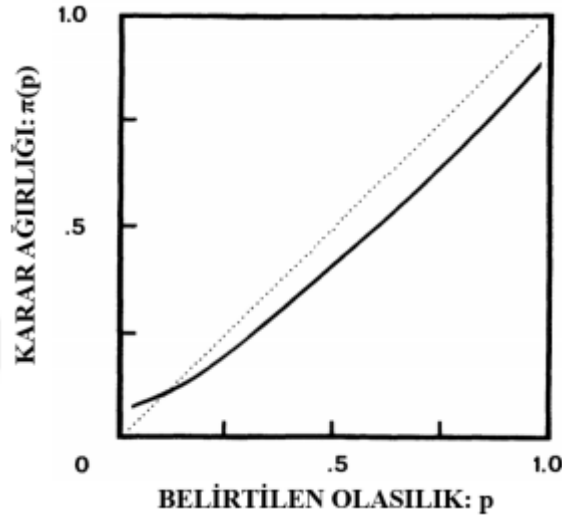
- Kayıplar kazançtan daha önemlidir. Aynı değerde kayıplara verilen tepkiler kazançlara göre daha güçlüdür. İnsanlar kayıptan kaçınmaktadır.
 - Kişi pozitif alandaysa yani kazanç söz konusu ise riskten kaçınmaktadır (Daha düşük kesin kazancı, olası daha yüksek kazançla tercih etmektedir)
 - Kişi negatif alandaysa yani kayıp söz konusu ise risk peşinde koşmaktadır (olası yüksek kaybı, kesin daha düşük kayba tercih etmektedir)
- Referans noktası değer verme sürecini, algılamayı etkilemesi sebebiyle etkiler.
- Çerçeveleme etkisi kişinin değer verme sürecini, kayıp ve kazanç değerlendirmesini etkiler.



Şekil 1.1. Beklenti Teorisinde Değer Fonksiyonu

1.5.2.2. Ağırlıklandırma Fonksiyonu

Ağırlıklandırma fonksiyonu, bireyler olasılıkları nasıl değerlendirir sorusuna cevap aramaktadır. Beklenti teorisinde her bir sonucun değeri bir karar ağırlığıyla çarpılmaktadır. Karar ağırlıkları beklentiler arasındaki seçimlerden oluşturulur. Yapılan çalışmalar, kazanç söz konusu olduğunda çok düşük olasılıkların fazla ağırlıklandırıldığını göstermektedir. Kişi bu gibi durumda genelde kesin kazanç ile olasılığa bağlı kazancı karşılaştırdıktan sonra kesin kazanç yerine yüksek kazancın olduğu çok düşük olasılıklı seçeneği tercih etmektedir. İnsanlar genelde çok düşük olasılıkları yok sayarlar, çok yüksek olasılıkları ise kesinmiş gibi ele almaktadır (Kahneman & Tversky, 1979).



Şekil 1.2. Beklenti Teorisinde Ağırlıklandırma Fonksiyonu

1.5.3. Kısa Yollar ve Yanlılıklar

Tversky ve Kahneman (1974) çalışmalarında, belirsizlik halinde bireylerin karar verirken kısayollardan ve bu kısa yolların neden olduğu yanlılıklardan faydalandığını ve bu kısa yollar sebebi ile sistematik ve öngörülebilir hatalara yol açabileceğini ifade etmişlerdir. Tversky ve Kahneman'a göre üç kısayol vardır: Temsiliyet, bulunabilirlik, ayarlama ve çıpalama.

1.5.3.1. Temsiliyet Yanlılığı

Bir şeyi sınıflandırmak, temsil etme derecesine göre kategorilendirme, mantıklı bir davranıştır. Bireyler, temel olasılık bilgileri ile bu bilgiye ters düşen bilgilerle donatıldıklarında, genellikle bilginin ne kadar iyi temsil ettiğine daha fazla önem verirler (Tversky & Kahneman, 1974). Ancak, temel olasılık bilgisini tamamen göz ardı ettikleri söylenemez. Örneğin, beyzbol koçları, solak atıcıların toplarını solak vurucuların daha iyi isabet ettireceğini bildikleri için genellikle solak bir vurucu kullanırlar (Koehler, 1996). Temsiliyet ile ilgili bir deney düşünelim: 6 para atışı yapıyorsunuz. Hangi sıralamanın daha yüksek bir gerçekleşme olasılığına sahip olduğunu düşünüyorsunuz, TYYTYT mı yoksa TTTYYY mi?

- TYYTYT gerçekleşme olasılığı daha yüksektir
- TTTYYY gerçekleşme olasılığı daha yüksektir
- İki dizilişinde gerçekleşme olasılığı aynıdır

Çoğu kişi, TYYTYT dizilimini daha olası bulsa da, para atışının sonucu tamamen rastgele bir olay olduğundan her iki sıralamanın gerçekleşme olasılıkları aynıdır. Tversky ve Kahneman'a göre (1974), temsiliyet yanlısaması nedeniyle insanlar rastgele olayların sıralamalarının da "rastgele" gözükmesi gerektiğini düşlerler. Yani, rastgele olayların kendilerini temsil etmesini beklerler.

1.5.3.2. Bulunabilirlik Yanlılığı

Bir yargının akla en rahat düşünceye dayandırıldığı zihinsel kısa yol, bulunabilirlik yanlılığı olarak bilinir. Örneğin, iki senaryo düşünelim: Birinci senaryoda yanan bir eve şahit oldunuz, ikinci senaryoda ise ev yangınıyla ilgili bir gazete haberi okudunuz. Ev yangınının ihtimalini değerlendirirken hangi senaryonun daha fazla etkili olacağını düşünün. Elbette ki ev yangınına şahit olmanın etkisi, gazete haberi okumanın etkisinden daha fazla olacaktır. Bu durumda, ev sigortası yaptırmak gibi kararlar, ev yangınına şahit olmanın etkisinin gazete haberine göre daha fazla olduğu anlayışına dayalı olacaktır (Tversky & Kahneman, 1974).

1.5.3.3. Ayarlama ve Çıpalama Yanlılığı

Bireyler genellikle bir başlangıç değeri belirleyerek ve bu değer üzerinde düzeltmeler yaparak karar verme eğilimindedirler. Bir tahmin istendiğinde, insanlar genellikle akıllarına kolayca gelen bir başlangıç değerini temel alır ve bu değer üzerine veya altına düzeltmeler yaparlar (Tversky ve Kahneman, 1974). Lise öğrencilerinden oluşan iki ayrı gruba, aşağıdaki hesaplamayı tahmin etmeleri için 5 saniye süre verilmiştir:

1.grup: $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$

2.grup: $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$

Bu deneyin sonuçlarına dair iki önemli beklenti bulunmaktadır. İlk beklenti, bireylerin bu tür soruları hızlıca yanıtlayabilmek için bazı adımları hesapladıktan sonra sonuçları ayarlama veya genişletme yoluna gitmeleridir. Ancak, bu ayarlamalar genellikle yetersiz olduğundan, bu yöntem eksik bir değerlendirmeye neden olur. İkinci beklenti ise, ilk grubun hesapladığı ilk birkaç adımın çarpımının, ikinci grubun hesapladığı ilk birkaç adımın çarpımından büyük olacağıdır, bu nedenle ilk grup, ikinci

gruptan daha büyük tahminlerde bulunmalıdır. İki beklenti de doğrulanmıştır. Birinci gruptaki sonuçların ortalaması 512 olarak bulunurken, ikinci gruptaki katılımcıların tahminlerinin ortalaması 2250 olarak bulunmuştur. Katılımcılar tahminlerini, hesaplamaların ilk aşamalarına dayanarak yapmışlardır, bu nedenle iki farklı sunum sonucunda farklı tahminlerde bulunmuşlardır. Denekler, soldan sağa doğru okuma sırasında ilk başlangıç değerine dayandıklarının farkında değillerdir, bu nedenle bu durumu düzeltmezler. Gerçek cevap ise 40320'dir. Katılımcıların tahminleri, gerçek cevabın altında kalmıştır, hatta bu durum kendilerine açıkça anlatıldığında bile tahminlerinde düzeltme yapmamışlardır.

Davranışsal iktisada göre, insanlar boşlukta ve mutlak olarak düşünmez, bir referans noktasına göre değerlendirmelerini yaparlar. Belli bir durumu statüko olarak belirlemekteler ve buraya bir çıpa atmaktadırlar. Daha sonra durumlarını bu çıpaya göre tayin etmektedirler (Strack & Mussweiler, 1997). İnsanların ilgisiz referanslara dikkat etmeyecekleri varsayımını sorgulayan bir deneysel çalışmada katılımcılar ilk önce rastgele bir sayı gözlemliyorlar (önceden belirlenen bu sayı ya 10 ya da 65 olmaktadır). Ardından kendilerine BM üyesi devletlerin yüzde kaçının Afrika'da olduğu soruluyor. Çalışma sonucunda iktisattaki varsayımın tersine o ilk görülen sayıyla bir ilgi kuruluyor. 10 sayısını görmüş olanlar 65 sayısını görenlere göre ortalama daha düşük bir tahminde bulunmuştur (Tversky & Kahneman, 1974).

Çerçeveleme etkileri, bireysel tercihlerin sabit veya değişmez olmadığını göstermektedir. Bir karar çerçevesi, bir kararı oluşturan tüm farklı unsurları ifade etmektedir: Alternatifler, nitelikler, sonuçlar ve olasılıklar (Keeney, 1996). Bu unsurların karar vericiye sunulma şekli karar sonucunu etkileyebilmektedir. Bir kararı kayıplar ve kazançlar arasında bir seçim olarak çerçeveleştirerek, her iki karar bağlamındaki sonuçlar ve beklenen değerleri aynı olsa bile tercihleri tersine çevirebilmektedir (Tversky & Kahneman, 1981). Bunun nedeni, bireylerin genellikle kayıplara karşı isteksiz olmalarıdır.

Bir karar verirken, bireyler aynı zamanda ilgili tüm bilgileri aramak ve işlemek yerine belirli bilgi türlerine “çıpa atmaya” eğilimlidirler (Tversky & Kahneman, 1974). Bilginin nasıl sunulduğuna veya mevcut durumuna bağlı olarak, tercihler ilk bağlantı

noktasına doğru yanlı olabilir. Daha genel olarak, bir kararın statüko veya varsayılan seçeneği tercih edilme eğilimindedir (Baron, 2000).

1.5.4. Sahiplenme Etkisi

Bireyler, cepten yaptıkları harcamayı kayıp, fırsat maliyetini ise beklenen kazanç olarak görmesi durumunda bireylerin cepten yapılan harcamanın daha fazla ağırlıklandırılmasına sahiplenme etkisi olarak ifade etmekteyiz. Başka bir ifadeyle insanlar ellerindeki varlıkların değerini, ellerinde olmayan varlığa göre daha fazla ağırlıklandırmaktadır (R. Thaler, 1980).

Sahiplenme etkisi, beklenti teorisinden türetilen kayıptan kaçınma yaklaşımından kaynaklanmaktadır. Bu olgu ikinci bölümde detaylı bir şekilde incelendiği için bu kısımda detaylandırılmayacaktır.

1.5.5. Zihinsel Muhasebe

Thaler tarafından iktisat literatürüne kazandırılan zihinsel muhasebe; bireylerin yapmış oldukları finansal eylemlerini, şifreleme, kategorize etme ve değerlendirme amacıyla kullanılan bilişsel bir argüman setidir (Thaler,1985:15).

Zihinsel muhasebe, büyük firmalardan hane halkına kadar herkesin sahip olduğu bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır ve bu muhasebe sistemi ile insanlar temel iktisadi ilkeleri ihlal edebilirler (R. H. Thaler, 1999).

Zihinsel muhasebenin üç temel bileşeni mevcuttur (Thaler,1999:184):

- İlk bileşen, sonuçların algılanıp kararların nasıl alınacağını ve nasıl değerlendirileceğini içermektedir. Zihinsel muhasebe sistemi yardımıyla, fayda-maliyet analizini yapmak için gerekli girdiler elde edilmektedir.
- İkinci bileşeni, kişinin çeşitli faaliyetlerini belirli hesaplara aktarmasını içermektedir. Muhasebe kayıtlarındaki sisteme benzer bir şekilde fon kaynakları ve fon kullanım yerleri kodlanmaktadır. Girdiler kategorilere ayrılmakta (eğlence, yiyecek, içecek vb.) ve harcamalar açık veya gizli bütçe kısıtlarına maruz kalmaktadır. Gelirler de giderler gibi aynı şekilde kodlanıp ayrılmaktadır (düzenli veya olağandışı gelir, tasarruf geliri vb.).

- Son bileşen ise hesapların kullanım sıklığıdır. Hesaplar, günlük, haftalık, aylık ve yıllık olarak değerlendirilmektedir.

1.5.6. Batık Maliyet Etkisi

İktisat teorisi, kararları sadece artan maliyet ve faydaların etkilemesi gerektiğini belirtmektedir. Geçmişe ait maliyetler kapsam dışı olmalıdır (R. Thaler, 1980).

Bir malı satın aldığımız zaman ile tükettiğimiz zaman duruma göre farklılık gösterebilir. Bazı malların ödemesini önceden yapabiliriz. Bazı malların tüketimi uzun döneme yayılmakta, bazılarının ise ödemesi kredi kartı ile aynı şekilde uzun döneme yayılmaktadır. Ancak, birey ödemeyi ilk başta yaptıktan sonra ürünü beğenmeyip veya aksilik sonucu ürünü kullanamaması sonucu batık maliyetle karşılaşmaktadır (Duman, 2011). O halde tüketiciler her zaman gündelik hayatlarında bu batık maliyeti yok sayarlar mı? Örneğin, A kişisi tenis kulübüne üye olmaktadır ve 300\$ yıllık ücretini öder. Üzerinden iki hafta geçtikten sonra kişide tenisçi dirseği hastalığı oluşur. Kişi hasta olmasına rağmen acı ile oynama devam ederek 300 \$'ını israf etmemek istemektedir. Açıklamak gerekirse, tenise devam edip etmeme kararı şimdiye aittir ve durum şimdinin maliyet ve faydasıyla ilgili olmalıyken, geçmişte ödediği maliyetleri de hesaba katarak karar vermektedir (R. Thaler, 1980).

1.6. DAVRANIŞSAL POLİTİKALAR

Akerlof (2002) ve Akerlof ve Shiller (2010), geleneksel makroekonomik modellere davranışsal özelliklerin dahil edilmesini vurgulamışlardır. Bilişsel psikologlar ve davranışsal ekonomistler tarafından sağlanan kanıtlar, iktisadi insan varsayımından bir dizi önemli sapmanın varlığını güçlü bir şekilde kanıtlamaktadır. Bu tür davranışsal varsayımları makro ekonomiye dahil etmek böylece daha iyi makroekonomik temeller sunma potansiyeline neden olacaktır (Brennan, 2014; Driscoll & Holden, 2014).

Davranışsal iktisat, etkili politikaların nasıl tasarlanacağını, uygulanacağını ve hedef kitlenin kim olması gerektiğini anlamamıza yardımcı olabilir. Bu alan, insanların karar verme sürecinde karşılaşılabilecekleri ön yargılar nedeniyle neden rasyonel seçim teorisinden saptığını açıklamak için psikoloji ve nöro bilimlerden gelen içgörülerini kullanmaktadır (Marin-Lopez vd., 2022). Çeşitli araştırmacılar, meydana gelen bu

davranışsal ön yargıları tanımlamanın, politikaların nasıl etkin olmasını tahmin etmeye yardımcı olabileceğine dikkat çekmiştir (Soofi vd., 2020). Davranışsal iktisat araştırmalarından elde edilen ilkeler, politika çerçeveleri geliştirmek ve bireyleri sağlıklı seçimler yapmaya teşvik etmek için sağlık politika müdahalelerinin aracı olarak başarıyla kullanılmıştır (Loewenstein vd., 2013).

Karar verme sürecinde yer alan bilgi miktarıyla başa çıkmak için hükümet yetkilileri veya planlamacılar karar verirken buluşsal yöntemler (yani zihinsel kısayollar) kullanırlar. Örneğin tüm bilgi setini kullanmak yerine hemen mevcut olan bilgilere (ulaşılabilirlik ön yargısı) odaklanabilirler veya akranlarının veya uzmanların görüşlerine (çıpalama etkisi) çok fazla güvenebilirler (Bao & Robinson, 2022).

Davranışsal iktisatta politika ve çeşitli uygulamaların kararları nasıl etkileyebileceğini anlamak için öncelikle bireylerin nasıl akıl yürüttüğünü anlamamız gerekmektedir. İkili süreç teorisi, insanların akıl yürütmesinde iki sistemin aynı anda çalıştığını öne sürmektedir (Kahneman, 2018). Sistem 1, içgüdüleri, duyguları, deneyim temelli otomatik kararları içermektedir. Örneğin, size “İsviçre”, “tatlı” ve “süt” denildiğinde hemen gözünüzde hemen “çikolata” canlanmaktadır. Üzerine bir de “mor” dersek “Milka” diyeceksiniz. Sistem 1 aklımızdaki bağlantıları ve otomatik hale gelmiş süreçleri kullanıp doğru yanıtı enerji harcamamıza gerek duymadan bizlere fısıldamaktadır. Sistem 2 ise Sistem 1 ile aynı anda çalışan, ancak evrimsel olarak yeni, gelişmiş ve geliştirilebilen bir düşünme mekanizmasıdır. Bu, otomatik olmayan, bizim devreye soktuğumuz bir sistemdir. Dikkatimizi bir yere kontrollü bir şekilde yoğunlaştırmamızı sağlamaktadır. Örnek verecek olursak, iki ürünü kıyaslamak, 35 ile 45’i çarpmak, geçmişi hatırlamak için hafızamızı taramak için Sistem 2’ye ihtiyacımız vardır. Tüm bunları gerçekleştirirken enerji ve zamana ihtiyaç duyulmaktadır. Bu işlemleri uzun süre sürdürmek, Sistem 2’yi sürekli devrede tutmak zor ve zahmetlidir. Bu nedenle birçok karar almada kendimizi Sistem 1’in otomatik kural ve süreçlerine bırakmaktayız (Soyer, 2015).

Bir bireyin karar alırken kullandığı en önemli kaynak harcadığı dikkattir. Sistem 1 ve Sistem 2 ortak bir şekilde çalışarak bu dikkatin nereye aktarılacağına çıkarım yapmaktadır. Sistem 2 bilinçli bir şekilde müdahale etmezse, Sistem 1 dikkati otomatik

olarak yönlendirmektedir. Algılar bu şekilde oluşmakta ve karar alınmaktadır (Soyer, 2015).

Davranışsal içgörüler, kamu politikalarındaki kararlar ve davranışlar üzerinde önemli etki yapan mekanizmalardır. En belirgin örneği, bireyleri hükümet, iş dünyası ve diğer kurumlar tarafından oluşturulan seçim mimarları yoluyla “daha iyi” kararlar almaya teşvik eden davranışsal bir müdahale olan dürtmedir (R. H. Thaler & Sunstein, 2009). Teori, bireylerin belirli eylemleri gerçekleştirmeleri için kurnazca manipüle edilebileceği fikrine dayanmaktadır. Hükümet için bu esasen insanların doğru karara teşvik edildiği veya yönlendirildiği bir paternalizm biçimidir. Örneğin, hükümet varsayılan bir seçenek yaparak bireyleri bir emeklilik planına katılmaya yönlendirebilir. Yine de bireylerin özgür iradelerini kullanabilmeleri için başka seçenekler de dâhil edilmiştir. Sonuç olarak dürtme liberter paternalizm olarak da adlandırılır (R. H. Thaler & Sunstein, 2003). Dürtme ilk olarak Birleşik Krallık hükümeti tarafından 2010 yılında düşük maliyetli müdahaleler kullanılarak sosyal çıktıları iyileştirmeyi amaçlayan bir Davranışsal İçgörü Ekibi (Dürtme Birimi) oluşturularak benimsenmiştir. Vergi ödemeleri, hayır işleri, seçimlere katılım, organ bağışı gibi çeşitli sahalarda başarılar elde edilmiştir (S. James, 2015). ABD ve Avustralya gibi diğer ülkeler de kendi davranış birimlerini kurarak bu durumu takip etmişlerdir. Temmuz 2021 itibarıyla, dünya genelinde davranışsal içgörülerin kamu politikasına uygulanmasına tahsis edilmiş 202 dürtme birimi bulunmaktadır (OECD, 2021). Deneysel çalışmalar, dürtmelerin genellikle enerji tasarrufu gibi uzun vadeli faydaları olan eylemler, teşvik etmek için en etkili davranışsal araçlar olduğunu göstermektedir (Nisa vd., 2019). Ancak dürtmenin uzun vadedeki etkinliği henüz belirlenemedi ve farklı kategoriler üzerindeki etkisinin deneysel olarak araştırılmasına hâlâ ihtiyaç bulunmaktadır (Kristal & Whillans, 2020).

Davranışsal iktisat politikalarıyla oluşabilecek yanılırları düzeltmek, hataları azaltmak mümkün hale gelebilmektedir. Çözüm aramadan önce beklenti teorisini baz alarak problemleri tespit etmek, bireylerin dikkatini iktisadın öngördüğünden farklı ne şekilde kullandığını anlamak gerekmektedir (Soyer, 2015)

Davranışsal politikaları eğitim politikalarına da uyarlayabiliriz. Davranışsal ve deneysel iktisatta incelenen kavramlar, eğitim ekonomisi literatüründe genellikle “bilişsel olmayan beceriler” veya “sosyal beceriler” olarak bilinmektedir. Eğitim ekonomisi alanı

artık bilişsel becerilerin (test puanlarıyla ölçülen) ve sosyal becerilerin eğitimde başarı için benzer öneme sahip olduğunu kabul etse de sosyal beceriler genellikle fayda veya üretim fonksiyonundaki bir parametre tarafından özetlenen bir “kara kutu” olarak ele alınmaktadır. Davranışsal ekonomideki modeller ve içgörülerini eğitim alanına uygulamak, bu kara kutunun içinde neler olup bittiğini anlamamıza ve eğitime yapılan yatırımları daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır (Koch vd., 2015).



İKİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSATTA SAHİPLENME ETKİSİ

2.1. SAHİPLİĞİN ÖNEMİ

Sahiplenme olgusu yaşamımızın her anında bizimle birlikte hareket etmektedir. Günümüzde kişi, ilişkide bulunduğu insanlara karşı sahip olma eğiliminde hareket etmektedir. Doktordan, dişçiden, avukattan ve işçiden bahsederken, “benim doktorum”, “benim dişçim”, “benim avukatım” ve “benim işçim” şeklinde ifade etmektedir. İnsanlar dışında eşyalar, hatta duygular dahi, bir mülkiyet kapsamı içerisinde yer almaktadır. “Benim hastalığım”, “benim ameliyatım” derken, kişilerin yaşadıkları olayları sahip oldukları nesnelermiş gibi ele aldıkları görülmektedir. Benzer şekilde, fikirler, inançlar da kişilikten ayrılıp dışsallaştırılmakta ve sahip olunabilir mülkiyetin bir parçası olarak görülmektedir (Fromm, 2017). Bir kuruluştaki çalışanlar, kuruluşa karşı sahiplik duyguları geliştirebilir (Pierce vd., 2003). Bazı kişiler eski ve işe yaramaz hâle gelseler bile sahip olduğu mal veya nesnelerini korurken bazıları ise yenilerini alır almaz eski eşyalarını çöpe atmaktadır. Benzer şekilde bazı insanlar hayatları boyunca aynı evde yaşarken bazıları ise birkaç yılda bir ev değiştirmektedir (Kogut & Kogut, 2011). Bireylerde görülen bu sahiplenme farklılıkları araştırmacılar için önem arz etmektedir. Bir çift rahat ama yıpranmış çorabı atmak, bir çocuğun eskiyen kot pantolonunu vermek veya aile evini satmak çok zor olabilir. İnsanlar sahip oldukları şeylerden ayrılmayı neden acı verici buluyorlar? (Maddux vd., 2010).

Sahip olduklarımızın algılanan değeri, parasal değerlerinin veya faydalarının çok ötesine geçmektedir. Sahip olunan birçok nesne ile kalıcı bağlar oluşmakta, elde tutma veya bırakma dürtümüzü güçlü bir şekilde etkileyen derin kavramsal anlamlar bulunmaktadır (Preston & MacMillan-Ladd, 2021) . İnsanların, sahip oldukları mallara bağlandıkları, mallara sahip olduklarında daha yüksek değer verdikleri düşüncesi gelişim psikolojisinin yanı sıra pazarlama, iktisat ve karar verme literatüründe de ağırlıklı önem arz etmektedir.

2.2. SAHİPLENME ETKİSİ NEDİR?

Çeşitli alanlarda ayrıntılı olarak incelenen etkilerden biri, iktisat teorisinin köşe taşlarından birisini ihlal eden sahiplenme etkisidir. Akılcı olmayan karar verme stratejilerimizden biri sahiplenme etkisi olarak adlandırılan fenomendir (Lakshminaryanan vd., 2008). Coase teoreminin temel varsayımı (Coase, 2000), bir kişinin mal için ödeme istekliliği (WTP) ve kabul etme istekliliği (WTA) neredeyse eş değer olmalıdır (sıfır işlem maliyeti varsayımı altında) (Ashby vd., 2012).

Rasyonel seçim teorisine göre, mülkiyet tercihleri etkilememelidir (Coase, 2000). İşlem maliyetlerinin üzerine odaklanan Coase, mülkiyet haklarının serbest bir şekilde alınıp satıldığı piyasa koşullarında negatif dışsallığa taraf grupların aralarında anlaşarak pareto optimum etkinliğe ulaştığını belirtmiştir (Tütüncü, 2012). Coase'e göre, mülkiyet hakları şeffaf bir şekilde belirlendiyse iktisadi aktörler tam bilgi sahibi olacaklar ve işlem maliyetleri yeterince azalacaktır. Bu gibi durumda aktörler devlet müdahalesi olmadan aralarında mutabakat sağlayarak dışsal maliyet problemlerini ortadan kaldıracaklardır ve bu şekilde etkin kaynak dağılımı gerçekleşebilecektir (Duran, 2010). Dolayısıyla Coase teoreminin geçerli olabilmesi için iktisadi ortamın birtakım kriterleri sağlaması elzemdir. Tam bilginin ve tam rekabet koşullarının hâkim olduğu işlem maliyetlerinin göz ardı edilebilecek kadar az, probleme taraf olan sayının az olduğu bir ekonomik ortamda kaynak dağılımı etkin bir şekilde gerçekleşecektir (Seçilmiş, 2016).

Sahiplenme etkisi literatüründe tipik olarak ortaya atılan sahiplik/mülkiyet, yasal mülkiyettir. Aslında, Kahneman vd. (1990) makalesi, yasal mülkiyet ve mülkiyet hakları konularını doğrudan ele alan Coase Teoremi'nin bir eleştirisi olarak yazılmıştır. Sahiplik, kayıptan kaçınmanın önemli bir yönüdür, çünkü mülkiyet olmadan kayıp olmaz. Kayıptan kaçınmanın referans bağımlılığı ile bağlantılıdır; nesne, bireyin sahip olduğu donanımla bütünleştirildikten sonra ona sahip olunmaması kayıp olarak ifade edilmektedir.

Standart iktisadi teori, bir kişiye bahşedilen malın önemli olmaması gerektiğini öne sürmektedir (Coase, 2000). Sahiplenme etkisi, bir bireyin bir mala sahip olduğu zaman, sahip olmadığı zamana göre daha fazla değer verme davranışsal eğilimini ifade etmektedir (Liu vd., 2021). Bir öğenin sübjektif değeri, sahip olunduğu zaman sahip olunmadığı zamana göre daha yüksekse sahiplenme etkisi görülmektedir. Thaler (1980),

bireylerin bir eşya sahiplendiklerinde ödemeye hazır olduklarından daha fazla para eğiliminde olduklarını gözlemleyen ve bunu sahiplenme etkisi olarak tanımlayan ilk kişi olmuştur (H. Zhang vd., 2022). Sahiplenme etkisinin varlığı çeşitli deneylerle doğrulanmıştır (Loewenstein & Issacharoff, 1994; Shogren vd., 2001). Deneklere rastgele iki öğeden biri verildiğinde ve ardından diğer öğe ile değiştirme fırsatı verildiğinde çoğunluk mübadeleden vazgeçip sahiplenmeyi tercih etmektedir. Bu da %50’lik mübadele oranını öngören standart tercih teorisine göre bir anomalidir (Humphrey vd., 2017). Davranışsal iktisatçılar, genel olarak, sahiplenme etkisinin ve diğer davranışsal ön yargıların, standart rasyonel tercih teorisinin ihlalleri olduğunu düşünürler. Klasik ekonomik anlayışla, sahiplenme etkisi durumunda rasyonel karar vericiler, şu anda sahip oldukları malı/nesneyi tutmakla eşit değerde bir mal/nesne değiştirmek arasında kayıtsız olmalıdır. Ancak, gerçek durumda karar vericilerin tercih durumları sahiplik ön yargısından büyük ölçüde etkileniyor gibi görünmektedir (Lakshminaryanan vd., 2008). Sahiplenme etkisi bir olgudur: Bir kişi sahip olduğu bir nesneye karşı artan bir tercihe sahiptir (R. Thaler, 1980). Alış satış esnasında, sahiplenme etkisi, kabul etmeye isteklilik (WTA) ve ödemeye isteklilik (WTP) arasında bir asimetri öngörmektedir.

Sahiplenme etkisi (endowment effect) olarak adlandırılan ve “alanda ortaya çıkan en önemli ve sağlam ampirik olgulardan biri” olarak bilinen (Loewenstein & Issacharoff, 1994) bu olgunun oluşma sebepleri birçok faktöre dayanmaktadır ancak temelinde iktisadi ve psikolojik gerekçeleri bulunmaktadır. Standart ekonomik açıklama, değer kaybı alanında kazançlar alanına göre daha şiddetli bir görünüm sergileyen referansa bağlı bir fonksiyon olduğunu belirten Beklenti Teorisi (Kahneman & Tversky, 1979) tarafından verilmektedir. Daha basit bir ifadeyle, insanlar bir şeyi kaybetmenin verdiği acının onu kazanmanın verdiği zevkten daha büyük olmasını beklerler. Bu durum kayıptan kaçınma (loss aversion) olgusu olarak bilinmektedir. Kahneman vd. (1991) sahiplenme etkisinin ana temel faktörünü sahip olunan malın artan çekiciliği değil sadece onu bırakmanın vermiş olduğu acı olarak belirtmiştir. Yakın tarihli çalışmalar sahiplenme etkisinin psikolojik temellerini büyük ölçüde genişletmiş olsa da (Birnbbaum & Stegner, 1979; Carmon & Ariely, 2000; Johnson vd., 2007; Nayakankuppam & Mishra, 2005; Y. Zhang & Fishbach, 2005) sahiplenme etkisinin, satıcıların güçlü bir kayıp olarak alıcıların da ılımlı bir kazanç olarak zihinlerinde tasarımları bakış açısıyla tipik olarak “ kayıptan kaçınmanın en saf ve en sağlam örneği” olarak tanımlanır (Rozin & Royzman, 2001).

Sahiplenme etkisinin bulaşıcı olduğu ortaya koyulmuştur, öyle ki bir işlemde bir mal için sahiplenme etkisi deneyimlenirse, bir sonraki işlemde aynı veya benzer bir nesne için sahiplenme etkisi geliştirilebilir. Bu sadece nesne/işlem düzeyinde gerçekleşmez, aynı zamanda bir nesnenin ait olduğu daha soyut kategorilere kadar uzanabilmektedir (Pyo vd., 2021).

2.3. KABUL ETMEYE İSTEKLİLİK (WILLINGNESS TO ACCEPT-WTA) VE ÖDEMEYE İSTEKLİLİK (WILLINGNESS TO PAY- WTP)

WTA, bir satıcının ürünü satacağı minimum parasal değeri temsil ederken, WTP bir alıcının ürün için ödeyeceği maksimum parasal değer olarak ifade edilmektedir (Dupraz vd., 2003). WTA-WTP boşluğu sahiplenme etkisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Jones & Brosnan, 2007). İktisat teorisi, WTP ve WTA arasındaki farkın küçük olması veya hiç olmaması gerektiğini ileri sürmektedir (Wieland vd., 2014). Ajzen & Peterson (1988)'e göre bir malın ekonomik değeri, bir kişinin o malı almak için vazgeçmeye razı olduğu para miktarından veya o malın kaybının telafi edilebilmesi için kişinin ihtiyaç duyduğu para miktarından ne daha fazla ne de daha az değildir.

WTA ve WTP arasındaki farka yönelik ilk çalışma Hammack ve Brown (1974) avcılık hakları için ölçülen WTA ve WTP değerleri araştırılmıştır. Çalışmada WTA'nın WTP'ye kıyasla yaklaşık 4 katı olduğu tespit edilmiştir. WTA ile WTP arasındaki farkı araştıran çalışmalarda genellikle şu yöntem takip edilmektedir. Denekler ikiye ayrılır ve denek grubun yarısına söz konusu mal verilirken diğer yarısına ise verilmez. Verilen gruptaki bireyler için WTA, verilmeyen gruptaki bireyler içinse WTP hesaplanır. Denekler gruplara rastlantısal olarak atandıkları için WTA grubundaki deneklerin ortalamasının WTP grubundaki deneklerin ortalamasına eşit olması beklenmektedir (Ertör Akyazı, 2015). Yapılan deneylerin büyük çoğunluğunda ortalama WTA, ortalama WTP'den ciddi miktarda büyük çıkmıştır. Horowitz ve McConell (2002) o zamana dek çalışılmış WTA/WTP oranını ortalama 7.2 olarak bulmuştur. Analiz edilen çalışmalardaki oranlar ise 0.74 ile 113 arasında değişiklik göstermektedir. Hem bu meta analizinde hem de ilerleyen diğer çalışmalarda pek çok mal için (tükenmez kalem, çikolata, sinema bileti, avlanma lisansları, kupalar, korunan doğal yaşam alanları vb.) WTA ve WTP değerleri karşılaştırılmış benzer sonuçlar elde edilmiştir (Horowitz vd., 2013).

WTA-WTP eşitsizliğinin çeşitli nedenleri öne sürülmektedir. Bunlar gelir etkileri ve işlem maliyetleri (Randall & Stoll, 1980), ikamelerin olmaması (Hanemann, 1991), taahhüt maliyetleri (bir malın değerini öğrenme fırsatının kaybı) (Zhao & Kling, 2004), çerçeveleme gibi psikolojik faktörler (Kahneman vd., 1991; R. Thaler, 1980) olarak sıralanabilir. Bir tüketicinin bir mal için ödeme istekliliği (WTP) ve bir mal için ödemeyi kabul etme istekliliği (WTA) hakkında zengin bir literatür bulunmaktadır. Literatür genelde iki tüketici değerlemesi arasındaki ortak eşitsizliğe odaklanmaktadır (Draayer & Shapiro, 2011). Geleneksel ekonomik teori, gelir etkileri nispeten küçük olduğunda, WTP ve WTA arasında önemli bir fark olmaması gerektiğini belirtmektedir (Willig, 1976). WTP ve WTA ölçümlerini inceleyen hemen hemen her çalışma, WTA'nın WTP'ye göre daha yüksek değerde olduğu bir fark bulmuştur. Bu duruma sahiplenme etkisi denilmektedir. Bu duruma göre sahiplenme etkisi bireylerin bir malı elde etmek için harcamaya istekli olduklarından çok daha fazlasını talep etmeleri gerçekliğini ortaya koymaktadır (Huck vd., 2005).

WTA ve WTP arasındaki tutarsızlık, etkideki bireysel farklılıkların bir endeksi olarak kullanılabilir (Kahneman vd., 1990). Bu nedenle yapılan çalışmaların çoğunda WTA ve WTP arasındaki farkı temel alarak yöntem geliştirilmiştir.

2.4. SAHIPLLENME ETKİSİNİN ÖNEMİ

Sahip olduklarından ayrılmak genellikle acı vericidir. Rahat ama yıpranmış bir kot pantolonu atmak, bir çocuğun büyüdüktan sonra oyuncaklarını bırakması veya aile evini satmak şaşırtıcı derecede zor olabilir. Öte yandan, duygusal değer yokluğunda bile bir nesneye sahip olmak onun algılanan değerini artırabilir. Geleneksel ekonomik teoriye göre, bir nesnenin mülkiyeti veya sahiplik duygusu onun değerini etkilememelidir. Sahiplenme etkisi yanlılığı, insanların kendi eşyalarına, başkalarına ait olduklarında vereceklerinden daha fazla değer verdiğini ifade etmektedir (Belk, 1988). Sahiplenme etkisi rasyonel davranış modelini ihlal ettiği için birçok çalışmanın konusu olmuştur. Bu etkinin sağlamlığı ve genelleştirilebilirliği, ekonomik gelenekleri öğrenemeyecek kadar küçük çocuklarda (Harbaugh vd., 2001) , şempanzeler ve kapuçin maymunları gibi insan olmayan primatlarda (Brosnan vd., 2007; Lakshminaryanan vd., 2008) bile görülmüştür.

Sahiplenme etkisi, hukuk, politika, ekonomi, pazarlama ve psikoloji gibi çeşitli alanlarda önemli bir olgu olmuştur (Morewedge & Giblin, 2015). Sahiplenme etkisi, ekonomik analiz, karar teorisi ve müzakere davranışı gibi çok çeşitli alanlardaki etkileri nedeniyle literatürde büyük ilgi görmüştür. Sahiplenme etkisine göre, mal sahipleri pazarlık yaparken genellikle müzakere masasına yüksek fiyatlı talepler sunmaktadırlar. Müzakerelerde sahiplenme etkisini açıklamanın yollarından birisi müzakerecilerin kendi sonuçlarını kazanç veya kayıp olarak algılaması ile taleplerinin etkilenebileceğine dayanan Beklenti Teorisi'dir. Aynı kazanç ve kayıplar, müzakereciler için farklı anlamlara sahiptir; çünkü kayıplar genellikle kazançlara göre daha büyük görünmektedir (Galin, 2013). Tercihler ve değer oluşturma hakkında içgörü sağlamaktadır (Ariely & Norton, 2008; Vlaev vd., 2011). Yetkilerin tahsisi ve dağıtımını yöneten temel bir yasa ve politika varsayımı olan Coase teoremini ihlal etmektedir (Korobkin, 2002).

Sahiplenme etkisinin bilhassa çevresel mallar için çok önemli olduğunu belirtebiliriz. Çevreye zararın tolere edilmesi için kendisine hangi büyüklükte ödeme yapılması isteyeceği sorulduğunda, kişi söz konusu çevresel güzellik veya faydayı elinde bulunduruyor demektir. Bundan vazgeçmesi için biçtiği değer, şu an sahip olmadığı bir iyileşmeye para ödeyip kavuşmasına biçtiği değere oranla daha büyük olması şaşırtıcı olmayacaktır (Ertör Akyazı, 2015).

Sahiplenme etkisinin ekonomik etkisi önem arz etmektedir. Alıcılar ve satıcılar arasındaki farklar ticarete isteksizlik, piyasa verimsizlikleri ve değerlendirme düzensizlikleri yaratmaktadır. Geleneksel olarak, sahiplenme etkisi bir malın satıcılarının alıcılardan daha fazla değer vermesine kayıptan kaçınma ön yargısının neden olduğunu atfetmektedir. Yeni teoriler ve bulguların bazıları sahiplenme etkisinin kayıptan kaçınma ile tutarsız olduğunu öne sürmekte ve evrimsel, stratejik ve daha temel bilişsel kökenleri olduğunu ileri sürmektedir. Bütünleştirici bir incelemede, sahiplenme etkisinin üç ana örneğinin hepsinin, değerlendirme sırasında hangi bilgilerin erişilebilir olduğunu saptayan dışsal ve içsel olarak teşvik edilen bilişsel çerçevelere atfedilebildiği önerilmektedir (Morewedge & Giblin, 2015).

Sahiplenme etkisi (Knetsch, 1989; R. Thaler, 1980), gelişmekte olan davranışsal ekonomi alanındaki en sağlam olgular arasındadır. İktisattaki tercihlerin kısa vadede sabit olduğuna dair geleneksel varsayımın aksine sahiplenme etkisi bir bireyin geçici varlık

pozisyonundaki değişiklikler nedeniyle tercihlerin hızlı ve sistematik bir şekilde değişebileceğini göstermektedir (Van Boven vd., 2003). Sahiplenme etkisi ile ilgili araştırma süreci ve teorik değerlendirmeleri hâlâ devam etmektedir (Plott & Zeiler, 2005, 2007). Son zamanlarda ise ticaret hayatında sahiplenme etkisinin varlığını belirlemek için sürekli çalışmalar yapılmaktadır (Bartling vd., 2015; Cason & Plott, 2014; D. Fehr vd., 2015).

2.5. SAHİPLENME ETKİSİNİN MÜBADELEYİ BOZUCU ETKİSİ

ABD’de kiralanabilir kişisel depolama alanı miktarı ortalama 2.2 milyar fit kare civarındadır. Depolar, Manhattan’ın üç katı büyüklüğünde bir alanı kaplamaktadır. Nakit sıkıntısı çeken Amerikalılar neden kullanamayacakları şeyleri kullanabilecek insanlara satmak yerine depolamak için para ödemektedirler? Bunun nedeni insanların sahip olduklarına, sahip olmayanlara göre çok daha fazla değer vermesidir. Lav lambalarına sahip olan insanlar, lav lambaları olmayanların onları almak için ödeyeceğinden daha fazla vazgeçmeyi talep ettiğinden anlaşma yapılmaz ve depolar bir daha asla parlamayacak olan lav lambalarıyla dolu kalır (Morewedge vd., 2009).

Sahiplenme etkisi, ticari işlemlerdeki isteksizlikten (Kahneman vd., 1990) , sağlık planlarındaki isteksizliğe (Samuelson & Zeckhauser, 1988) kadar birçok bağlamda geçerliliğini korumuştur.

Rasyonel teoriler, pazarlıkta aynı nesnenin “alış” ve “satış” fiyatlarının simetrik olması gerektiğini; çünkü bir nesnenin mülkiyetinin onun değerlemesini etkilememesi gerektiğini varsaymaktadır (Galin, 2013). Ancak sahiplenme etkisine göre, bir nesnenin mülkiyeti onun değerini artırmaktadır. Sahipleri tarafından yapılan satış talepleri, alıcılar tarafından beklenenden önemli ölçüde yüksek olma eğilimindedir. Sahiplenme etkisi bu nedenle yüksek fiyatlar yaratarak müzakereyi yavaşlatabilmektedir. İnsanların ikamet ettikleri yere duygusal olarak bağlı oldukları ve alternatif yaşayacakları yer daha iyi olsa bile taşınmak istemedikleri yer bağlılığı ile de yakından ilgilidir (Bao & Robinson, 2022). Yapılan çalışmalara bakıldığında sahiplenme etkisi ön yargısının birden fazla yapılan işlem ile aşılabileceğini gösterse de bu ön yargı arazi veya ev gibi mallar söz konusu olduğunda kolayca aşılamamaktadır (Clark & Lisowski, 2017).

WTA ve WTP fiyatlarının oranı 1:1 olmadığında toplum zarar görmektedir (Marzilli Ericson & Fuster, 2014). Sahiplenme etkisi, genellikle beklenti teorisinin temel bir bileşeni olan kayıptan kaçınmanın bir sonucu olarak yorumlanmaktadır. Seçeneklerin değerlendirilmesinde kayıplar kazançlardan önemli ölçüde daha fazla ağırlıklandırılır. Kişi başlangıçta bir nesneye sahipse, onu kaybetme olasılığı göreceli olarak büyük bir kayıp görülür. Onu elde etme olasılığı ise göreceli olarak küçük bir kazanç görülür. Bu nedenle işlem hacmi az olmaktadır (Reb & Connolly, 2007). Kayıptan kaçınmanın yarattığı genel etki, mevcut durumu değişikliğe yeğlemektir. Kahneman vd. (1991) çalışmasındaki kahve kupası örneğinde olduğu gibi, bu durum pazarın işleyişini etkileyip karşılıklı avantajlı ticareti bile yavaşlatabilir ve etkisiz hale getirebilir. Dahil olan her bir tarafın kişisel bir kaybı göze aldığı pazarlıklarda da kayıptan kaçınmanın rolü bulunmaktadır. İyi pazarlık etme üzerine verilen eğitimlerde arabulucular durumları temsil ve tekrar temsil etmeleri için eğitilirler ki, tek taraflı kazanç-kayıp referans çerçevesinin yarattığı tahribattan etkilenmeden, çözümler daha nesnel bir biçimde değiştirilebilsin (E. E. Smith vd., 2014).

Sahiplenme etkisi ticaret yapan taraflar arasında fiyat farkını açtığı için daha düşük ticaret hacmine yol açarak piyasa etkinsizliğine yol açmaktadır (Sayman & Öncüler, 2005) . Sahiplenme etkisi genellikle bir satıcının kabul etme istekliliği (WTA) ile bir alıcının aynı mal/hizmeti ödeme istekliliği (WTP) arasındaki boşluk olarak kendini göstermektedir. WTA/WTP açığı, piyasada düşük işlem hacmine ve satıcıların uzun süre beklemesine neden olabilmektedir (Clark & Lisowski, 2017).

Ayrıca, aşırı derecede sahip olma duygusu, nesnelere aşırı bir şekilde sahiplenilmeye yol açarak, onları elden çıkarmakta güçlük çekilmesine neden olmaktadır, bu da istifleme hastalığı gibi klinik hastalıkları da beraberinde getirmektedir (Pushkarskaya vd., 2020).

2.6. BEKLENTİ TEORİSİ VE SAHİPLENME ETKİSİ

Beklenti teorisi, Kahneman ve Tversky (1979) tarafından, bireylerin belirsizlik altında farklı seçenekler ve beklentiler arasında nasıl karar verdiklerini açıklamaya yardımcı olmak için geliştirmiştir. Kayıptan kaçınma teorisi olarak da bilinen bu teori, bireylerin seçenekleri nasıl değerlendirdiğini, belirli seçeneğin kazanç mı yoksa kayıp mı

olarak görüldüğünü ve belirsizlik durumunda kazanç olarak algıladıkları seçeneği seçme eğiliminde olduklarını ileri sürmektedir. Bir nesneden vazgeçmek (veya satmak) bir kayıp olarak algılanırken, bir nesneyi elde etmek (veya satın almak) bir kazanç olarak algılanmaktadır (Martinez vd., 2011).

Risksiz bir seçim olarak karşımıza çıkan sahiplenme etkisi beklenti teorisi ile ilgilidir (Kahneman vd., 1991; R. Thaler, 1980). Sahiplenme etkisi, referansa bağlı tercihler ve kayıptan kaçınma teorileri için kanıt olarak kullanılmıştır. Bireyler bir malı satarken kabul etmeye istekli oldukları minimum para miktarı (WTA), aynı mala sahip değillerse ödemeye istekli oldukları minimum miktardan daha yüksek gözlenmektedir (Gächter vd., 2022; Kahneman vd., 1991). Bir kişiye bir mal bağışlanması durumunda (varsayımsal olarak bile), kendilerine yüksek bir meblağ ödeniyorsa dahi isteksiz bir şekilde o tekliften uzaklaştıkları gözlenmektedir (C. F. Camerer vd., 2011). Bu gözlem, kendi mallarına yönelik statüko ön yargısını vurgulamaktadır.

Beklenti teorisindeki değerlendirme eşitsizliği olarak karşımıza çıkan bu etki kayıpların kazançlardan daha fazla ağırlıklandırılmasıyla, nesnenin sahibinin bakış açısından kayıptan kaçınmanın bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kayıptan kaçınma, sahiplenme etkisinin tanımlayıcı bir açıklamasını sunduğundan, WTA-WTP açığını üretebilecek bilişsel ve duygusal süreçleri açıklamaya yönelik bir dizi çalışma yapılmıştır (Walasek vd., 2018). Beklenti Teorisi'ne göre sahiplenme etkisi fırsat maliyetlerinin düşük ağırlıklandırılmasının bir sonucudur (Bao & Gong, 2016).

WTA-WTP farkının standart ekonomik açıklaması beklenti teorisinin özelliği olan referans bağımlılığı, kayıptan kaçınma ve statüko ön yargısı yaklaşımlarına dayanmaktadır. (Kogler vd., 2013) .

2.6.1. Kayıptan Kaçınma

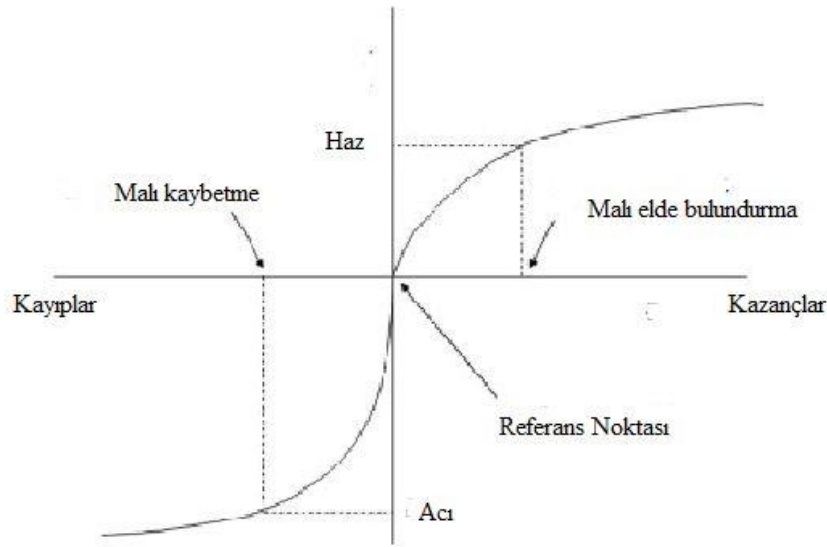
Karar vermedeki kusurluluk, genellikle bir seçim durumunda buluşsal yöntemlerin ve önyargıların kullanılmasında kaynaklanmaktadır. Bu ön yargılardan birisi, bireylerin ürünleri/malları/hizmetleri ellerinde tutma konusunda göreceli olarak güçlü tercihlere neden olan kayıptan kaçınma ön yargısıdır. Bireyler, alternatifler olması durumunda nesnel olarak daha iyi bir sonuç olması halinde dahi bir başka alternatifle mal ya da hizmetlerini değiştirme fırsatı verildiğinde mevcut durumlarını tercih etmektedirler. Bu

tür durumlarda bireyler, servetleri açısından değil, mevcut duruma göre kazanç veya kayıp olarak düşünüp ona göre karar vermektedir. Referans noktasına göre olumsuz değişiklikleri kabul etme konusundaki isteksizlik, kayıptan kaçınmayı göstermektedir (Hardie vd., 1993; Kahneman & Tversky, 1984; Samuelson & Zeckhauser, 1988).

Amos Tversky ve Daniel Kahneman'ın literatüre kazandırdığı iki ufuk açıcı makalesinde (Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1991) belirtildiği üzere kayıptan kaçınma, bir referans noktasına göre eşit büyüklükteki kayıp ve kazançları kıyasladığımızda kayıpların kazançlardan daha büyük bir etki gösterdiği psikolojik bir eğilimdir. Bu eğilim riskli ve risksiz tercihlerde ortaya çıkabilir. Risksiz seçimlerde kayıptan kaçınmaya örnek olarak sahiplenme etkisi gösterilebilir. Riskli seçimlerde kayıptan kaçınmaya örnek ise insanların pozitif bir beklenen değeri olan ancak kayıplar içerebilecek küçük ölçekli bahisleri reddetmelerinin gözlenmesidir (E. Fehr & Goette, 2007; Rabin, 2012). Kişinin karşı karşıya kaldığı durum belirsizlikle dolu olduğunda kayıptan kaçınma olasılığı daha yüksektir ve sahiplenme etkisinin ortaya çıkma ihtimali de yüksek olacaktır (Isik, 2004; van Dijk & van Knippenberg, 1998). Özetle, kişinin olaya karşı risk algısı ne kadar yüksekse talep yönlü sahiplenme etkisi o kadar güçlüdür.

Thaler (1980), kayıptan kaçınma kavramını risksiz kararlara genişleten ilk kişiydi. Alış ve satış fiyatları arasındaki bir tutarsızlık olarak tanımladığı sahiplenme etkisinin bir açıklaması olarak kayıptan kaçınmayı önermiştir. Kayıptan kaçınma yaklaşımı davranışsal karar teorisinin önemli bir varsayımı olmuştur. Pazarlama, psikoloji, ekonomi ve diğer birçok alandaki teorileri ve araştırmaları etkilemiştir (Mrkva vd., 2020). Nörobilim kanıtları, sahiplenme etkisine beklenti teorisini dayanak göstermektedir (Trepel vd., 2005). Sahiplenme etkisi meydana gelirken kayıp ile ilişkili olan insulanın sağ tarafında hareketlilik meydana gelmektedir (Knutson vd., 2008).

Sahiplenme etkisine yol açan yaygın bir eğilim olan kayıptan kaçınmanın önemli bir ilkesi, sonuçların bir referans noktasından kazançlar ve kayıplar olarak kodlanmasıdır (Tversky & Kahneman, 1991). Kayıptan kaçınma ön yargısına göre aynı orandaki kazanç ve kayıp değerlendirildiğinde kayıplar daha fazla acı vermektedir (Tversky & Kahneman, 1991). Bu davranış kazançlar alanında içbükey kayıplar alanında dışbükey olan ve kayıpların kazançlara göre önemli ölçüde dik olduğu S şeklindeki değer fonksiyonu (Kahneman & Tversky, 1984) varsayılarak açıklanmıştır.



Şekil 2.1. Kayıptan Kaçınmanın Beklenti Teorisine Uyarlanması
Kaynak : (Tversky & Kahneman, 1991)

Horowitz ve McConnell (2002), sıradan piyasa mallarını kullanan 59 çalışmayı incelediklerinde, satış fiyatlarının alış fiyatından yaklaşık üç kat daha yüksek olduğunu göstermişlerdir. Thaler (1980) bu eşitsizliği “sahiplenme etkisi” olarak adlandırmaktadır ve bunu kayıptan kaçınmanın bir göstergesi olarak kabul etmektedir (Kahneman & Tversky, 2012; Tversky & Kahneman, 1991). Buna göre, tüketiciler potansiyel alım satımlarını mevcut varlıklarına göre değerlendirirler ve satış fiyatları alış fiyatlarını aşar; çünkü malın sahibi potansiyel kaybını, mala sahip olmayanların potansiyel kazancına göre daha önemli görmektedir (Weaver & Frederick, 2012).

Kayıptan kaçınmanın bir sonucu, kişinin bir maldan vazgeçmesiyle ilişkili fayda kaybının malın alınmasıyla ilişkili fayda kazancından daha büyük olarak algılanması, kişinin mevcut olana yönelik bir tercihe yönelmesine ve statükoya bağlı kalmasına neden olmaktadır. Tüketicilerin bu şekilde, sahip oldukları mala sahip olmadığına göre daha fazla değer verdikleri görülmektedir.

Kayıptan kaçınma geleneksel olarak sahiplenme etkisini açıklamak için kullanılmıştır, ancak sahiplenme etkisinin altında yatan bilişsel ve sinirsel süreçleri belirtmemektedir. Bu süreçleri açıklayan bulgular birikmiştir. Önemli bir kısmı kayıptan kaçınma ön yargısı ile tutarsızdır (Morewedge & Giblin, 2015).

2.6.2. Referansa Bağlı Tercihler

İnsanlarda ekonomik olarak rasyonel seçim yapabilme kapasitesi çeşitli tercih yanlılıkları tarafından sınırlandırılmıştır. Bireyler olasılıklı durumlarda karar verirken referans noktalarına göre değerlendirme yapmaktadır; eşit büyüklükteki kazanç ve kayıplar söz konusu olduğunda kayıplara daha fazla ağırlıklandırma yapmaktadır (Lakshminaryanan vd., 2008).

Eğer bireyler kayıplarına kıyasla kazançlarına daha fazla değer biçiyorlarsa, kayıplara ilişkin pozitif veya negatif değişimin ekonomik refah üzerindeki, kazançlara dair olan aynı büyüklükteki pozitif veya negatif etkilere göre daha fazla olacaktır. Dolayısıyla, ekonomik refah ölçütünün bireylerin refahındaki gerçek değişimi yansıtabilmesi için değişimin referans noktasının altında mı üstünde mi yer aldığını hesaba katmak gerekmektedir (Knetsch & Wong, 2009)

Alış ve satış fiyatları dış ortamdan veya bellekten alınarak referans fiyatları ile karşılaştırılabilir. Bir malın birden fazla referans fiyatı olabilir. Örneğin konserler veya spor etkinlikleri için biletlerin çoğu zaman farklı görünüşleri ve yeniden satış değerleri vardır (Carmon & Ariely, 2000). Benzer şekilde lüks bir kafede içilen çayın fiyatı ile sıradan bir çay ocağında içilen çayın fiyatı aynı değildir.

Referans fiyat teorisi (Weaver & Frederick, 2012), bir malın bir kişi için gerçek değeri göze çarpan referans fiyatlarıyla olumsuz bir şekilde karşılaştırıldığında, alıcıların belirtilen WTP'lerini azaltacağını ve satıcıların, işlem kaybını önlemek için belirtilen WTA'larını artıracığını öne sürmektedir.

Referans fiyat, “tüketicinin bir marka veya ürün kategorisi için ödemeyi beklediği fiyat” anlamına gelmektedir (Kalyanaram & Winer, 1995). Referans fiyatlar genellikle içsel ve dışsal olmak üzere iki alt kategoriye ayrılmaktadır. İçsel referans fiyat, genellikle belirli bir ürünle veya benzer bir rakibin ürünüyle ilgili geçmiş deneyimlere dayanmaktadır. Daha önce ödenen fiyat, genellikle içsel referans fiyatın en sık araştırılan bileşenidir; ancak Kalyanaram ve Winer (1995) tüketicilerin önceden ödenen fiyatları hatırlama konusundaki sınırlı bilişsel yetenekleri göz önüne alındığında bu tür bir referans fiyatlamasının kusur olabileceğini belirtmişlerdir. Dışsal referans fiyat ise belirli bir ürün veya ürün kategorisinin gözlenen fiyatlarıdır (Chien-Huang Lin vd., 2006). Bu fiyatlar genellikle tüketicilerin kendi algılanan değer düzeylerini karşılaştırdıkları çıpa görevi

görmektedir. Bu çıpalama etkisi, tüketicilerin ilk ilan edilen fiyatla başlamalarını ve diğer değer ölçütlerine dayalı ayarlamalar yapmalarını önermektedir.

Bir işlemin çekiciliğini değerlendirmek için karar vericiler fiyatı bir referans fiyatla (Weaver & Frederick, 2012) karşılaştırabilir ve referans fiyatın üstünde bir fiyattan alım “kötü bir anlaşmadır” önyargısı hâkimdir (Drouvelis & Sonnemans, 2017). Dolayısıyla bireyin algılanan maliyeti ne kadar yüksekse talep yönlü sahiplenme etkisi de o kadar güçlü olacaktır.

2.6.3. Statüko Ön yargısı

Referans noktasına olan bağlılıkla kayıplara olan yaklaşımı birleştirdiğimizde insan hayatına etki eden birçok durum ve uygulama ile karşılaşmak mümkün olmaktadır. Bunlardan ilki bireylerin statükoya ve o an sahip olduğu nesnelere iktisadi rasyonalitenin öngördüğünden daha fazlasıyla bağlanmalarıdır. Sahip olduklarımız ve içinde bulunduğumuz durum bir statüko oluşturmakta ve onlardan vazgeçtiğimizde bir kayıp anlamına gelmektedir (Soyer, 2015). Bu nedenle bir şeyin değeri ona sahip olup olmamamıza göre değişebilmektedir. İnsanların işlerine, evlerine, eşyalarına ve alışkanlıklarına olan bağlılığı da bu yüzden zaman içinde artmaktadır (Samuelson & Zeckhauser, 1988).

Samuelson ve Zeckhauser (1988), sahiplenme etkisi adını verdiğimiz olguyu statüko yanlılığı olarak ifade etmektedir. Statüko yanlılığı, insanların şu anda sahip olduklarına “aşırı değer verme” ve onları takas etmek yerine bu mallara bağlı kalma eğilimini yansıtmaktadır (Samuelson & Zeckhauser, 1988). Alternatifine yapılan yatırım ne kadar büyük olursa statüko o kadar güçlü korunacaktır. Örneğin statüko yanlılığı marka bağlılığını ve öncü firma avantajını da açıklayabilmektedir.

Seçim alternatiflerine yönelik tercih, statüko olarak kabul edilen duruma bağlı olarak değişebilir (Tversky & Kahneman, 1991). Statüko normalde referans seviyesi olarak hizmet etmektedir; ancak alternatifler statüko olarak tanımlandığında daha ilginç hale gelebilmektedir. Bu nedenle, referans seviyelerinin çerçevelenmesi, tercihlerin belirlenmesinde büyük bir rol oynayabilir (Hartman vd., 1991). Referans noktasındaki değişiklikler genellikle tercihlerin tersine çevrilmesine yol açar (Johnson & Goldstein, 2003). Örneğin, Johnson & Goldstein (2003) belirli bir ülkede organ bağışçısı olmanın

varsayılan seçenek olduğu ve tüketicilerden bu seçeneği onaylamaları veya değiştirmeleri istendiğinde organ bağışçısı olmama durumuna kıyasla güçlü bir bağış uyumu gözlemlendiği görülmüştür. Bu çalışma statüko yanlılığının tüketici tercihi üzerindeki güçlü etkisini göstermektedir. Bu yanlılık ile bireyler ticaret ve mübadeleye karşı ön yargılı hale gelmektedir (Samuelson & Zeckhauser, 1988).

2.7. SAHIPLLENME ETKİSİNİN ÖLÇÜMÜ

Sahiplenme etkisini ölçmenin en geleneksel yöntemi kabul etme istekliliği (WTA) ve ödeme istekliliği (WTP) terimleri aracılığı ile yürütülmektedir. Tipik bir deneyde denekler rastgele iki koşuldan birisine atanmaktadır (Yamamoto & Navarro-Martinez, 2022).

Sahiplenme etkisini ölçmek için iki ana yaklaşım vardır. Biri değer düşüklüğü (WTA-WTP) yöntemidir (Sayman & Öncüler, 2005). Sonuç pozitif olduğunda sahiplenme etkisi vardır; sıfır veya negatif ise sahiplenme etkisi yoktur. Diğer yaklaşım ise oran yöntemi (WTA/WTP) olarak karşımıza çıkmaktadır (Horowitz & McConnell, 2002). Sonuç 1'den büyük olduğunda sahiplenme etkisinin var olduğunu 1'den küçük veya 1'e eşitse sahiplenme etkisinin var olmadığını öne sürmektedir.

Bir mala sahip olan insanlar, sahip olmayanlara göre o mala daha çok değer verirler. Sahiplenme etkisi genellikle iki deneysel paradigma ile gösterilmektedir. Mübadele paradigmasında, iki maldan birine rastgele bahşedilen katılımcılar, malı diğer malla takas etme konusunda beklenenden daha isteksiz olmaktadır. Değerleme paradigmasında ise alıcıların bir malı elde etmek için ödemeye razı oldukları maksimum para miktarı (WTP), bir maldan satıcıların maldan vazgeçmek için kabul etmeye istekli oldukları minimum para miktarından (WTA) daha düşüktür (Morewedge & Giblin, 2015). WTA-WTP açığı önemlidir, çünkü Coase teoremini ihlal etmektedir. Mübadele paradigması diğer faktörleri kontrol etmek zor olmasıyla dolaylı olarak deney tasarımının zorlukları nedeniyle araştırmacılar çoğunlukla bireylerin çeşitli mallar üzerindeki sahiplenme etkisini ölçmek için değerlendirme paradigmasını kullanmaktadır (Liu vd., 2021).

Piyasanın dışında kalıp fiyatlanamayan çevresel varlıklara değer biçme yöntemi olarak en çok kullanılanı koşullu değer biçme (contingent valuation) yöntemidir. KDB, özellikle çevresel iyileşmeyi hedefleyen projelerde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu yöntem

davranışsal iktisatçıların da dikkatini çekmeyi başarmıştır. KDB deneyleriyle, bireylerden çevredeki bir iyileşme ya da bir zarar için biçtikleri değer öğrenilmeye çalışılmaktadır. Bu değer iki şekilde öğrenilmeye çalışılmaktadır ve iki şekilde elde edilmektedir: i) Deneyin bir kısmında katılımcıların ödeme istekliliğini (willingness to pay-WTP), başka bir ifadeyle, katılımcıların elde edecekleri bir birim ilave çevresel fayda için ne kadar para ödemeye istekli oldukları tespit edilmektedir. ii) ikinci yöntemde ise katılımcıların bir birim çevreye vermiş oldukları zararı tolere etmeleri karşılığında ne kadar maddi tazminat elde etmek isteyecekleri öğrenilerek zararı kabullenme isteklilikleri (willingness to accept-WTA) ölçülmektedir. Teorik olarak katılımcıların bu iki soruya verdikleri cevabın birbirine çok yakın olması beklenmektedir. Fakat KDB anketleri tutarlı bir şekilde bunun tersine sonuçlar ortaya koymaktadır. Çalışmalarda ortalama WTA, ortalama WTP'nin 3-4 katı çıkmaktadır(Ertör Akyazı, 2015).

2.8. SAHİPLENME ETKİSİ VE MALLARIN TÜRÜ

Kalemler, kahve kupaları, mataralar ve çikolatalar gibi çeşitli nesneler için sahiplenme etkisi gösterilmiştir (Kahneman vd., 1990; van Dijk & van Knippenberg, 1998). Laboratuvar çalışmalarının büyük bir kısmı sahiplenme etkisini etkileyen bir dizi faktörü ortaya çıkarmış olsalar da genellikle kahve bardağı, kalemler, çikolatalar gibi malların kullanımından kaynaklı olarak gerçek yaşamla sınırlı bir özellik göstermektedir. Öte yandan yapılan çalışmaların bazıları ise belli niteliklere sahip ürünlerin sahiplenme etkisine önemli katkıda bulunduğunu öne çıkarmıştır (Nash & Rosenthal, 2014). Örneğin, yüksek katımlı ürünler (Saqib vd., 2010), yüksek kaliteli ürünler (Azar, 2011) ve çekici ürünler (Brenner vd., 2007) gibi malların niteliğine göre çalışılmıştır. Carmon & Ariely (2000) çalışmaları kapsamında, Duke Üniversitesinde öğrencilerin bir piyango sistemi aracılığıyla kampüslerindeki ünlü bir basketbol müsabakası bilet kazananları ile kazanamayanları arasında değiş tokuşa dayalı görüşmeye dayalı bir analiz gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda sahiplenme etkisi güçlü bir şekilde gözlenmiştir. Bu çalışma katılımcılar için son derece anlamlı ve ilgili bir mala odaklanıldığı için önemlidir.

Tüm mallar sahiplenme etkisine eşit derecede duyarlılık göstermemektedir (van de Ven vd., 2005). Kahneman (1992)'e göre takas için kullanılan mallar için sahiplenme

etkisi çok güçlü olmayacaktır, çünkü satıcı ve alıcıların para karşılığında rutin olarak takas ettiği ekonomik işlemlerde kayıptan kaçınma çok az rol oynamaktadır.

Bischoff (2008) çalışmasında, sahiplenme etkisinin kamu tarafından sağlanan mallar için de geçerli olup olmadığını incelemektedir. Çalışma kapsamında sahiplenme etkisi teorisinin kamusal mallar için de geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ve Sindén (1984), sahiplenme etkisinin malların bazı türlerinde sunulduğunu öne sürmüşlerdir. Öte yandan, Kahneman vd. (1990) ve List (2003, 2004) sahiplenme etkisinin yaygın olarak tüketim mallarında var olduğunu, ancak spekülasyon mallarında olmadığını göstermiştir.

Sahiplenme etkisini inceleyen deneylerde genelde kupalar, su şişeleri, çikolatalar, piyango biletleri veya üniversite harç ücretleri gibi somut nesneler kullanılsa da (Glöckner vd., 2009; Kahneman vd., 1990; Yaniv, 2011) son zamanlarda yapılan bazı çalışmalarda, sadece maddi nesneler değil aynı zamanda soyut nesneler de kullanılmıştır. Bireyler; zaman, fikri mülkiyet, kamu arazisi ve çevre, sağlık ve güvenlik düzenlemeleri gibi haklardan vazgeçmek için bunları elde etmek için ödemeye hazır olduklarından daha fazlasını talep etmektedir (Buccafusco & Sprigman, 2010; Hammack & Brown Jr, 1974; Horowitz & McConnell, 2002). Örneğin Galin vd. (2006) sahiplenme etkisini fikri mülkiyetler ve boş zaman gibi maddi olmayan varlıklar yoluyla da incelemiştir.

Sahiplenme etkisini test etmek için kullanılan nesneler kalem ve kupa gibi (Kahneman vd., 1990) öğelerden kötü bir tat gibi tecrübeye dayalı (Coursey vd., 1987) gelişigüzel öğelere kadar değişkenlik göstermektedir. Ürün tipinden kaynaklanan sahiplenme etkisinin varlığını açıklamak için iki temel tüketim malı arasında ayırım yapmamız gerekmektedir: (1) Duyusal niteliklerden gelen tatmin edici hedonik mallar ve (2) araçsal, faydacı işlevsel mallar. Hedonik malların tüketimi, nesnel olmaktan çok öznel olarak yönlendirilen, tatlar, sesler, kokular, dokunsal izlenimler ve görsel imgeler dahil olmak üzere birçok duyusal deneyim ile karakterize edilmektedir. Faydacı mallar ise, tüketimi daha bilişsel olarak yönlendirilen, araçsal ve hedefe yönelik olan ve işlevsel veya pratik bir görevi yerine getiren mallardır (Dhar & Wertenbroch, 2000).

Tüketicilerin satın aldığı veya sattığı malların türü (faydacı mallara karşı hedonik mallar), WTA/WTP oranını büyük ölçüde etkilemektedir. Faydacı mallar, bireylerin “istediklerini” yansıtan işleve, pratikliğe odaklanır ve daha fazla eğlence sağlayan, işlevsel olmayan hedonik malların aksine genellikle bireylerin ihtiyaç duyduğu mallardır

(M. Strahilevitz & Myers, 1998). Faydacı mallar yerine hedonik malların WTA/WTP oranını artırdığı bulunmuştur (E. Y. Chan, 2015).

Kayıptan kaçınma aynı zamanda seçim alternatifinin türüyle de ilişkilidir. Eğer mallar oldukça benzerse sahiplenme etkisi zayıf görülmektedir (Chapman, 1998; Shogren vd., 1994; van Dijk & van Knippenberg, 1998). Sahiplenme etkisi üzerine yapılan çalışmalar, malların ikame edilebilirliğine de odaklanmıştır. Sahip olunan malın ikame edilebilirliği ne kadar az ise sahiplenme etkisi de o kadar fazla olacağı ileri sürülmektedir (Morrison, 1998; van Dijk & van Knippenberg, 1998). İkame edilebilirlik, malın hedef fonksiyonunun birey için önemini ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle, bir malın ikame edilmesi ne kadar zorsa, o mal kişi için o kadar önemli hale gelmektedir. Bu sayede mal, bireyi o kadar desteklemekte ve bu da sahiplenme etkisine neden olmaktadır. Tarım arazisi örneği ile bakacak olursak çiftçilerin kentlerde konutları olduğunu varsayınca, ulaşım ve zaman maliyetlerini hesaba katıp geçim sermayesi olarak tarım arazisinden vazgeçebilir. Bu durumda, çiftçiler üzerindeki sahiplenme etkisi güçlü olmayacaktır (H. Zhang vd., 2022). Hanemann (1991), WTA-WTP farkını açıklamak için söz konusu malın hem gelir hem de ikame edilebilme esnekliğini kullanmaktadır. Hanemann'ın savunduğu düşünce şöyledir: Gelir esnekliği sabit tutulduğu zaman, söz konusu malın ikame edilebilme esnekliği, yani yerine kolayca başka bir mal ikame edilebiliyorsa, WTA ile WTP arasındaki fark çok az olmalıdır. Çevresel varlıklar açısından düşüncecek olursak, ikame edilebilme dereceleri düşük olduğu için WTA ile WTP arasındaki farkın büyük olması gayet doğaldır. Shogren (1994) de çalışmasında Hanemann ile benzer bir sonuçla karşılaşmıştır. Kahneman vd (1990) sahiplenme etkisinin gerçekleşmesinin de ikame edilebilirlikle ilişkili olabileceğini vurgulamıştır.

2.9. SAHIPLENMENİN KAPSAMI

Son yıllarda sahiplenme etkisine göre mülkiyetin kapsamı genişlemiştir. Örneğin sahiplenme etkisine göre mala dair yasal sahiplik veya fiziksel sahipliğe gerek yoktur (Peck & Shu, 2009; Shu & Peck, 2011). Basitçe gelecekteki sahiplenmeyi öngörmek, kişinin odak mala verdiği değeri artırmaktadır (Ariely & Simonson, 2003). Bu olguya sözde sahiplenme etkisi denilmektedir (Pyo vd., 2021).

Bir ürüne veya deneyime sahip olmayı hayal etmek, test sürüşü yapmak ve bir ürünü zihinde kişiselleştirmek sahiplik duygularını ve dolayısıyla değerlemeyi artırabilir (Peck & Luangrath, 2023).

2.9.1. Yasal Sahiplik ve Psikolojik Sahiplik

Kişinin sahip olduğu mallara ilişkin sahip olma kavramı yasal ve sübjektif (psikolojik) sahiplik olmak üzere iki unsuru içermektedir. Kişi sahip olmadığı eşyalara (örneğin, ödünç alınmış bisiklet) sahiplik duygusu hissedebilir ve bir mal sahibi gibi davranabilir. Tersine, aynı kişi gerçekten sahip olduğu öğelere (örneğin, yeni alınmış bir bilgisayar) çok az sahiplik hissedebilir ve tam sahiplik hissetmeden önce bir süre deneyim ve kullanım gerektirebilir (Reb & Connolly, 2007).

Geleneksel sahiplenme etkisi deneylerinde, referans noktası yasal mülkiyete göre değişmektedir. Bu değişim, nesnenin alınmasıyla neredeyse hemen gerçekleştiği ve zamanla güçlenmeye devam ettiği göstermiştir (M. A. Strahilevitz & Loewenstein, 1998). Bununla birlikte, sahiplenme etkisine ilişkin literatür ilerledikçe aslında yasal mülkiyetin gerekli olmayabileceği de öne sürülmektedir. Örneğin, birey nesneye yasal olarak sahip olmadığında bile – sözde sahiplik, sanal sahiplik vb. – yasal sahipliğe benzer psikolojik etkilere sahip olabilir (Ariely & Simonson, 2003).

Pierce vd (2003), psikolojik veya sübjektif sahiplenmenin temellerine dayanan deneyim ve sonuçları ele alan kapsamlı bir literatür taramasına dayanan çalışmalarında ayrıntılı bir psikolojik model önermektedir. Bu araştırma, sübjektif mülkiyet/sahiplik duygularının basit yasal sahiplikten daha karmaşık olduğunu ileri sürmektedir. Varlık üzerinde sağladığı kontrol nedeniyle psikolojik sahiplik daha belirgindir ve bir nesnenin sahiplik duyguları üzerinde (ve dolayısıyla onun parasal değerlemesi üzerinde) fiili sahiplikten daha güçlü bir etkiye sahip olabilir.

2.9.1.1. Yasal Sahiplik

Bir nesnenin yasal mülkiyeti genellikle (a) bir nesneyi kullanma ve başkalarının kullanımından hariç tutma, (b) nesneden kâr elde etme, (c) nesneyi satma, değiştirme veya elden çıkarma gibi durumlarda araçlar arasında bu hakları uygulamak ve devretmek

üzerine kuruludur. Geleneksel kapitalist piyasalarda, bir malın özel mülkiyeti elde edildiğinde tüm haklar mal sahibine devredilmektedir (Morewedge, 2021).

Teknoloji tabanlı platform piyasaları, bu özel mülkiyet modelini giyimden, dijital medyaya, emlak ve ulaşım kadar değişen alanlarda (örneğin Airbnb, Dropbox, Facebook, Uber vb.) kısmi mülkiyet modellerine dönüştürmüştür. Kısmi mülkiyet modellerinde, bireyler bir malın tüm mülkiyet haklarını satın almamaktadır. Paraları veya kişisel verileriyle, bu mülkiyet haklarının bir alt kümesini veya bir kısmını seçerek satın almaktadırlar. İnsanlar başkalarına ait olan ve pek çok kişiyle paylaşılan bir mal veya hizmeti tüketmek için geçici bir kullanım hakkı satın almaktadır (Eckhardt vd., 2019)

2.9.1.2. Psikolojik Sahiplik

Bir nesnenin psikolojik sahipliği, nesnenin “BENİM” olduğu çıkarımı veya hissidir (Pierce vd., 2001). Gerekli koşul, nesnenin benliğin bir uzantısı olarak algılanmasıdır (Weiss & Johar, 2013). İnsanlar yasal olarak fikri ve fiziksel mülkiyete sahip olabildikleri gibi, fikirlerinden, emeklerinden, organizasyonlara, evlerinden, ortak ev eşyalarına kadar çeşitli soyut, deneyimsel ve maddi nesneler için psikolojik sahiplik hissedebilirler (Nancekivell vd., 2019). Psikolojik sahiplik süreklilik boyunca deneyimlenmektedir. Hedeflere ve kişilere göre değişkenlik gösterir (Weiss & Johar, 2013).

Psikolojik sahiplik genellikle yasal sahipliğin alt kümesidir. Çeşitli psikolojik ve örgütsel teoriler, nesneler için psikolojik sahipliğin Sartre tarafından tanımlanan üç öncülden kaynaklandığını ileri sürmektedir; algılanan kontrol, kendine yatırım ve samimi bilgi (Pierce vd., 2003):

Algılanan Kontrol:

Kişinin bir nesnenin kullanımı üzerinde kontrole sahip olduğunu hissetmesi, çocuk öncesi dönemden yetişkinliğe kadar o nesne için psikolojik sahiplenmeyi başlatmaktadır (Nancekivell vd., 2019). Nesnelere dokunarak ve onları tutarak fiziksel olarak kontrol etmek, psikolojik sahiplenmeyi tetiklemektedir (Reb & Connolly, 2007). Fiziksel kontrol, psikolojik sahiplenmeyi o kadar hızlı başlatabilir ki bireyin sahip olmadığı ancak şu anda kullanmakta olduğu bir nesne için psikolojik sahiplik hissedirler; ancak bu hissiyat nesne yasal sahibine iade edilir edilmez ortadan kaybolur (Weiss & Johar, 2013).

Kendine Yatırım:

Bireylerin kendi emekleri ile sahip oldukları ve kendi üretimi sonucu sahip olması sonucu psikolojik sahiplenme güçlenmektedir. İnsanlar bir mala uzun süre sahip olduklarında ve emeklerini onun yaratılmasına yatırdıklarında veya para ödediklerinde daha fazla psikolojik sahiplik hissetmektedirler (M. A. Strahilevitz & Loewenstein, 1998). Kontrol ve kendine yatırımın yasal mülkiyet açısından da temel teşkil ettiği söylenebilir. Örneğin gecekondü haklarında olduğu gibi, Massachusetts'te bir kişi 20 yıl boyunca sürekli olarak mülkün resmi sahibi olmasa da, bunun yasal mülkiyetini elde edebilir (Morewedge, 2021).

Samimi bilgi:

Psikolojik sahipliğin önerilen üçüncü öncülü, nesnelerle “yaşayan bir ilişki” yoluyla nesneler hakkında samimi bir bilgi geliştirmektir (Pierce vd., 2001). Psikolojik sahiplik, bir malı daha uzun süre bilmekle artmaktadır.

2.9.1.3. Sahiplik Algısı

Mülkiyet, hem yasal hem de psikolojik bir olgudur. Yasal mülkiyet, mahkemelerdeki mülkiyet kararlarına rehberlik ederken psikolojik sahiplik ise nesnenin kişinin kendisinin veya kendisinin olmadığını yargılarına rehberlik etmektedir (Morewedge & Giblin, 2015).

Değerleme ve mübadele paradigmalarında kayıp ve kazanç çerçeveleri genellikle mülkiyet durumuyla karıştırılır. Alıcılar hiçbir zaman malın sahibi değildir ve satıcılar her zaman malın sahibidir. Mülkiyet bir malın değerini artırmak için yeterli olabilir (Beggan, 1992). Sahiplik, inançların ve fikirlerin algılanan değerini bile artırmaktadır (De Dreu & van Knippenberg, 2005). Sahiplik etkileri olgusal sahiplikten ziyade psikolojik olarak da belirlemektedir (Reb & Connolly, 2007). Sadece bir mala dokunmak, bir malın imajını hissetmek veya bir malın sahibi olduğunu hayal etmek psikolojik bir sahiplenme yaratır ve böylece mala karşı olumlu bir değerlendirme meydana gelir (Peck & Shu, 2009).

Sahiplenme etkisinin gerçekleşmesi için somut mülkiyet şart değildir; sahiplik “hissi” hatta sanal sahiplik bile yeterli olabilmektedir (Gimpel, 2007). Bir mala sanal olarak dokunmak veya sahip olduğunu hayal etmek bile salt sahiplik etkisini yaratmaya

yeterlidir (Brasel & Gips, 2014). Dokunmanın doğrudan doğası gereği, tüketiciler dokunmatik ekranlı cihazlar üzerinde daha doğrudan kontrol hissedebilirler. Algılanan kontrol ise psikolojik sahiplenmenin kilit öncüsü ve itici bir gücüdür (Rudmin & Berry, 1987). Ürüne dokunmak sahiplik algısını güçlendirerek tüketicinin referans noktasını değiştirmektedir (Chark & Muthukrishnan, 2013). Dokunulduğunda iyi hissettiren ürünler aynı zamanda olumlu duygusal tepkiyi ve ürünün değerini artırmıştır (Peck & Shu, 2009). Perakendeciler, tüketicilerin iyi hissetmesi için çarşaf veya havlu numuneleri bulundurmak gibi dokunması hoş ürünlerle mağazalarda etkileşimi teşvik edebilmektedir (Shu & Peck, 2011).

Platform piyasaları, erişime dayalı tüketim ve yapay zeka gibi teknolojik yenilikler, insanlar ve nesneler arasındaki ilişkileri daha çeşitli hale getirdikleri için sahip olma olgusu psikolojik ve yasal sahiplik ayrımını karmaşıklştırmaktadır (Morewedge, 2021).

2.10. BENLİK- KİMLİK, ÖZ UYUM TEORİSİ VE GENİŞLETİLMİŞ BENLİK HİPOTEZİ

İnsanların “sahip olmak” biçiminde davranmalarının sebebi, özel mülkiyet kavramının karakterinde gizlidir. Bu tür davranışta en önemli şey, sahip olmak; en büyük hak ise sahip olunanı saklamak ve kendinin kılmaktır. Elde olanı tutmak eğilimindeki bu güdü, diğer bütün isteklerin ve güdülerin önüne geçmektedir. Sahip olmanın yararlı bir biçimde kullanılmasını bile engellemektedir. “Bir şeye sahibim.” cümlesi, bize özne ile nesnenin sürekli bir yapıda olduğu anlamını vermektedir. Ama özne de nesne de aslında süreksiz ve değişkendir. Sahip olan ve sahip olunan arasındaki bağ kopabilir. Örneğin, sahip olan taraf adına toplum yerinden oynayabilir ya da kişi hayatını kaybedebilir. Buna benzer bir şekilde, nesne de yok olabilir, kırılabilir veya kaybolabilir. Herhangi bir şeye sonsuza dek sahip olma düşüncesi, değişmez ve zedelenmez maddelere bağlı olan bir hayaldir (Fromm, 2017).

Benlik uyumu, tüketicinin kendisine ait benlik algısı ile nesnenin imajı arasındaki uyum olarak ifade edilmektedir. Öte yandan benlik, kişinin en az kendisinin olduğu kadar diğer kişiler hakkındaki fikirlerini ve hislerini de kapsadığından; tüketicilerin kendi öz benliklerine göre, kişiliklerini yansıtan ya da tamamlayan mal/hizmetleri tercih edecekleri düşünülebilir. Bu kapsamda benlik uyumu, tüketicilerin kendilerinde gördükleri veya

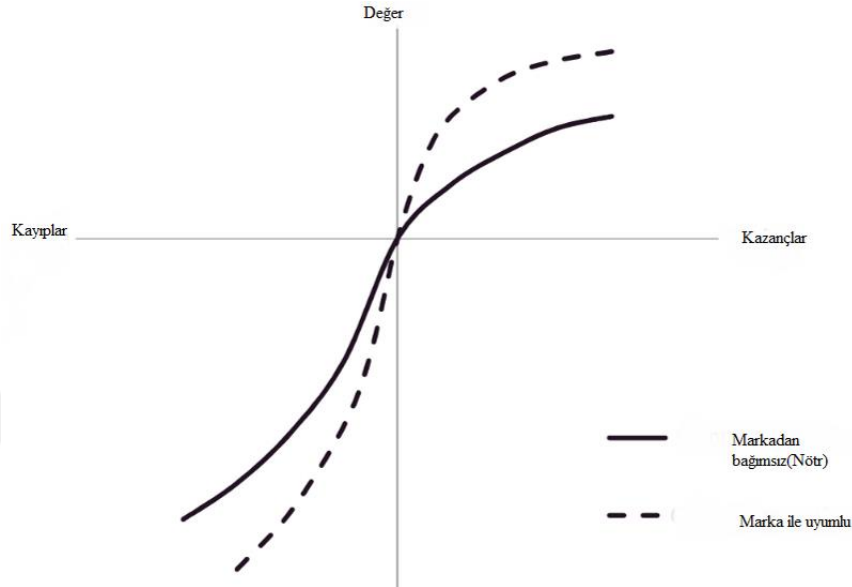
kendilerinde arzu ettikleri özellikler ile ürün veya markaya ilişkin hissettikleri sembolik özellikler arasındaki uyum olarak da açıklanabilir (Sop, 2017). Bireyler kendi benlik görüşleriyle tutarlı davranma arzuları nedeniyle benlik kavramlarıyla tutarlı olan nesneleri satın alma eğilimindedir (Sirgy, 1982). Karar vermedeki öneminin göstergesi olarak benlik uyumunun siyasi tercihleri, sahiplenme etkisini ve reklam çekiciliğine verilen tepkileri etkilediği gözlenmiştir (Caprara & Zimbardo, 2004; Hirsh vd., 2012; Winterich & Barone, 2011).

Sahiplenme etkisinin en yaygın açıklaması kayıptan kaçınma olarak bilinmektedir. Bununla birlikte artan çok sayıda çalışma ile birlikte sahiplenme etkisini aslında yalnızca bir nesnenin sahipliğinden kaynaklanan bir tür kendine gönderme yapan bilişsel önyargı olabileceğini düşündürmektedir. Açıklamak gerekirse, nesneye sahip olmanın nesne ile benlik arasında otomatik bir ilişkiyi etkinleştirebileceğini öne sürmektedir. Benliği geliştirmeye yönelik insanın içsel eğilimi nedeniyle nesnenin algılanan değeri artmaktadır (Gawronski vd., 2007). Sahip olunanlar sahibinin kimliğinde o kadar baskın bir rol oynar ki genişletilmiş benliğin bir parçası haline gelmektedirler (Dittmar, 1992).

Benlik uyum teorisi ile ilgili araştırmalar, bireylerin kimlikleriyle tutarlı öğeleri tercih ettiğini gösterse de yapılan çalışmalar nadiren WTA/WTP boşluğu ile ilgili olmuştur. Thomas vd. (2015), çalışmasında bir marka ile öz uyumun, bireyin bir nesneyi satın almak için ödemeye istekli olduğu fiyat (WTP) ile kabul etmeye istekli (WTA) olduğu fiyat boşluğunun gerekçesini araştırmıştır. Öte yandan sahiplenme etkisi ile ilgili çalışma akışı dikkate alındığında, bireylerin bir nesneye ilişkin değerlendirmelerini, markanın etkisini (Örneğin, bir Starbucks kahve kupası) görmezden gelerek yalnızca bir ürünün (standart bir kahve kupası) ekonomik değerini göz önünde bulundurarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma, kişinin kendisi ile marka arasında yüksek derecede algılanan uyuma sahip olmasını markasız bir ürünle kıyasladığımızda markalı ürünün hem WTA fiyatını hem de WTP fiyatını artıracakını önermektedir. Bu önerme satıcı ve alıcı arasında bir asimetrinin var olduğu senaryolardaki sahiplenme etkisi için önemli teorik çıkarımlara sahiptir.

Sahiplenme etkisi bağlamında değerlemedeki değişiklikler Şekil 2.2’de gösterildiği gibi Beklenti Teorisi’nden referans alınabilmektedir. Düz çizgi yalnızca nesnenin ekonomik değerini dikkate alırken markasını dikkate almayan bir sahiplenme etkisini

göstermektedir. Burada kayıplar kazançlardan daha fazla ağırlıklandırılmaktadır. Şekil 2.2'deki kesikli çizgi hem nesnenin değerini hem de markasını göz önünde bulundurarak sahiplenme etkisini göstermektedir. Marka ile artan uyum, pozitif psikolojik değer kazanımları nedeniyle hem kazanç hem de kayıplar için eğimi dikleştirmektedir.



Şekil 2.2. Benlik Uyumu ile Sahiplenme Etkisinin Beklenti Teorisi Gösterimi

Kaynak: (Thomas vd., 2015)

He & Mukherje (2007) bireylerin bir öge ile uyum düzeyinin, o ögenin genel değerine ilişkin kendileri tarafından bildirilen algılarını etkilediğini bulmuşlardır. Malar vd. (2011), bireylerin benlik kavramıyla tutarlı olan nesneler daha güçlü bağ kurduklarını ve Shu & Peck (2011), duygusal bağlanmanın bir nesnenin değerinde artışa yol açabileceğini öne sürmektedir.

WTP-WTA farklılıklarını açıklayan sahiplenme etkisine ilişkin alternatif bir hipotez, bir malın mülkiyetinin, mal ile benlik arasında bir ilişki yarattığını ve bu bağlantının sahip olunan malın değerini artırdığını savunmaktadır (Belk, 1988; Pierce vd., 2003)

Sahiplik duygusu bireysel kimliğimizin bir parçasıdır (B. Hood vd., 2016). James (2007)'nin belirttiği üzere benlik duygumuz büyük ölçüde sahip olduklarımıza ve üzerinde sahiplik iddia edebileceğimiz nesnelere dayanmaktadır.

“Bir kişinin benliği, sadece bedeni ve psişik güçleri değil, aynı zamanda kıyafetleri, evi, karısı, çocukları, ataları, arkadaşları, itibarı, çalışmaları, toprakları genel olarak onun

diyebileceği her şeyin toplamıdır” (W. James, 2007, s. 291). James’in çalışmasından yararlanan Belk (1988), bireyin sahip olduklarını da benliğinin bir uzantısına dahil eden “genişletilmiş benlik” hipotezini ileri sürmüştür. Belk, ölenleri eşyalarıyla birlikte gömüldüğü tarih öncesi zamanlardan modern tüketici davranışındaki gösterişçi tüketime kadar sahiplik duygusunu benlik kavramının merkezi olarak görmektedir. Dolayısıyla sahip olduklarımız, öz-kimlik için gösterişli belirteçler olarak hizmet etmektedirler. Nesnelere sahip olduğumuzda “benim” olurlar -kahve fincanım veya telefonum-. Sahip olmanın toplumsal açıdan önemli bir rol oynamasının bir nedeni de budur (B. Hood vd., 2016).

Öz-kimlik ile sahiplik arasında gelişen ilişki, iktisadi davranışın en önemli ve sağlam ampirik düzenliliklerinden birisi olan “sahiplenme etkisini” de açıklamaktadır. Ekonomistler genellikle sahiplenme etkisini standart rasyonel seçim teorisinin bir ihlali ve kayıptan kaçınma ön yargısının göstergesi olarak düşünmektedirler. Öte yandan, sahiplenme etkisine ilişkin yapılan bir derleme çalışması (Morewedge & Giblin, 2015) bu olgunun artık yalnızca geleneksel bir kayıptan kaçınma hesabına atfedilemeyeceğini göstermiştir. Karar verme sürecine dahil olan sahip olanlar ve alıcılar bağlamında düşündüğümüzde malların olumlu veya olumsuz özellikleri, işlem faydası, yeni veya kullanılmış olmanın maliyeti, fırsat maliyetleri ve devredilemez ilişkilendirmeler gibi faktörlerin, sahiplenme etkisine neden olabileceği belirtilmiştir.

Doğu Asyalı öğrencilerin Batılı öğrencilere kıyasla daha az sahiplenme etkisi göstermeleri bu ön yargının öz-kimlik ve sahiplenmeyle ilgili kültürel normlarında yansımaları olabileceğini göstermektedir (Maddux vd., 2010).

Davranışsal sonuçlara bakıldığı zaman, yalnızca deneklerin sahip olduğu mallar için değil, aynı zamanda deneklerin annelerinin sahip olduğu mallar için de sahiplenme etkisine dair bulgular ortaya koyulmuştur. Özetle anne ve benlik arasındaki yakınlık nedeniyle, sahiplenme etkisinin anneye yayıldığı düşünülmektedir (Feng vd., 2013)

2.11. ÇOCUKLARDA SAHİPLENME ETKİSİ

Çocuklarda da sahiplenme etkisi bulgusuna rastlanmıştır (Harbaugh vd., 2001). Yine de bu durum evrim, kültür, ilişki şemaları ve öğrenmenin sahiplenme etkisini azalttığını gösteren kanıtlarla birlikte karmaşık hale gelmektedir.

Gelişim psikologları, küçük çocukların genellikle oyuncak veya battaniyeler gibi cansız nesnelere karşı bağıllık geliştirdiklerini gözlemlemiştir (Lehman vd., 1995). Winnicott (2003)'a göre bebekler iç dünyadan (anne karnından) dış dünyaya geçiş sürecindeyken ikisini tam olarak ayırt edemediklerinde (4-6 ile 8-12 ay arasında), genellikle annesi yokken hissettikleri kayıp duygusunu telafi etmek için onları rahatlatan bir geçiş nesnesi kullanırlar. Nesne, annenin yokluğu boyunca çocuğun kontrolündedir ve çocuğun yanından uzaklaştırılması çocukta büyük bir kaygı, kayıp ve yalnızlık duygularına neden olmaktadır. Bebekler ilk başta, sahip oldukları battaniye veya oyuncak ayıları gibi duygusal nesneleri dışındaki maddi varlıklar için tutarlı bir sahiplik duygusu göstermezler (B. M. Hood & Bloom, 2008). Duygusal olmayan nesneler söz konusu olduğunda, çocuklar 18-24 aylıkken tanıdıkları nesnelerin sahiplerini belirlemeye başlarlar ve kısa süre sonra “benim” veya “seninki” gibi iyelik zamirlerini kullanmaya başlarlar (Hay, 2006).

Son zamanlarda yapılan araştırmalar, bir çocuğun belirli bir nesneyle özel bir bağ kurduğunda, o nesnenin öznel değerini yükselttiğini ve onu başka bir nesneyle, hatta tıpatıp aynısıyla bile değiştirmeyeceğini göstermektedir. Sahip oldukları bir eşyaya özel bir bağı olmayan çocuklar böyle bir tercih göstermemiştir. (B. M. Hood & Bloom, 2008).

2.2. SAHIPLENME ETKİSİ İLE İLGİLİ FAKTÖRLER

2.12.1. Ticari Deneyim ve Nesne ile Geçirilen Süre

Sahiplenme etkisine ilişkin çoğu çalışma anlık gerçekleşen işlemleri araştırmıştır. Gerçek dünyadaki birçok işlemin zamansal boyutu göz önüne alındığında, bu önemli bir sınırlamadır (Yamamoto & Navarro-Martinez, 2022).

Mal ile geçirilen süre arttıkça nesne üzerindeki sahiplenme etkisini artırmaktadır. Ancak mal ile geçen süre tekrarlandıkça ise sahiplenme etkisi tam tersi yönde görülmektedir. Bu durumu mal sahibinin deneyimi veya piyasa tecrübesi olarak belirtilebilir. Deneyisel piyasalarda paha biçme tekrar tekrar ortaya çıktığında kabul etmeye istekli olma ile ödemeye istekli olma arasındaki boşluk genellikle azalmaktadır (Loomes vd., 2009; Shogren vd., 2001).

Sahiplenme etkisi literatüründe, Knetsch ve Sinden (1984), ticaret deneyimi ile sahiplenme etkisi arasında ilişki hakkında çalışmışlardır. Kahneman vd. (1990), bu özel ilişkiyi analiz etmek için deneyler tasarlamış ve ticaret deneyiminin sahiplenme etkisini zayıflatmadığını göstermiştir. Ayrıca, genellikle uzun bir süre gerektiren ticaret deneyimi için Shogren vd. (2001) ve Loewenstein & Issacharoff (1994) çalışmaları ticaret deneyimi birikimi için uygun olmayan çalışmalardır (Wang vd., 2020). Bu eksikliğin üstesinden gelmek için List (2003, 2004), çalışmalarında ticaret tecrübesi olan ve olmayan gruplara yapmış olduğu deneylerde profesyonel tüccarlar ve ticaret deneyimi olan tüketicilerde belirgin bir sahiplenme etkisinin olmadığını, sıradan tüketiciler ve ticaret deneyimi olmayan tüketiciler de ise önemli bir bölümünde sahiplenme etkisinin sergilendiğini göstermiştir. Daha sonra, Horowitz & McConnell (2002) ve Tunçel & Hammit (2014) mevcut literatürü gözden geçirmişler ve benzer bir sonuca ulaşmışlardır.

Harbaugh vd. (2001), yaş ilerledikçe sahiplenme etkisinin azalmadığını ve bunun referansa bağlı tercihlerden kaynaklı olduğunu bulmuşlardır. Bağış etkisinin dayanak noktalarından birisi ise malların üzerindeki değişiklik üzerinde tanımlanan referansa bağlı tercihlere sahip olunmasıdır. Mübadele yaparken satış yapmak yerine isteksiz davranmak bir hata olarak görülmektedir. Eğer bu bir hata ise sahiplenme etkisi sergileyen kişiler çok az mübadele işlemi yapmaktadır. Bireyler piyasalarda işlem yaptıkça bu hatalardan ders almalı ve sahiplenme etkisi azalmalıdır. Ancak tercihler bir referansa bağlı ise mübadeledeki bu isteksizlik bir hata değil ve dolayısıyla deneyimin sahiplenme etkisini azaltıcı yönü olmamaktadır (Harbaugh vd., 2001).

Literatüre bakıldığında zaman, sahiplenme etkisinin deneyimle nasıl değiştiği konusunda bir konsensüs söz konusu değildir. Deneklerin deneysel sürece aşinalık kazandıkça WTA ve WTP'nin nasıl değiştiğini incelemek için tekrarlı mekanizmalar kullanılan çalışmalarda (Brookshire & Coursey, 1987; Coursey vd., 1987; Knez vd., 1985; Shogren vd., 2001) WTA-WTP arasındaki farkın yakınsadığını tespit ederken Kahneman vd. (1990) yakınsamadığını bulmuştur.

2.12.2. Emek ve Çaba

Sahiplenme etkisi, insanlar çok çalışıp emek verip veya zekâlarını kullanıp sahiplendiklerinde daha güçlü şekilde görülebilmektedir (Rachlinski & Jourden, 1998).

Loewenstein ve Issacharoff (1994) yapmış olduğu bir deneyde sınavda en yüksek puanı alan öğrencilere kahve bardaklarını vermiştir. Alıcıların yarısına bardakları emeklerinin karşılığı sonu aldıkları beyan edilmiş, diğ er yarısına da rastgele aldıkları beyan edilmiştir. Performansları karş ılığ ında ödüllendirilen gruptaki sahiplenme etkisi diğ er gruba göre daha yüksek çıkmıştır.

İnsanların değ erli bir şey elde etmek için çok çalışacakları açıkken, büyük ölçüde gözden kaç an şey, çok çalışmanın aynı şeyleri daha değ erli hale getirebildiğ i fikridir. Çaba bile kendi baş ına değ erli ve ödüllendirici bir motivasyon kaynağ ı olabilir. Örneğ in; dağcılar dağ a tırmanmaya çok ç etin ve çaba gerektiren bir iş olduğ u için değ er vermektedirler. Baş ka bir örnek kiş inin emek vererek yaptığ ı ve kendi kendine biraraya getirdiğ i nesneler (örneğ in IKEA mobilyaları), önceden birleştirilmiş olarak gelen nesnelerden daha değ erli olabilmektedir. Norton vd. (2012) , IKEA etkisi olarak ifade ettiğ i olguyu “kendi kendine yapılan ürünlerin değ erlemesindeki artış” olarak tanımlamıştır. Bundan önce Franke vd. (2010) “kendim tasarladım” etkisi olarak adlandırmıştır.

2.12.3. Nesneyle Duygusal Bağ

Nesne bağıllığı, duyguları tetikleyen, olumlu ve koruyucu davranış lar uyandıran özel, anlamlı bir nesne ile hissettiğ imiz bağı n gücü olarak tanımlanmıştır (Mugge vd., 2008). Bu nedenle nesnelere/mallara ilişkin değ erlendirme, baş kalara değ ersiz görünen nesneler/mallar için bile değ eri artıran kalıcı duygusal, kiş isel ve biliş sel bağ ları kapsayacak şekilde parasal değ erlemenin veya faydaların çok ötesine uzanmaktadır (Belk, 1988). Örneğ in, unutulmaz bir yürüyüş te bulduğ umuz ve sadece bizim için değ eri olan bir taş ı saklayıp ona değ er atfedebiliriz (Preston & MacMillan-Ladd, 2021). Tıpkı insanlara olduğ u gibi nesnelere de bağ lanabiliriz (Shu & Peck, 2011). Bu bağ lar; sevdiğ imiz, güvendiğ imiz, özdeşleştiğ imiz ve ilgilendiğ imiz bir hedef yoluyla geliş mektedir. Benzetmek gerekirse, bir çocuğ un her gece yatmadan önce oyuncak ayısıyla kurduğ u bağ bu durumu açıklayabilmektedir. Nesneye bağ lanma psikolojik sahiplenme ile örtüş mektedir (Pierce vd., 2003). Mallarla ilgili kararlarımız, önemli ölçüde, mallarla ilgili olumlu değ erlendirmemiz ve onlara duygusal bağ larımız tarafından şekillendirilir (Preston & MacMillan-Ladd, 2021).

Duygusal bağlanma (Emotional attachment), bireyler kişisel olarak önemli nesnelerden ayrıldıklarında duygusal ayrılık sürecinde kayıptan kaçınma üretmektedir (Ariely vd., 2005). Bir bireyin belirli bir mala ne kadar duygusal bağlılığı varsa, onu kaybettiklerinde hissettiği kayıp o kadar güçlü olur ve gerçek değerine kıyasla psikolojik bedeli de o kadar yüksek olur (Xie vd., 2021). Tarım arazisi örneği ile bakacak olursak; tarım arazisi, çiftçiye gelir getirir ve geçim güvenliği isteğini yerine getirir. Bu da çiftçilerin zamanla tarım arazisi ile duygusal bir bağ kurmasına neden olur. Böylece tarım arazisi sahibi çiftçi kendi arazisine piyasanın üstünde bir değer atfedecektir. Sahip olunan süre de arttıkça duygusal bağlar güçlenecek ve bunun sonucunda sahiplenme etkisi artacaktır (Nash & Rosenthal, 2014; Xie vd., 2021).

Çeşitli nesnelere karşı sahiplik duygularının önemli ve güçlü psikolojik ve davranışsal etkileri bulunmaktadır. Örneğin, sahip olunanların artması olumlu ve canlandırıcı bir etki yaratmaktadır. Sahipliğin kaybı ise “kişiliğimizin küçülmesine, kendimizin kısmen hiçliğe dönüşmesine ve depresyon duygularına yol açmaktadır (Pierce vd., 2003). Sahiplenme etkisinin birincil itici gücünün kayıptan kaçınma ön yargısı olduğu savunulmuştur; sahip olunan nesnenin alınması nedeniyle referans noktası değişen satıcılar, sahibi olmayan alıcılara göre daha güçlü bir kayıptan kaçınma hissetmektedirler. Bu kayıptan kaçınmanın altında neyin yattığı sorusu sahiplenme etkisi üzerine yapılan deneylerde ölçüldüğünde açıkça anlaşılamamıştır. Ariely vd. (2005) tarafından bir adım ileriye atılmış ve kayıptan kaçınmanın önerilen iki gücü araştırılmıştır: Duygusal bağlanma ve bilişsel bakış açısı. Ariely, sahiplenilen ürüne karşı fiyat eşitsizliğini, satıcıların kayıptan kaçınmasını ve ürüne gösterilen duygusal bağlılığı ile açıklamaktadır. Sahiplenme etkisi literatürüne ilişkin çalışmalar, etkiyi anlamak için bu iki mekanizma etrafına organize edilmiştir ve gelecekteki araştırmacıları daha sağlam bir psikolojik araştırma yapmaya teşvik etmektedir (Shu & Peck, 2011).

Satıcıların sahip oldukları ürüne olan duygusal bağlılığı satıcıların WTA'sı ile alıcıların WTP'si arasındaki eşitsizliği yönlendirmektedir. Satıcılar ürüne duygusal olarak ne kadar bağlanırsa, algıladıkları kayıp o kadar büyük olur ve talep ettikleri fiyat bu nedenle yükselmektedir (E. Y. Chan, 2015). Satıcılar faydacı mallara karşı herhangi bir duygusal bağ geliştirmemektedir. Bu durumda duygusal bağlanmalar daha az görülmektedir. Öte yandan satıcı faydacı mallara karşı duygusal olarak bağlansa bile talep edilen fiyatı artırması daha az olası görülmektedir (E. Y. Chan, 2015).

Nöral açıdan bakacak olursak, sahip olduklarımıza aşırı değer vermemizin ve onlara bağlanmamızın sinirsel temelleri, daha genel olarak beynin duygu güdümlü kararları destekleyen bölgelerden kaynaklanmaktadır (Preston & MacMillan-Ladd, 2021).

2.12.4. Kültürel Fark

Sahiplenme etkisi literatürünün büyük bir kısmı Batı ülkelerindeki katılımcıları test etmeye dayanmaktadır. Sahiplenme etkisi ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunda kullanılan popülasyon Batı (Kuzey Amerika, Batı Avrupa) kültürlerinden bireylerle gerçekleşmiştir (Collard vd., 2020). Avrupa kökenli insanlar Asya ve Doğu Asya kökenli insanlara göre daha büyük WTA-WTP boşlukları sergilemektedir (Maddux vd., 2010). Maddux vd. (2010), Batılı popülasyona bu kadar güvenmenin sorunlu olduğunu, bunun nedeninin ise ön yargılı bir görüşün açığa çıkabileceği ve bu olgunun kültürden kültüre farklılık gösterebileceğini ifade etmektedir. Sahiplenme etkisinin kişinin kendine değer verme fonksiyonuyla ilgili olmasından kaynaklı bu etki kültürel olarak da farklılık gösterebilir. Batı kültüründe baskın ve bağımsız benlik kurguları hakimken Doğu kültüründe başkalarıyla ilişkili olan benlik kurguları hakimdir. Bu da sahiplenme etkisinin Batı kültüründe daha güçlü olabileceği savını öne sürmektedir. Çalışma sonunda araştırma hipotezinde öne sürülen sav geçerli olmuştur. Yapılan çalışma sahiplenme etkisini kültürel boyutta inceleyen ilk çalışma olmuştur.

2.12.5. Psikolojik Faktörler

Davranış bilimlerinde harcanan çabanın çoğu, insanların optimal olmayan (veya irrasyonel) kararlarının psikolojik ve biyolojik temellerini anlamaya yöneliktir. Genel görüş birliği, bireylerin çok fazla bilgiyle karşılaştıklarında, uygulama ve deneyimden yoksun olduklarında veya duygusal, bilişsel baskı altında olduklarında genellikle psikolojik ön yargılarının kurbanı oldukları yönündedir (Bao & Robinson, 2022).

Psikolojideki araştırmalar, mülkiyet hesabının da dâhil edilmesi gerektiğini öne sürmektedir. Bilişsel Uyumsuzluk Teorisi üzerine yapılan birçok çalışma, bireylerin seçtiklerine sadece onu seçtikleri için değer verdiklerini göstermektedir. Seçilen öğelerin değerindeki bu artış (ve seçilmemiş öğelerin değerindeki azalış) kısmen bireylerin seçimlerini gerekçelendirmek için motive olmalarından ve kısmen de bir öğeye sahip

olmanın öge ile benlik arasında bir ilişki kurmasından kaynaklanmaktadır (Morewedge vd., 2009). Benzer şekilde Gawronski vd. (2007, s. 221)'nin belirttiği gibi “ Bir nesne seçmek, seçilen nesne ile benlik arasında bir ilişki yaratmasıyla sonuçlanır. Bu ilişkilendirme sayesinde, benliğin üstü kapalı değerlendirmeleri seçilen nesneye aktarılma eğilimindedir”. Kısacası, psikoloji araştırmaları, bireylerin benlik ilişkilendirilen öğelere değer verme konusunda güçlü bir eğilim olduğunu öne sürmektedir. Bu da mülkiyet hesabının sahiplenme etkisinin üretilmesinde bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Morewedge vd. (2009), sahiplenme etkisinin tam olarak mülkiyet hesabından veya kayıptan kaçınmadan etkilendiğini söylemenin mümkün olmadığını belirtmiştir.

Beklenti teorisindeki değer fonksiyonu kazançlar için içbükey kayıplar için dışbükey olduğundan, belirli bir kayıp miktarı eş değer bir kazanç miktarının sağlayacağı faydadan daha büyük bir zarara yol açmaktadır. Bu nedenle, malı bir referans noktasına göre kayıp algılayan satıcılar malı elde etmeyi kazanç olarak gören potansiyel alıcılardan daha yüksek miktarlar talep etmektedir (Karataş, 2020). Bu asimetric değerlemenin altında yatan sebeplerden birisi, satıcıların kendilerine bir ürün verildiğinde yaşadıkları mülkiyet ön yargısı eğilimidir (Morewedge vd., 2009). Başka bir ifadeyle, mülkiyet ön yargısı, bir üründen vazgeçmeyi satıcıya çok önemli bir kayıp gibi hissettirerek satıcıların mallarını terk etmeleri için yüksek miktarlar talep etmelerine yol açmaktadır (Karataş, 2020). Sahiplenme etkisini yönlendiren mülkiyet ön yargısı psikolojiktir (Reb & Connolly, 2007).

Beggan (1992)'e göre bir nesnenin salt mülkiyeti, sahibi ile nesne arasında psikolojik bir ilişki yaratmaktadır. Bunun sonucu olarak, müzakere sırasında nesne sahipleri, genellikle alıcıların beklediğinden çok daha yüksek taleplerde bulunma eğilimindedirler (Kahneman vd., 1990).

2.12.6. Duygusal Faktörler

Yapılan araştırmalar; olumlu, olumsuz ve istenilen duygular gibi farklı duyguların sahiplenme etkisini etkileyebileceğini öne sürmektedir (Forgas & Ciarrochi, 2001; Y. Zhang & Fishbach, 2005). Bununla birlikte, ileriye yönelik olumsuz duygular (özellikle hayal kırıklığı ve pişmanlık), insanların sahip oldukları malları değiş tokuş etmelerini

engelleyerek sahiplenme etkisini artırır (Lin vd., 2006). Cosmides & Tooby (2015), sosyal mübadeleye özgü psikolojik uyarlamalar olduğunu ve alıcıların psikolojik beklentilerinin de bunlar arasında olduğunu savunmuştur. Maliyetlere göre getirilerin büyüklüğüne dayalı olarak beklentiler yaratılır ve WTP’de farklılıklar meydana gelir (Drouvelis & Sonnemans, 2017).

Yapılan çalışmalarda görüldüğü üzere karar vericinin satış veya alış fiyatına karar verirken içinde bulunan duygusal durum sahiplenme etkisini belirleyebilmektedir. Hatta bu duygusal durum eldeki kararlar ile ilgili olmasa bile sahiplenme etkisinin gücü zayıflatabilmektedir (Martinez vd., 2011).

Güçlü olma ve hissetmenin bir sonucu kayıpların hedonik etkisini zayıflatmasıdır. Örneğin, Inesi (2010) deneysel çalışmalarında güçlü hissettirilen katılımcıların, kendilerini güçsüz hisseden katılımcılara kıyasla daha az kayıptan kaçınma gösterdiklerini ortaya koymuşlardır. Chan ve Saqip (2018) çalışmasında güçlü alıcıların bir mala güçlü satıcılardan daha yüksek bir değer vermesi ve WTA-WTP eşitsizliğinin tersine döneceğini ileri sürmektedir. Güçlü alıcılar ve güçlü satıcılar, kaybedecekleri şeyler yerine kazanabileceklerine odaklandıkları için eşitsizlik gerçekleşecektir. Çalışma sonucunda hem alıcılar hem de satıcılar güçlendirildiğinde sahiplenme etkisinin tersine döndüğü ortaya çıkmıştır.

Lin vd. (2006) sahiplenme etkisinin olumsuz bir duygu manipülasyonu ile en aza indirgeneceğini savunmaktadır. 400 katılımcı üzerinde yapılan iki deneyden elde edilen bulgular bu hipotezi desteklemektedir. Çalışma sonucunda, sahiplenme etkisi katılımcılar mutlu hissetmeye teşvik edildiğinde ortaya çıkarken üzülmeye yönlendirildiklerinde bulunmamaktadır. Böylece duygu durumlarının sahiplenme etkisi için önemi vurgulanmıştır. Satış temsilcileri genellikle müzik, ışıklandırma, ambiyans ve benzeri şeylerle manipüle ederek potansiyel müşterilerde iyi duygular uyandırmaya çalışmaktadır (Lin vd., 2006).

2.13. SAHİPLENME ETKİSİ İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR

Kahneman vd. (1990), Coase teoremi’nin tahminleriyle çelişen piyasa ortamlarında sahiplenme etkisinin kalıcılığını gösteren deneysel testler ortaya koymuştur.

Ortona ve Scacciati (1992) çalışanların maaş artışları için çalışma sürelerini değiş tokuş etme tepkilerini incelemiştir. Çalışma sonucunda iki saatlik boş zamanlarını “satan” deneklerin, aynı iki saatlik boş zamanını “satın alan” deneklerin ödemeye razı olduklarından on kat daha fazla maaş artışı talep ettiklerini bulmuşlardır. Dolayısıyla, boş zaman güçlü bir sahiplenme etkisi gösteren mal/öge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Heberlein ve Bishop (1986) insanların avlanma izni için 31 dolar ödemeye razı olduklarını, hâlihazırda bir av iznine sahip olanların ise 143 doların altında satmaya istekli olmadıklarını gözlemlemiştir.

Loewenstein ve Issacharoff (1994), insanların belirli nesneleri elde etme biçimlerinin, nesnelere ilişkin değerlendirmelerini etkilediğini bulmuşlardır. Mallarını performanslarına veya çabalarına göre alan kişiler, malları şans eseri veya düşük performansa dayalı olarak aldıkları duruma göre daha fazla değer vermişlerdir.

Loewenstein ve Issacharoff (1994) yapmış olduğu bir deneyde sınavda en yüksek puanı alan öğrencilere kahve bardaklarını vermiştir. Alıcıların yarısına bardakları emeklerinin karşılığı sonu aldıkları beyan edilmiş, diğer yarısına da rastgele aldıkları beyan edilmiştir. Performansları karşılığında ödüllendirilen gruptaki sahiplenme etkisi diğer gruba göre daha yüksek çıkmıştır.

Strahilevitz & Loewenstein (1998) nesne değerlemesinin sahiplik süresiyle arttığını ortaya koymuşlardır. Daha önce yapılan çalışmalarda bir nesneye sahip olunduğu anda sahiplenme etkisinin gerçekleşebileceğini öne sürerken bu çalışmada geçmişteki sahiplenmenin sahiplenme etkisini artırabileceğini göstermiştir

van Dijk & van Knippenberg (1998) ise mübadele malları için yapmış oldukları deneyde malların değerleri belirsiz olduğunda sahiplenme etkisinin olduğunu göstermişlerdir.

van Dijk & van Knippenberg (1998), merakın sahiplenme etkisine neden olup olmayacağı durumunun incelendikleri çalışmada, merak ile sahiplenme etkisi arasında güçlü bir korelasyon bulmuşlardır.

Carmon & Ariely (2000) çalışmaları kapsamında, Duke Üniversitesinde öğrencilerin bir piyango sistemi aracılığıyla kampüslerindeki ünlü bir basketbol müsabakası bilet kazananları ile kazanamayanları arasında değiş tokuşa dayalı görüşmeye

dayalı bir analiz gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda sahiplenme etkisi güçlü bir şekilde gözlenmiştir. Bu çalışma katılımcılar için son derece anlamlı ve ilgili bir mala odaklanıldığı için önemlidir.

Dhar ve Wertenbroch (2000) 217 MBA öğrencisinden sahip oldukları arabanın özellikleri hakkında veri toplayarak göstermiştir. Katılımcılar arabalarını hedonik boyutlar için birden dokuza kadar bir ölçeğe ve ardından faydacı boyutlar için ayrı ayrı derecelendirilmiştir. Daha sonra, arabalarını ne kadar satmaya istekli oldukları sorulmuştur. Çalışma sonucunda hedonik bir şekilde bağ kuran kişiler faydacı bir bağ kuranlara göre daha fazla para talep etmektedir.

Harbaugh vd. (2001), yaş ilerledikçe sahiplenme etkisinin azalmadığını ve bunun referansa bağlı tercihlerden kaynaklı olduğunu bulmuşlardır.

Harbaugh vd. (2001) tarafından çocukların sahip oldukları nesnelere olmadıklarına göre daha yüksek bir değer verip vermedikleri ilk olarak araştırılmıştır. 6, 8 ve 10 yaşlarındaki çocuklara bir oyuncak hediye edilmiş ve oyuncakları eşit değerinde alternatif bir oyuncakla takas etmelerini istenmiştir. Çocuklar tıpkı Kahneman vd. (1990) çalışmasındaki yetişkenler gibi sahiplenme etkisi ön yargısı göstermişlerdir. Bu nedenle bu ve bunlara benzer çalışmalar davranışsal ön yargıların çok fazla pazar deneyimi eksikliğinde de ortaya çıkabileceğini öne sürmektedir. Lakshminaryanan vd. (2008)'e göre bu tip davranışsal ön yargıların erken ortaya çıkması, daha temel bilişsel mekanizmaların söz konusu olabileceğine ve bu mekanizmalara yol açan bilişsel mimarinin filogenetik olarak daha eski olabileceği savunulmaktadır.

Horowitz ve McConell (2002), 45 sahiplenme etkisi çalışmasının ele alındığı derleme çalışmalarında WTA/WTP oranını ortalama 7.2 olarak bulmuştur. Analiz edilen çalışmalardaki oranlar ise 0.74 ile 113 arasında değişiklik göstermektedir. Çalışmada, öğrenme etkisinin WTA WTP farkını azalttığını ancak ortadan kaldırmadığına ilişkin bulgular elde etmişlerdir.

List (2003, 2004), çalışmalarında ticaret tecrübesi olan ve olmayan gruplara yapmış olduğu deneylerde profesyonel tüccarlar ve ticaret deneyimi olan tüketicilerde belirgin bir sahiplenme etkisinin olmadığını, sıradan tüketiciler ve ticaret deneyimi olmayan tüketiciler de ise önemli bir bölümünde sahiplenme etkisinin sergilendiğini göstermiştir.

Lerner vd. (2004) iğrenme ve üzüntü olmak üzere iki farklı olumsuz duygu için farklı etkiler bulunmuştur. Katılımcılara ilgisiz bir görevde bu duygulardan birini uyandıran film kesitleri izlettirilmiştir. İğrenme sahip olunanları kovma ve yenilerini elde etmekten kaçınma eğilimi uyandırmasından ötürü (Rozin & Fallon, 1987) sahiplenme etkisi tamamen ortadan kalkmıştır. Üzüntü durumunda ise üzüntünün kayıp ve çaresizlikle ilişkilendirilmesinden ötürü (Keltner vd., 1993) kişinin içinde bulunduğu koşulları değiştirme eğilimi uyandırmaktadır. Mevcut sahip olduklarından kurtulmak (yani satmak) ve yeni mallar edinmek (yani satın almak) kişinin içinde bulunduğu koşulları değiştirmek için açık fırsatlar sunmaktadır. Sonuç olarak üzüntü durumu da sahiplenme etkisini tersine çevirmiştir. Çalışmaları değerlendirecek olursak her ikisinde de yaşanan olumsuz duygu durumlarının, sahiplenme etkisini zayıflatabileceğini hatta tersine bile çevirebileceğini göstermektedir.

Zhang ve Fishbach (2005), alış ve satış fiyatları arasındaki eşitsizlikte olumsuz duyguların rolünü araştırmıştır. Çalışma sonucunda olumsuz olaylara verilen duygusal tepkiyi azaltan psikolojik değişkenlerin alıcılar ve satıcılar arasındaki fiyat eşitsizliğinin azaltılacağına ulaşılmıştır.

Sayman ve Öncüler (2005), yapmış oldukları meta analizi çalışmalarında 39 çalışma 164 veri noktası kullanılmıştır. WTA ve WTP arasındaki farklılıkların satın alma ortamına, ilgili ürüne veya tüketicinin türüne bağlı olarak ortaya çıktığını bulmuşlardır

Novemsky & Kahneman (2005) kayıptan kaçınmadan kaynaklanan sahiplenme etkisinin, tüketim için sahip olunan mallar için bulunduğu ancak mübadele için sahip olunan mallar için bulunmadığına dair kanıtlar elde etmişlerdir.

Lin vd. (2006) tarafından yapılan deney çalışmasında katılımcılar, ilgisiz geçmiş duygusal olayları hatırlayarak ve ilgisiz görsel ve işitsel uyaranlar yoluyla olumlu veya olumsuz duygular deneyimlemiştir. Daha sonra katılımcılar üzerinde kupa ile sahiplenme etkisi deneyi yapılmıştır. Deney sonucunda olumlu duygulardan sonra sahiplenme etkisinin gerçekleştiğini, ancak olumsuz duygulardan sonra ise sahiplenme etkisinin gözlenmediği belirtilmiştir.

Lin vd. (2006) sahiplenme etkisinin olumsuz bir duygu manipülasyonu ile en aza indirgeneceğini savunmaktadır. 400 katılımcı üzerinde yapılan iki deneyden elde edilen bulgular bu hipotezi desteklemektedir. Çalışma sonucunda, sahiplenme etkisi katılımcılar

mutlu hissetmeye teşvik edildiğinde ortaya çıkarken üzülmeye yönlendirildiklerinde bulunmamaktadır. Böylece duygu durumlarının sahiplenme etkisi için önemi vurgulanmıştır.

Lin ve Lin (2006) yapmış oldukları çalışmalarında sahiplenme etkisinde sosyal değer yöneliminin rolünü araştırmıştır. Bireyci, rekabetçi ve prososyal olarak sınıflandırdığı kişilerde sahiplenme etkisini araştırdıkları çalışmada bireyci ve rekabetçilerde sahiplenme etkisinin gözlemlendiği, prososyallerde ise sahiplenme etkisinin gözlenmediği görülmüştür.

Tom vd. (2006), çalışmalarında perakende ve doğrudan pazarlama dağıtım kanallarının sahiplenme etkisi üzerindeki etkisini karşılaştırmıştır. Sonuçlar, ürün dağıtımının hem perakende hem de doğrudan pazarlama kanalları için sahiplenme etkisini göstermektedir. Ayrıca, doğrudan pazarlama kanalında, ürünlerin satın alma noktasındaki sanal sahiplik değerine kıyasla, ürünün teslim alındığı noktada somut olarak sahip olunmasının daha fazla sahiplenme etkisine neden olabileceği gözlenmiştir. Öte yandan, ürüne sahip olma süresi ürün değerlemesini etkilememiştir.

Reb ve Connolly (2007), sahiplenme etkisine mala fiziksel olarak sahip olmalarıyla artan sahiplik duygularının aracılık ettiğini göstermiştir.

Reb ve Connolly (2007), çalışmalarında nesnenin değerinin geçirilen süre sonucunda artan adaptasyon ve psikolojik alışma ile arttığını bulmuşlardır.

Santos ve Lakshminarayanan (2008), pazar deneyimi azaldığında sahiplenme etkisini arttığı görülmektedir. List (2003), pazar tecrübesinin sahiplenme etkisini ortadan kaldırıp kaldırmadığını araştırmak için iyi işleyen iki pazar yerindeki bireysel davranışları incelemiştir. Her iki piyasadan da elde edilen saha kanıtları, piyasa deneyimi arttıkça bireysel davranışın neoklasik tahmine yakınsadığını göstermektedir.

Knetch ve Wong (2009), sahiplenme etkisini referans noktası açısından incelemişlerdir. Çalışmada, referansta alınan durumun kişilerin kayıp ve kazançlarına biçtikleri değeri önemli ölçüde değiştirebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Peck ve Shu (2009) bir ürüne dokunmanın daha fazla sahiplenme etkisine neden olduğunu bulmuşlardır.

Cramer & Antonides (2011) çalışmalarında hedonik ve faydacı ürünler arasındaki sahiplenme etkisini karşılaştırmıştır. Çalışma sonucunda faydacı gıda ürünlerine kıyasla hedonik ürünlerde daha fazla sahiplenme etkisi gözlenmiştir.

Martinez vd. (2011) çalışmasında, literatürdeki çalışmaları referans alarak karar alma ile ilgili iki olumsuz duygudan pişmanlık ve hayal kırıklığının duyguların bir nesnenin değerlemesi üzerinde belirgin bir şekilde göstererek duyguların sahiplenme etkisi üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışma sonucunda pişmanlığın uyarılmasında sahiplenme etkisinin azaldığı hayal kırıklığının uyarılmasında ise sahiplenme etkisinin güçlendiği görülmektedir.

Kogut ve Kogut (2011) yapılan çalışmada nesnelerin değerlemesinde bireysel farklılıkları incelemiştir. İnsanların sahip olduklarına bağlanma şekillerinde farklılıklar gösterdiğini ve bu bağlanma biçimlerinin yakın ilişkiler içinde olan insanlarla bağlanma biçimleriyle ilgili olduklarını öne sürmektedir. Daha spesifik olarak, bağlanma kaygısının, insanların sahip oldukları nesneler hakkında hissettikleri bağlanma kaygısıyla ilişkili olduğunu ve önemli kişilerin sevgisini kaybetme korkusunun insanların sahip oldukları şeyleri kaybetme veya onlardan ayrılma konusunda hissettikleri kaygıya kadar kapsamını genişletilebileceğini öne sürmektedir.

Sousa & Munro (2012) çalışmasında bir bilgisayar oyununda sahiplenme etkisinin varlığının olup olmadığını araştırmıştır. Çalışma sonucunda, ürünlerin tamamı sanal olmasına rağmen daha fazla ticaret deneyimine sahip oyuncuların statüko davranışı sergileme olasılığının daha düşük olduğu görülmektedir.

Dommer & Swaminathan (2013) çalışmalarında sahiplenme etkisini kayıptan kaçınma ön yargısının haricinde mal ile benlik arasında bir ilişkinin varlığını ortaya koymuşlardır. Sahip olma ile benlik arasında oluşan bu bağlantının malın değerini artırdığını ileri süren çalışma kapsamında kendini tehdit, kimlik ve cinsiyet aracı değişkenlerini kullanmıştır.

Feng vd. (2013) sahiplenme etkisinin genişletilebilirliğinin nörolojik temellerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmada kişi ile yakın ilişkisi olan bir başka kişinin sahip olduğu eşyalarla ilgili olarak sahiplenme etkisinin olup olmayacağı araştırılmıştır. Bu kapsamda deneklerin annelerinin sahip olduğu mallara ilişkin sahiplenme etkisi fonksiyonel manyetik rezonans yöntemi ile incelenmiştir.

Galin (2013) çalışmasında bireyler ve gruplar arasında sahiplenme etkisini karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmada grupların mı bireyleri yoksa bireylerin mi grupları etkilediği ve böylece kimin/kimlerin müzakereci tarafı yumuşattığı incelenmektedir. Öte yandan müzakere yapan taraf grup olduğunda ise aşırı fiyatlandırma sonrası ciddi bir sosyal refah kaybına neden olabilir. Gruplarda sosyal normların ağır basması nedeniyle sahiplenme etkisinin bireylere kıyasla daha az olacağı öngörülmektedir.

Chuang (2013) çalışmasında zaman baskısının sahiplenme etkisi üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda zaman baskısının sahiplenme etkisi ön yargısını azalttığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Tunçel ve Hammit (2014) yapmış oldukları derleme çalışmalarında, inceledikleri 76 araştırmada en fazla çevresel konularda sahiplenme etkisi gözlemlenmiştir. Ayrıca referans fiyatın belirsizliği arttıkça WTA/WTP farkının daha da arttığı gözlenmiştir.

Apicella vd. (2014) çalışmalarında sahiplenme etkisinin evrenselliğini, evrimsel önemini ve çevresel faktörlere bağımlılığını araştırmaktadır. Kuzey Tanzania’da bir avcı toplayıcı popülasyona yapmış oldukları deneyde izole bir şekilde yaşayan halk sahiplenme etkisi göstermediği, modern topluma ve pazarlara daha fazla maruz kalan halkın ise sahiplenme etkisinin varlığından söz edilebilmektedir.

Brasel ve Gips (2014), dokunmatik ekranlar gibi doğrudan dokunmatik arayüzlerin diğer arayüzlerle (fare teknolojisi) karşılaştırıldığında daha fazla sahiplenme etkisinin görüldüğünü bulmuşlardır.

Silva vd. (2014), okul öncesi çocuklarda sahiplenme etkisinin varlığına dair bulgular elde etmişlerdir. Deney 6 anaokulunda 141 çocukla yapılmıştır. Sessiz ve sakin olan çocuklarda sahiplenme etkisi daha güçlü gözlenmiştir. Çalışma, çocukların duygusal durumlarının da sahiplenme etkisinde rol oynadığını göstermektedir.

Nash ve Rosenthal (2014), konut çekilişinden sonra öğrencilerin tercih ettikleri yurtların değerlendirilmesinde sahiplenme etkisinin varlığını belirtmiştir. Sonrasında yapılan takip anketi ile deneyimin artmasıyla birlikte sahiplenme etkisinin de artabileceğini gözlemlenmiştir.

Kadınların erkeklerden daha fazla riskten kaçındıkları kabul edilmektedir (Croson & Gneezy, 2009). Aktif risk alma “eril psikolojinin bir özelliği” olarak anılmaktadır ve bir erkeğin güç pozisyonu kazanması için bir araç olduğu öne sürülmektedir (M. Wilson & Daly, 1985). Bu nedenle WTA tekliflerinde erkeklerin daha fazla riskli davranacakları beklenmektedir (Wieland vd., 2014). Bu hareketle, Wieland vd. (2014) çalışmalarında sahiplenme etkisinin kadınlarda erkeklere göre daha güçlü olduklarını bulmuşlardır. Benzer şekilde Dommer ve Swaminathan (2013) çalışmasında da erkeklere kıyasla kadınlarda sahiplenme etkisinin daha güçlü gözlemlendiği görülmektedir.

Hood vd. (2016) çalışmalarında 3-4 yaş arası 120 çocukta sahiplenme etkisinin varlığının genişletilmiş benlik teorisiyle uyumlu olup olmadığını araştırmıştır. Çalışma kapsamında kendilerine odaklandıkları zaman daha güçlü bulgular gözlenmiştir. Dolayısıyla sahiplenme etkisinin genişletilmiş benlik teorisi ile ilişkisi yapılan deneylerde gözlenmiştir.

Tong vd. (2016), ticaret deneyiminin, piyasa fiyatlarını bozan ve ticareti azaltan bir karar verme yanlılığı olan sahiplenme etkisini azalttığını göstermiştir. Deneyimin sahiplenme etkisinin nörolojik bağlantılarını nasıl değiştirdiğini araştırmak için fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI) yoluyla satıcıların kayıptan kaçınma yaşadıklarını ve özellikle genç katılımcılar arasında kayıptan kaçınmanın nörolojik göstergelerinin deneyimle birlikte azaldığını göstermiştir.

Benzer bir fazladan değer verme tutumu, bireylerin piyango vb. bir şey kazandıkları zaman da görülebilmektedir. Anagol vd. (2018), rastgele atanan bir halka arz (IPO) piyangosunun kazananlarını incelediler. Piyasa çökmesi veya hisse senetleri hakkında olumsuz bir haber olması durumunda hisse senetlerinin sahipleri tarafından satma olasılıklarının daha düşük olduğunu bulmuştur.

Shtudiner vd. (2019) turistlerin almış oldukları hediyelik eşyalar için sahiplenme etkisinin varlığını araştırmıştır. Yapılan deneysel çalışmada genel olarak hediyelik eşyaların çoğu için sahiplenme etkisi görülmüştür. Çalışma sonucunda sahiplenme etkisi üzerinde dinin de etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca Yahudi turistler ve Hristiyan turistler karşılaştırıldığında Yahudi turistlerde daha güçlü bir şekilde sahiplenme etkisi görülmüştür.

Renaud vd. (2019) yapmış olduğu çalışmada bireylerin şifrelerini oluşturmada sahiplenme etkisinin kapsamını araştırmıştır. Çalışma sonucunda bireylerin sahiplenme etkisinden dolayı şifrelerini oluştururken her zamanki şifrelerine bağlı kaldıklarını göstermiştir. Bu nedenle bireylerin siber güvenlik açısından tehditlere açık olduğu vurgulanmıştır.

Wang vd. (2020) çalışmasında 361.432 bireysel işlem kaydına dayanan bir ampirik analiz yürütmektedir. 2008-2012 yıllarını kapsayan çalışmada firmaların ticari tecrübeleri arttıkça sahiplenme etkisinin azaldığı görülmüştür.

Wang vd. (2020) çalışmasında Avrupa Birliği Emisyon Ticaret Programı'nda sahiplenme etkisinin varlığına ilişkin bir ampirik analiz yürütmüştür. Kullanılmakta olan iki tane karbon fiyatlama metodu bulunmaktadır. Bunlar; emisyon ticaret sistemi (ETS) ve karbon vergileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Emisyon üst sınırı ve ticareti olarak da bilinen ETS, toplam sera gazı emisyon seviyesini kapsamaktadır ve düşük emisyonlu endüstrilerin ekstra tahsisatlarına arz ve talep yaratarak, sera gazı emisyonları için bir piyasa fiyatı belirlemektedir. Bu sayede, yayıcıların önceden tahsis edilen kendi karbon bütçeleri sınırında kalmalarına neden olarak emisyon azaltımını sağlamaktadır (Ubay & Bilgici, 2021). AB ETS, benzer şekilde katılımcıların farklı şekillerde ve yönlerde uyum baskısıyla karşı karşıya kaldığı bir üst sınır ticaret piyasasıdır. Çalışma ayrıca bu kapsamda, bu fiyatlama politikasının uyum baskısının sahiplenme etkisi üzerindeki etkilerini de araştırmıştır. Şirketler AB ETS uyum baskısından etkilenmekte ve şirketlerde baskı ile sahiplenme etkilerinin azaldığı görülmektedir.

Pyo vd. (2021), eBay açık artırmalarına ilişkin geniş kapsamlı bir saha deneyinde, bir ürüne en yüksek teklifi verip sahip olan bireylerin bu ön olgusal sahiplenmeyi hissettikten sonra diğer tekliflerde aynı ürünlere yönelik değerlemelerini artırdıklarını bulmuşlardır. Bu durumu sahiplenme etkisinin bulaşıcı yönü olarak ifade etmişlerdir.

Yamamoto & Navarro-Martinez (2022) yapmış oldukları sıralı 5 deneyde, işlemlerin geleceğe ertelendikçe sahiplenme etkisinin sistematik olarak arttığını göstermiştir. İşlem ertelendikçe satın alma fiyatları önemli ölçüde düşerken satış fiyatları sabit kalmaktadır ve bu da artırılmış bir sahiplenme etkisine neden olmaktadır.

Huang ve Savary (2022) , geleneksel ödeme yöntemleriyle karşılaştırıldığında P2P ödemelerinin kullanımında biraz daha işbirlikçi fiyatlandırma kararlarının alındığını ve dolayısıyla sahiplenme etkisini zayıflattığı sonucuna ulaşmıştır.

Zhang vd. (2022), çalışmalarında tarımsal arazi transferinde arz ve talep yönlü sahiplenme etkilerini ölçmüş ve etkileyen faktörleri analiz etmiştir. Çalışma sonucunda tarımsal arazilerde hem arz hem de talep yönünden sahiplenme etkisi gözlenmiştir.

Ayrıca sahiplenme etkisi insan olmayan primatlar tarafından da sergilenmektedir (Apicella vd., 2014; Maddux vd., 2010; McGraw vd., 2003). Şempanzeler ve kapuçin maymunları mübadele paradigmasında sahiplenme etkisi sergilemişlerdir (Brosnan vd., 2007; Lakshminaryanan vd., 2008). İnsan olmayan primatlardaki sahiplenme etkisine ilişkin bulgular son yıllarda büyük ilgi görmektedir. Farklı primat türlerindeki sahiplenme etkisini keşfetmeye devam etmek davranışlardaki ince farklılıkları ortaya çıkarabilmektedir. Drayton vd. (2013) gorillerde yapmış oldukları deneysel çalışmada sahiplenme etkisine dair bulgulara rastlanıldığını göstermiştir. Bu bulgular, primatlardaki sahiplenme etkisine yönelik mekanizmaların riskten kaçınma ön yargısı ile ilişkili olabileceği hipotezi ile tutarlıdır. Lakshminaryanan vd. (2008) çalışmalarında kapuçin maymunlarında tıpkı insanlarda olduğu gibi sahiplenme etkisinin varlığının olup olmadığı araştırmışlardır. Çalışma sonucunda kapuçin maymunlarının da sahiplenme etkisi ön yargısına sahip olduğunu gözlemlemişlerdir. Kanngiesser vd (2011), büyük maymunlarda sahiplenme etkisinin sınırlarını araştırmıştır. Çalışmada maymunların insanlarla benzer sahiplenme etkisi davranışı sergileyip sergilemedikleri amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda sahiplenme etkisi bulgusundan bahsedilmiştir; ancak insanlardaki gibi nesnelere göre farklılık göstermemiştir.

Göcekli (2022), beklenti teorisinin geçerliliğini analiz ettiği çalışmasında riskten kaçınma, risk alma ve sahiplenme etkisinin de varlığını gözlemlemiştir. Sahiplenme etkisinin anlık olarak incelendiği deneyde bir gerçek mal ve dört hipotetik mal için deneklerin maksimum satın alma ve minimum satma fiyatları öğrenilmiştir. Sonuç olarak gerçek malda deneye katılanların %64'ünde sahiplenme etkisi görülürken hipotetik mallardaki deneklerin ise %57'sinde sahiplenme etkisinin varlığı görülmüştür.

Bacıoğlu (2018), sahiplenme etkisini paylaşım ekonomisi ve ağızdan ağıza pazarlama ile ilişkisine yönelik olarak incelemiştir. 160 öğrenciye geleneksel sahiplenme

etkisi yöntemi kullanılan toplam beş deneyin yapıldığı çalışmada ağızdan ağıza pazarlama içeriği değişkenlerinin sahiplenme etkisini artırdığı, paylaşım deneyimlerinin ise sahiplik algımızı azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Gezgin (2002), sahiplenme etkisi ile ilgili bireycilik-toplumculuk, perspektif alma gibi psikolojik değişkenleri 121 öğrenci ile hipotetik sahiplenme olarak incelemiştir. Çalışma sonucunda bireycilik toplumculuk ve perspektif alma değişkenleri arasında sahiplenme ile bir ilişki bulunduğunu göstermiştir.

Filazi (2019), bankaların kredi kartı hamillerine sağladığı bu avantajlar ve "sözünüze bonus" gibi farklı tutundurma kampanyaları ile tüketicilere peşin olarak ödedikleri tutarların yaratmış olduğu algı, davranışsal iktisadın önemli kavramlarından olan kayıptan kaçınma ve sahip olma etkisi bağlamlarında 144 kişi ile yürütülen anket çalışması ile incelenmiştir. Çalışma, kredi kartı kullanıcılarının peşin olarak yüklenen tutarlara karşı herhangi bir sahiplenme etkisi geliştirmedikleri sonucuna ulaşmıştır.

Tekin (2022), ankete dayalı çalışma davranışsal iktisat dersi alan öğrenciler ile davranışsal iktisat dersi almayan öğrencilerin rasyonelliğe ne kadar uygun olup olmamasını test etmektedir. Bu kapsamda çıpalama etkisi, birleşim yanılgısı, çerçeveleme etkisi, hiperbolik iskonto, sahiplenme etkisi, statüko etkisi ve batık maliyet gibi bilişsel önyargı türlerine dayalı anket sorularını içermektedir. Çalışmada, davranışsal iktisat dersi almamış öğrenciler, davranışsal iktisat dersi alan öğrencilere göre daha fazla sahiplenme etkisi göstermiştir.

Sönmez (2022), Antropomorfizm ve sahiplenme etkisini hazzı ve faydacı ürünler bağlamında incelemiştir. Çalışma, antropomorfizmin müşterilerin sahip oldukları bir ürünü satmak için kabul etmeye razı olacakları tutarın, aynı ürünü satın almak için ödemeye gönüllü olacakları tutara kıyasla daha yüksek olmasına yol açacağını amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda, satıcı konumundaki tüketicilerin antropomorfik ürünü satmak için talep ettikleri tutarın, alıcı konumundaki tüketicilerin aynı ürünü satın almak için ödeyecekleri tutardan daha yüksek olduğu yapılan iki çalışma aracılığı ile desteklenmiştir. Antropomorfizmin bu etkisi karmaşık ürünler için basit ürünlere kıyasla daha güçlüdür. Ayrıca, satıcılar antropomorfik ürün hazzı özelliklere sahip olduğunda yüksek fiyat talep etmeye daha isteklidirler.

Öney (2021), iktisat eğitimi alan ve iktisat eğitimi almayan yetişkinlerin mülkiyet etkisinin davranışlara etkisinin incelendiği çalışmasında İİBF ve Fen Edebiyat fakültesi öğrencilerin karşılaştırılması sonucu iktisat eğitimi almanın sahiplenme etkisi üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Acar (2020), 778 öğrenciyle yapılan anket çalışmasına dayalı çalışma iktisat/finans eğitimi ile davranışsal finans yanlılıkları (sahiplenme etkisi, pişmanlık kaçınma, kayıptan kaçınma) arasındaki ilişkinin olup olmadığını incelemektedir. Çalışma sonucunda iktisat ve finans eğitimi ile sahiplenme etkisi arasında bir ilişki bulunamamıştır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAHIPLLENME ETKİSİNDE NESNE İLE GEÇİRİLEN SÜRENİN DENEYSEL OLARAK İNCELENMESİ

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

Çalışmanın amacı, davranışsal iktisat kapsamında büyük önem arz eden sahiplenme etkisini ortaya konulup ardından nesne ile geçirilen sürenin sahiplenme etkisi olgusunu artırıp artırmayacağını ortaya koymaya çalışmaktır.

Bu kapsamda çalışmamız, Atatürk Üniversitesinde öğrenci 300 katılımcıdan oluşmaktadır. Çalışmadaki katılımcıları seçerken cinsiyetlerine göre dengeli dağılım gösterilmesine dikkat edilmiştir. Kampüs içerisinde rastgele örneklem yöntemiyle öğrencilere yapılan deney 15 gün içerisinde tamamlanmıştır. Saha deneyinin doğal yapısını bozmamak için deneyler farklı zaman ve mekân dilimlerinde yapılmıştır. Bu şekilde yapılmasının nedeni deneklerin etkileşim ve iletişimlerini engellemektir.

Ulusal ve uluslararası kapsamda davranışsal iktisat alanı gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Ancak henüz bu alan ana akım iktisat teorisi kadar baskın halde değildir. Ülkemiz özelinde ise davranışsal iktisat alanı henüz gelişim aşamasında ilerlemektedir. Bu nedenle ulusal anlamda yapılan her davranışsal iktisat çalışması büyük önem arz etmektedir.

Çalışma davranışsal iktisat alanının mihenk taşlarından Beklenti Teorisi'nin sonuçlarından birisi olan sahiplenme etkisini araştırılması yönüyle alana katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bu anlamda ulusal ve uluslararası anlamda literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir. Ülkemizde sahiplenme etkisi ile ilgili yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Ancak yapılan çalışmalara (M. Acar, 2020, 2020; Bacioğlu, 2018; Filazi, 2019; Gezin, 2002; Göcekli, 2022; Öney, 2021; Sönmez, 2022; Tekin, 2022) bakıldığında zaman nesne ile geçirilen sürenin sahiplenme etkisini artırıp artırmadığıyla ilgili herhangi bir araştırma mevcut değildir. Öte yandan çalışmanın nesne ile geçirilen süre için kullanmış olduğu senaryo ile ilgili yapılan herhangi bir çalışma da bulunmamaktadır. Çalışmanın bu yönüyle de özgün bir değer taşıyacağı değerlendirilmektedir.

3.2. ÇALIŞMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışma, genel yapısıyla ilk başta sahiplenme etkisinin varlığının olup olmamasını ölçmeyi hedeflemektedir. Bu nedenle ;

H₁ : Deney kapsamında senaryolar itibariyle sahiplenme etkisi bulunmaktadır.

H₂ : Eşya ile geçirilen süre sahiplenme etkisini artırmaktadır.

H₃ : Nesne sahip olunduktan sonra zihinde belirlenen referans fiyat sahiplenme etkisini azaltmaktadır.

3.3. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI VE KISITLARI

Çalışmada deney katılım gösteren öğrencilerin sahiplenme algıları ile risk sevmeye durumu, kişisel eşyasına vermiş olduğu önemcinsiyeti, bölümü, kişisel gelir durumuna göre değişiklik gösterebileceği ön kabul olarak ele alınmaktadır. Deneye katılım gösteren deneklerin, belirlenen deney talimatlarını samimi ve gerçek fikirlerini içeren cevaplar verecekleri varsayılarak anket formundaki bilgileri aynı şekilde anlayacakları ve gerçek durumu yansıtacak bilgi verecekleri kabul edilmektedir.

Çalışmanın Atatürk Üniversitesi kampüsünde 300 öğrenciye yapılması ve senaryolar itibariyle katılımcı sayısının azaltılması çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Öte yandan çalışmada gerçek nesne kullanılması nedeniyle bütçe kısıtı meydana gelmiştir. Başka çalışmalar için daha yüksek bütçeli projeler ile örneklem sayısı fazla farklı deneyler tasarlanabilir.

3.3. ÇALIŞMANIN TASARIMI

Deney kapsamında Atatürk Üniversitesi kampüsünde 300 üniversite öğrencisi gönüllülük esasına dayalı denek olarak kullanılmıştır. 300 üniversite öğrencisinin yarısı (n=150) kabul etmeye isteklilik (WTA) ile ilgili kısmı oluştururken diğer yarısı (n=150) ise ödemeye isteklilik (WTP) ile ilgili kısmı oluşturmaktadır. Dolayısıyla deneyin genel yapısında 150 alıcı ve 150 satıcı konumunda denek öğrenci bulunmaktadır.

Deneyde değerlendirme paradigması yöntemiyle “Atatürk Üniversitesi logolu yeşil renkli detoks filtreli su şişesi” nesnesi kullanılmıştır. Literatürde daha çok üniversite logolu kahve bardağı kullanılmaktadır. Deney, kampüste sıcak yaz ayında yapılmasından

dolayı deneklerin kullanabilecekleri faydalı bir ürün olarak değerlendirildiği için ikamesine yakın bu ürün kullanılmıştır.

Deney 4 aşamadan oluşmaktadır. İlk üç aşama su şişesine sahip olup eşyaya biçilen değer ölçüldüğü 3 farklı senaryonun tasarlandığı elişer kişilik gruplara yapılmıştır. Son aşama ise şişeye sahip olamayıp eşyaya biçilen değer ölçüldüğü 150 kişiden oluşan gruba yapılmıştır. Bu nedenle deneyin aşamalarının detaylı bir şekilde açıklanması yararlı olacaktır:

1. Aşama (Senaryo 1):

- Rastgele örneklem yöntemiyle kampüste herhangi bir öğrenciye gönüllülük esasıyla deneye katılıp katılmayacağı sorulur. Bu kapsamda, öncesinde deneyle ilgili herhangi detaylı bir bilgi verilmemektedir. Öğrenci deneyi kabul ederse öğrenciye deneyin detayları açıklanacaktır. Şişe, denek öğrencinin göremeyeceği kapalı bir çantada bulunduğu için gönüllü olup olmamasını etkilememesi sağlanmaya çalışılmıştır.
- Deney yapılmasını kabul eden öğrenciye su şişesi çantadan çıkarılır ve o anda verilir.
- Şişenin artık sahibinin denek öğrenci olduğu ve şişeyi incelerken izlenimleri de dinlenecektir.
- Araştırmacı şişeyi verdiği andan itibaren ürünün gerçek sahibinin denek olduğunu telkin edip deney sonunda da şişenin geri alınmayacağını belirtmektedir. Buradaki amaç malın gerçekten ona ait olduğunu hissetmesini sağlamaktır.
- Ardından ürüne ait temel özellikler (rengi, logosu, filtresi, plastik yapısı, ipi, su sızdırmazlığı vb.) araştırmacı tarafından tanıtılmaktadır.
- Son olarak da öğrenciye ürünle ilgili soruların sorulacağı formun doldurulması istenmektedir. Form doldurulduktan sonra deney tamamlanmaktadır. Formdaki ilk soru senaryolar itibariyle farklı zamanlarda sahiplenme etkisini ölçeceği için önemlidir:
.... Sahip olduğunuz bu şişeyi satmak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı satış fiyatınız olarak seçerdiniz?

Özetle bu kısımda anlık olarak bu şişenin gerçek sahibi olan denek'e o anda satmak isteseydi kaç lira değer biçtiği sorulacaktır. Bu senaryodaki amaç, anlık olarak sahiplenme etkisini ölçmemiz için gerekli olan WTA fiyatını görebilmektir.

2. Aşama (Senaryo 2):

- Rastgele örneklem yöntemiyle kampüste herhangi bir öğrenciye gönüllülük esasıyla deneye katılıp katılmayacağı sorulur. Bu kapsamda, öncesinde deneyle ilgili herhangi detaylı bir bilgi verilmemektedir. Öğrenci deneyi kabul ederse öğrenciye deneyin detayları açıklanacaktır. Şişe, denek öğrencinin göremeyeceği kapalı bir çantada bulunduğu için gönüllü olup olmamasını etkilememesi sağlanmaya çalışılmıştır.
- Deney yapılmasını kabul eden öğrenciye su şişesi çantadan çıkarılır ve o anda verilir.
- Şişenin artık sahibinin denek öğrenci olduğu ve şişeyi incelerken izlenimleri de dinlenecektir.
- Araştırmacı şişeyi verdiği andan itibaren ürünün gerçek sahibinin denek olduğunu telkin edip deney sonunda da şişenin geri alınmayacağını belirtmektedir. Buradaki amaç malın gerçekten ona ait olduğunu hissetmesini sağlamaktır.
- Ardından ürüne ait temel özellikler (rengi, logosu, filtresi, plastik yapısı, ipi, su sızdırmazlığı vb.) araştırmacı tarafından tanıtılmaktadır.
- Sonra, öğrenciye ürünle ilgili soruların sorulacağı formun doldurulması istenir. Formdaki ilk soru senaryolar itibariyle farklı zamanlarda sahiplenme etkisini ölçeceği için önemlidir:
.... Sahip olduğunuz bu şişeyi satmak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı satış fiyatınız olarak seçerdiniz?
- Ancak 1. Senaryodaki gibi bu aşamada deney tamamlanmamaktadır.
- Denek'e formdaki diğer sorular sorulduktan sonra deneyin tamamlanmadığı, 10 gün sonra aranıp bir soru daha sorup ardından deneyin tamamlanacağı belirtilmektedir.
- 10 gün sonra denek aranıp "Sahip olduğunuz bu şişeyi satmak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı satış fiyatınız olarak seçerdiniz? diye tekrar sorulur ve deney tamamlanır.

Bu senaryodaki amaç ise anlık ve 10 gün sonra ölçmemiz için gerekli olan WTA fiyatını belirleyip 10 gün önce ve 10 gün sonraki sahiplenme etkisi düzeyleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını görebilmektir.

3. Aşama (3. Senaryo):

- Rastgele örneklem yöntemiyle kampüste herhangi bir öğrenciye gönüllülük esasıyla deneye katılıp katılmayacağı sorulur. Bu kapsamda, öncesinde deneyle ilgili herhangi detaylı bir bilgi verilmemektedir. Öğrenci deneyi kabul ederse öğrenciye deneyin detayları açıklanacaktır. Şişe denek öğrencinin göremeyeceği kapalı bir çantada bulunup gönüllü olup olmamasını etkilememiştir.
- Deney yapılmasını kabul eden öğrenciye su şişesi çantadan çıkarılır ve o anda verilir.
- Şişenin artık sahibinin denek öğrenci olduğu ve şişeyi incelerken izlenimleri de dinlenecektir.
- Araştırmacı şişeyi verdiği andan itibaren ürünün gerçek sahibinin denek olduğunu telkin edip deney sonunda da şişenin geri alınmayacağını belirtmektedir. Buradaki amaç malın gerçekten ona ait olduğunu hissetmesini sağlamaktır.
- Ardından ürüne ait temel özellikler (rengi, logosu, filtresi, plastik yapısı, ipi, su sızdırmazlığı vb.) araştırmacı tarafından tanıtılmaktadır.
- Son olarak, öğrenciye ürünle ilgili soruların sorulacağı formun doldurulması istenir. Form da iki senaryoda olduğu gibi şişeyi kaçta satmak isteyeceği ile ilgili bir soru bulunmamaktadır.
- Denek'e formdaki diğer sorular sorulduktan sonra deneyin tamamlanmadığı, 10 gün sonra aranıp bir soru daha sorup ardından deneyin tamamlanacağı belirtilmektedir.
- 10 gün sonra denek aranıp "Sahip olduğunuz bu şişeyi satmak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı satış fiyatınız olarak seçerdiniz? diye ilk defa sorulur ve deney tamamlanır.

Senaryoda sadece 10 gün sonra ölçülen WTA fiyatı ile sahiplenme etkisi hesaplanabilecektir. Bu senaryodaki amaç ise öncesinde şişenin satılmasıyla ilgili

herhangi bir soru sormayarak 1. ve 2. senaryolarla karşılaştırmaktır. Öte yandan 10 gün önce fiyat sormayarak 10 gün önce referans almış olabileceği fiyatının da etkisinden arındırmak amaçlanmaktadır.

4. Aşama (WTP senaryosu): 3 farklı senaryo tamamlandıktan sonra şişeye sahip olamayan 150 öğrenciye deney yapılmıştır. Öğrencileri seçerken diğer senaryolardaki gibi gönüllülük esasına göre deneye katılmayı kabul eden 150 öğrenci ile yapılmıştır. 150 öğrenci eşlişerli 3 gruba ayrılarak 3 farklı senaryoya karşılık gelen gruplar olarak tanımlanmıştır. Deney kapsamında:

- Gösterilen su şişesinin kampüste dağıtıldığı ve öğrencilere bu şişenin gerçek sahiplerinin olduğu belirtilmiştir.
- Ardından ürüne ait temel özellikler diğer senaryolarda olduğu gibi (rengi, logosu, filtresi, plastik yapısı, ipi, su sızdırmazlığı vb.) araştırmacı tarafından tanıtılmıştır.
- Sonra, öğrenciye ürünle ilgili soruların sorulacağı formun doldurulması istenmektedir. Formdaki ilk soru WTP fiyatını verdikten sonra sahiplenme etkisini ölçeceği için önemlidir:
.... Size göstermiş olduğumuz bu şişeyi almak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı alış fiyatınız olarak seçerdiniz?
- Form doldurulduktan sonra deney tamamlanmaktadır.

Bu aşamadaki amaç sahiplenme etkisini ölçülmesi için gerekli olan WTP fiyatını görebilmektir.

3.4. ÇALIŞMANIN BULGULARI

Çalışmaya ait 3 farklı senaryoya ait tanımlayıcı istatistikler bu başlık altında verilmektedir.

Bu kapsamda, önce rastgele örneklem yoluyla elde edilen katılımcılara ait cinsiyet, bölüm, gelir düzeyi, risk sevme durumu ve kişisel eşyaya verilen önem açısından frekans dağılımları; ardından, bu değişkenlere göre 3 farklı senaryonun sahiplenme etkilerine ait istatistiksel açıdan ortalama WTA-WTP değerleri ölçülmektedir.

Son olarak, sahiplenme etkisinde nesneyle geçirilen zaman faktörünün analizi istatistiksel olarak gösterilmiştir. Bu kapsamda önce ikinci senaryodaki öğrencilerin anlık ve 10 gün sonraki sahiplenme etkisindeki artış incelenmiştir, ardından birinci senaryodaki anlık sahiplenme etkisi ile üçüncü senaryodaki 10 gün sonraki sahiplenme etkisinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

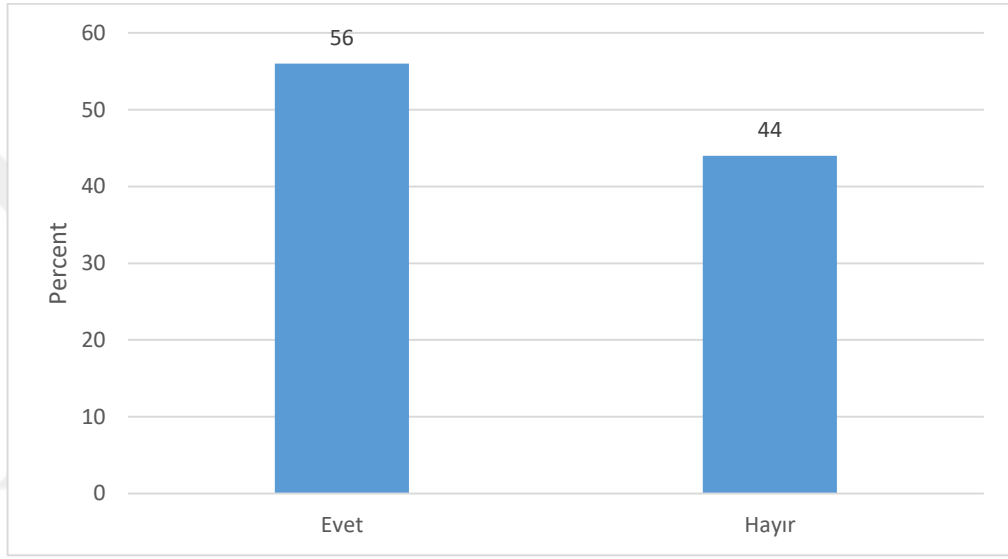
3.4.1. Sahiplenme Etkisinin Anlık Ölçümüne ait Bulgular

Şişeye sahip olup anlık olarak sahiplenme etkisinin ölçüldüğü deneye toplam 50 üniversite öğrencisi katılmıştır. Tablo 4.1 sahiplenme etkisi anlık olarak ölçülen öğrencilerin frekans dağılımlarını göstermektedir.

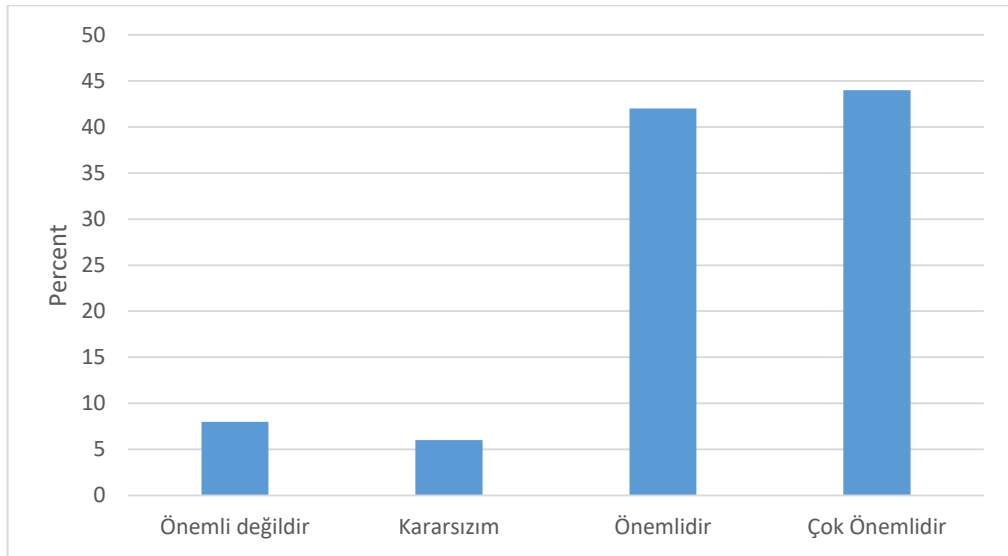
Tablo 4.1 Sahiplenme Etkisi Anlık Ölçülen Öğrencilerin Frekans Dağılımları

Anlık WTA		Frekans	Oran
Risk Sevme Durumu	Evet	28	56,0
	Hayır	22	44,0
Kişisel eşyalara verilen önem	Hiç Önemli değildir	0	0,0
	Önemli değildir	4	8,0
	Kararsızım	3	6,0
	Önemlidir	21	42,0
	Çok Önemlidir	22	44,0
Cinsiyet	Kadın	26	52,0
	Erkek	24	48,0
Kişisel Gelir	1000 TL ve altı	3	6,0
	1001 ve 3000 TL arası	24	48,0
	3001 ve 5000 TL arası	8	16,0
	5001 ve 7000 TL arası	6	12,0
	7001 ve 9000 TL arası	2	4,0
	9001 ve 11000 TL arası	1	2,0
	11001 ve 13000 TL arası	2	4,0
	13001 TL ve fazlası	4	8,0
Bölüm	Sosyal	23	46,0
	Fen	17	34,0
	Sağlık	10	20,0
	Toplam	50	100,0

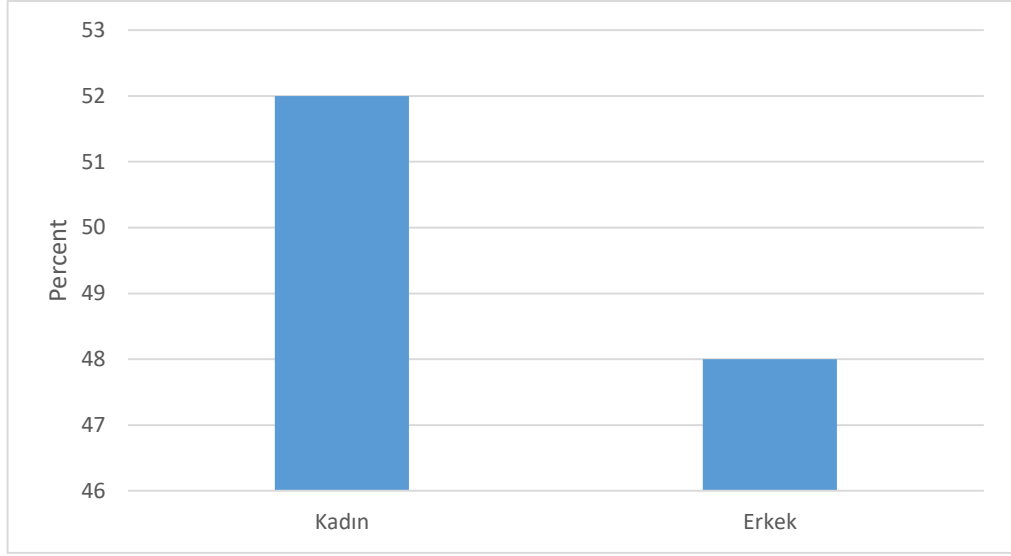
Katılan öğrencilerin %48'i erkek (n=24), %52'si ise kadındır (Grafik 4.3) . Öğrencilerin risk sevip sevmeme durumuna bakıldığında %56'sı (n=28) risk severken %44'ü (n=22) risk sevmemektedir (Grafik 4.1). Öğrencilerin büyük bölümü (%86 n=43) kişisel eşyalarına önem vermektedir (Grafik 4.2). Öğrencilerin kişisel gelir seviyelerine bakıldığında %48'lik (n=24) kısmı öğrenci burs veya kredi imkânlarından kaynaklı 1001 ve 3000 TL arasındadır (Grafik. 4.5). Öğrencilerin bölümlerine bakıldığında ise % 46'sı (n=23) sosyal, % 34'ü (n=17) fen ve %20lik (n=10) kısmı ise sağlık bölümlerinden oluşmaktadır (Grafik 4.4).



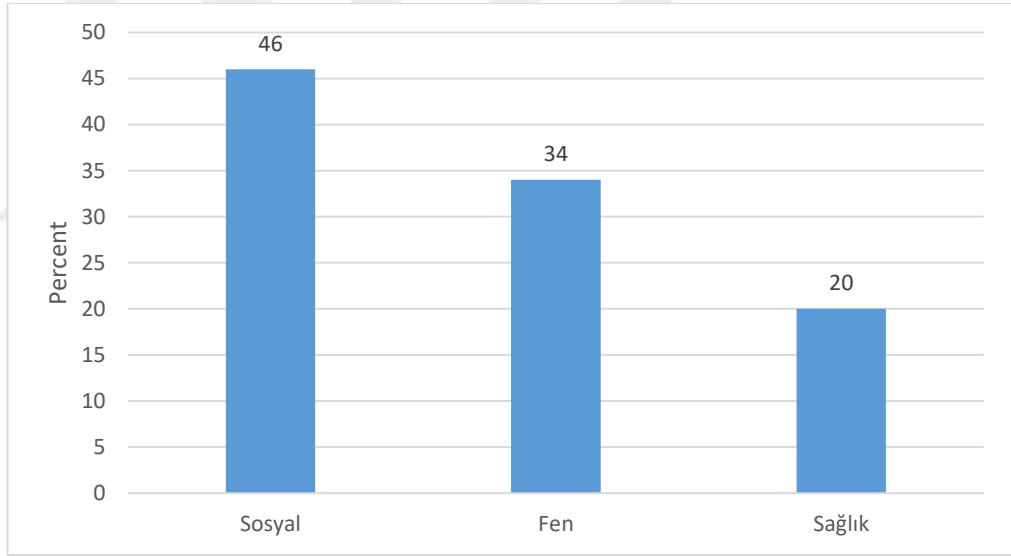
Grafik 4.1. Risk Sevme durumu



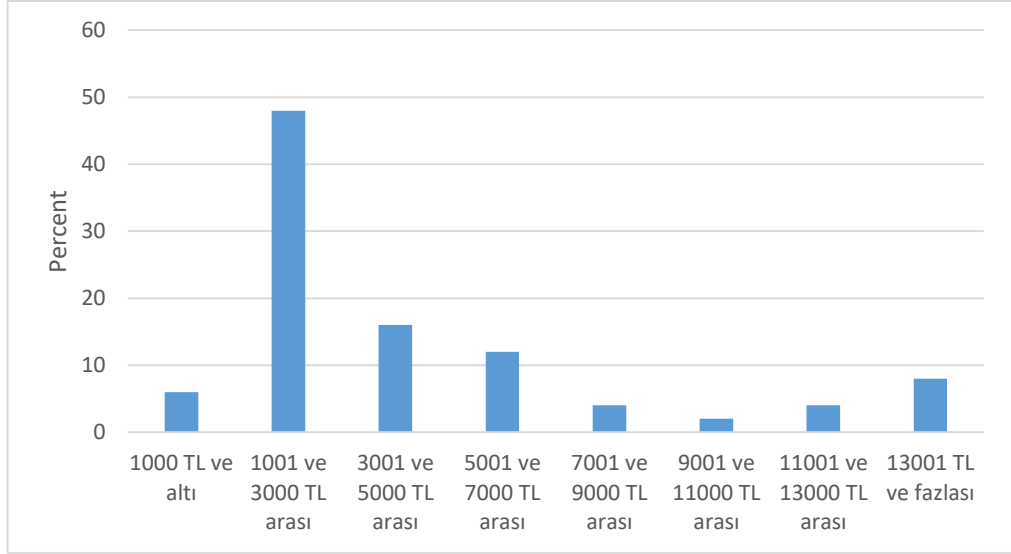
Grafik 4.2. Kişisel Eşyalara Verilen Önem



Grafik 4.3. Cinsiyet Durumu



Grafik 4.4. Bölüm Sınıflandırması



Grafik 4.5. Kişisel Gelir Seviyeleri

Tablo 4.2. Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi İstatistik Değerleri

Anında Sahiplenme Etkisi (WTA-WTP)	
Sayı	50
Ortalama	60
Medyan	30
Std. Sapma	134,58932
Varyans	18114,286
Çarpıklık	2,821
Basıklık	12,006

Anlık olarak ölçülen sahiplenme etkisi deneyine ait 50 öğrencinin satmaya istekli olduğu fiyat (WTA) ve 50 farklı öğrencinin almaya istekli olduğu fiyatlarından (WTP) farkından elde edilen sahiplenme etkisine dair elde edilen istatistik değerler Tablo 4.2’de gösterilmektedir. Tablo 4.2.’e göre WTA-WTP farklarının ortalama değeri 60 TL olarak hesaplanırken medyan değeri 30 TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4.3. Risk Durumuna Göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Risk sevme durumu	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Evet	64,2857	28	156,94841	100	30	3,136	12,201
Hayır	54,5455	22	102,66577	-20	25	,706	,547
Toplam	60,0000	50	134,58932	0	30	2,821	12,006

Tablo 4.3'te risk sevme durumuna göre anlık ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında zaman risk seven öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=64,285$) risk sevmeyen anlık sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu= 54,545$) fazla olduğu görülmektedir. Aynı şekilde risk seven öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=30$) risk sevmeyen anlık sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=25$) fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4.4. Cinsiyete Durumuna göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Cinsiyet	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Kadın	73,8462	26	175,11315	-20	25	2,360	7,279
Erkek	45,0000	24	69,34476	0	30	,590	1,145
Toplam	60,0000	50	134,58932	0	30	2,821	12,006

Tablo 4.4'te cinsiyet durumuna göre anlık ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya göre kadınların sahiplenme etkisi ortalaması ($\mu=73,846$) erkeklerin sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu=45,00$) fazla olduğu görülmektedir. Öte yandan erkeklerin sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=30$) kadınların sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=25$) fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5. Bölümlere göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Bölüm	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal	93,4783	23	164,41656	100	40	2,931	10,403
Fen	-2,3529	17	68,05599	-80	0	-,177	-,444
Sağlık	89,0000	10	114,74125	0	60	,867	-,620
Toplam	60,0000	50	134,58932	0	30	2,821	12,006

Tablo 4.5'te bölümlere göre anlık ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya göre sosyal bölümlerdeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalaması ($\mu = 93,47$) sağlık bölümlerdeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalamasından

($\mu = 89.00$) fazladır. Ayrıca anlık olarak 17 fen öğrencisinde sahiplenme etkisi görülmemiştir. Öte yandan sağlık bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M= 60$) sosyal bölümlerdeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=40$) fazla olduğu görülmektedir. Benzer şekilde fen bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değerine bakıldığında görülmemiştir.

Tablo 4.6. Gelir Seviyesine Göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Kişisel Gelir Durumu	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
1000 TL ve altı	40,0000	3	60,00000	-20	40	,000	.
1001 ve 3000 TL arası	67,5000	24	161,60203	20	25	3,184	12,741
3001 ve 5000 TL arası	20,0000	8	57,32115	-20	15	,382	-,829
5001 ve 7000 TL arası	116,6667	6	144,72963	-30	100	,597	-,952
7001 ve 9000 TL arası	,0000	2	,00000	0	0	.	.
9001 ve 11000 TL arası	-140,0000	1	.	-140,00	-140,00	.	.
11001 ve 13000 TL arası	190,0000	2	155,56349	80	190,00	.	.
13001 TL ve fazlası	40,0000	4	59,44185	-10,00	25,00	1,028	-,209
Toplam	60,0000	50	134,58932	0	30	2,821	12,006

Tablo 4.6’da gelir seviyelerine göre anlık ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya göre öğrencilerin yarıya yakınının 1001 ve 3000 TL arasında gelir seviyesinde olduğunun ve bunların da sahiplenme etkisi ortalamasının 67,500 olduğu ve genel ortalamanın ($\mu = 60,00$) biraz üzerinde olduğu görülmektedir. 1001 ve 3000 TL arasında gelir seviyesinde olan öğrencilerin medyan değerinin ($M=25$) ise genel medyan değerinin ($M= 30$) biraz altında olduğu görülmektedir.

Tablo 4.7. Eşyaya verilen Önem Seviyesine göre Anlık Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Kişisel Eşyaya verilen Önem.	Mean	N	Std. Deviation	Mod	Medyan	Skewness	Kurtosis
Önemli değildir	2,50	4	73,65460	-80,00	0	,158	-1,423
Kararsızım	90,0	3	182,48288	-30	0	1,680	.
Önemlidir	33,8	21	104,85591	20	20	1,341	2,796
Çok Önemlidir	91,3	22	159,29295	100	60	3,278	13,082
Toplam	60,0	50	134,58932	0	30	2,821	12,006

Tablo 4.7’de kişisel eşyaya verilen önem seviyelerine göre anlık ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında katılanların büyük bölümünün kişisel eşyalarına önem verdikleri ve “kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu = 91.363$) “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi ortalamalarından ($\mu = 33,809$) fazla olduğu görülmektedir. Aynı şekilde, “kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=60$) “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=20$) fazla olduğu görülmektedir.

3.4.2. Sahiplenme Etkisinin Anlık ve 10 Gün Sonraki Ölçümüne ait Bulgular

Şişeye sahip olup anlık olarak sahiplenme etkisini ve 10 gün sonra aynı kişilerle sahiplenme etkisini tekrar ölçtüğümüz deneye toplam 50 üniversite öğrencisi katılmıştır. Tablo 4.8 sahiplenme etkisi anlık ve 10 gün sonra ölçülen öğrencilerin frekans dağılımlarını göstermektedir.

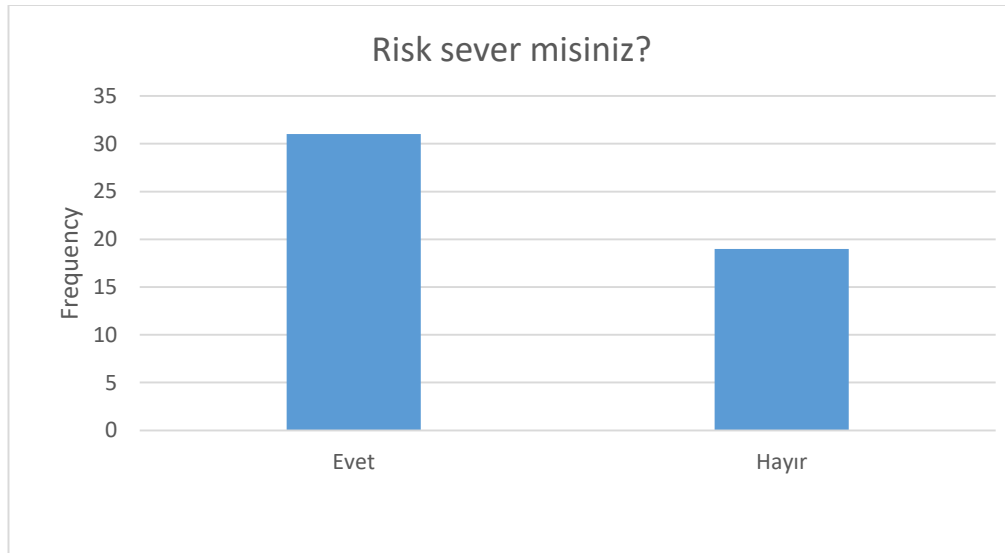
Tablo 4.8. Sahiplenme Etkisi Anlık ve 10 Gün Sonra Ölçülen Öğrencilerin Frekans Dağılımları

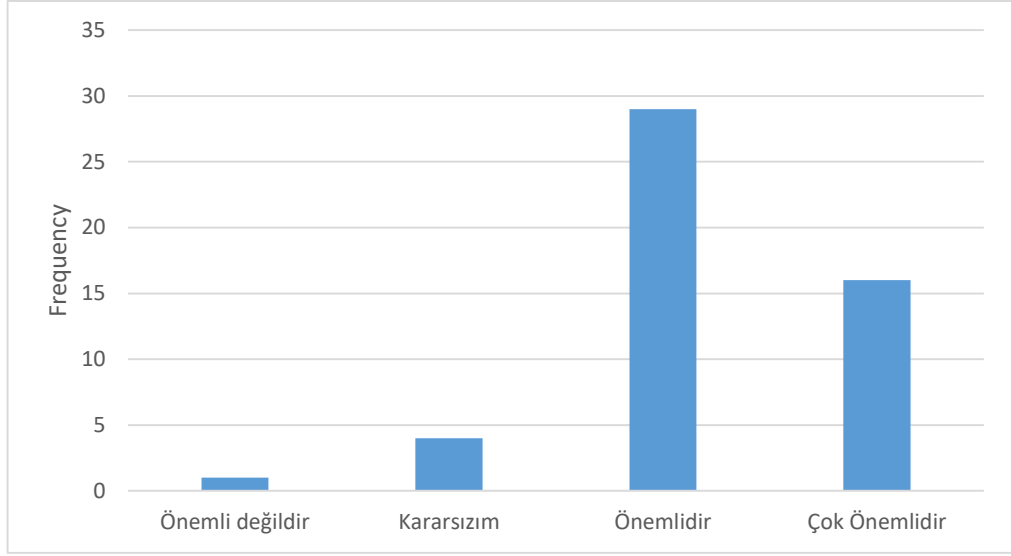
Anlık ve 10 gün sonraki WTA		Frekans	Oran
Risk Sevme Durumu	Evet	31	62,0
	Hayır	19	38,0
	Toplam	50	100,0
Kişisel eşyalara verilen önem	Hiç Önemli değildir		
	Önemli değildir	1	2,0
	Kararsızım	4	8,0
	Önemlidir	29	58,0
	Çok Önemlidir	16	32,0
	Toplam	50	100,0
Cinsiyet	Kadın	24	48,0
	Erkek	26	52,0
	Toplam	50	100,0
Kişisel Gelir	1000 TL ve altı	4	8,0
	1001 ve 3000 TL arası	18	36,0
	3001 ve 5000 TL arası	11	22,0

Tablo 4.8. (Devamı)

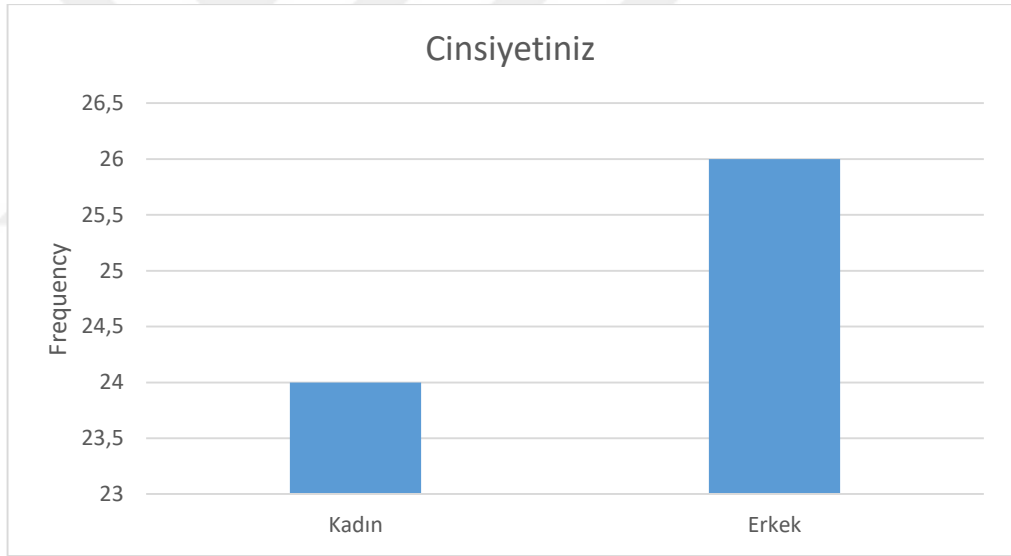
	5001 ve 7000 TL arası	2	4,0
	7001 ve 9000 TL arası	4	8,0
	9001 ve 11000 TL arası	2	4,0
	11001 ve 13000 TL arası	3	6,0
	13001 TL ve fazlası	6	12,0
	Toplam	50	100,0
Bölüm	Sosyal	31	62,0
	Fen	11	22,0
	Sağlık	8	16,0
	Toplam	50	100,0

Katılan öğrencilerin %48'i kadın (n=24), %52'si ise erkektir (n=26) (Grafik 4.8) . Öğrencilerin risk sevip sevmeme durumuna bakıldığında %62'si (n=31) risk severken %38'i (n=19) risk sevmemektedir (Grafik 4.6). Öğrencilerin büyük bölümü (%90 n=45) kişisel eşyalarına önem vermektedir (Grafik 4.7). Öğrencilerin kişisel gelir seviyelerine bakıldığında %58'lik (n=29) kısmı öğrenci burs veya kredi imkânlarından kaynaklı 1001 ve 3000 TL arasındadır (Grafik. 4.10). Öğrencilerin bölümlerine bakıldığında ise % 62'si (n=31) sosyal, % 22'si (n=11) fen ve %16'lık (n=8) kısmı ise sağlık bölümlerinden oluşmaktadır (Grafik 4.9).

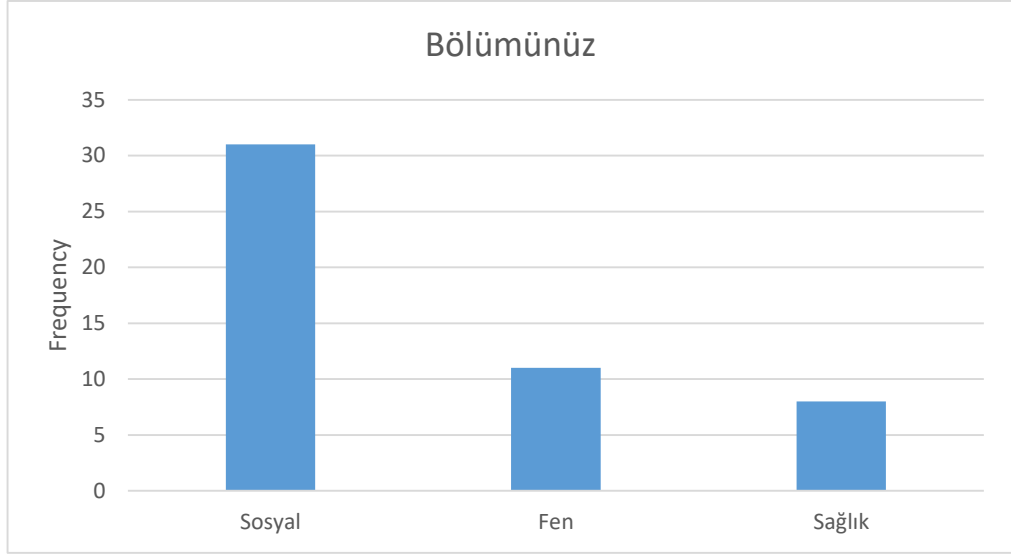
**Grafik 4.6.** Risk Sevme Durumu



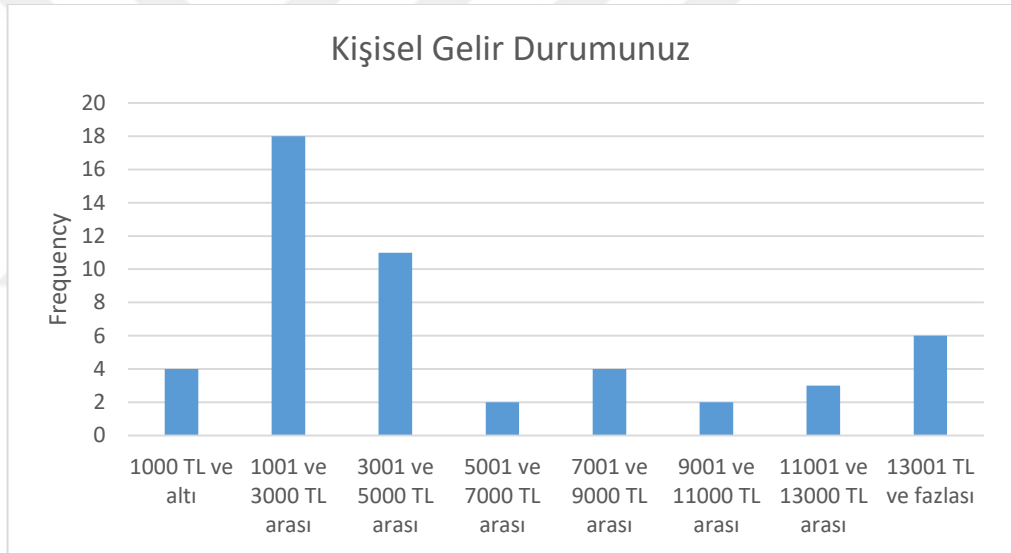
Grafik 4.7. Kişisel Eşyalara verilen Önem



Grafik 4.8. Cinsiyet Durumu



Grafik 4.9. Bölüm Sınıflandırma



Grafik 4.10. Kişisel Gelir Seviyeleri

Tablo 4.9. Anlık ve 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi İstatistikî Değerleri

İstatistikî Ölçümler	Anlık Sahiplenme	10 Gün Sonra Sahiplenme
Sayı	50	50
Ortalama	52,7000	115,5000
Medyan	20,0000	60,0000
Mod	0	50
Varyans	143,38905	170,96440
Çarpıklık	2,608	2,086
Basıklık	10,802	5,062

Anlık olarak ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisi deneyine ait 50 öğrencinin satmaya istekli olduğu fiyat (WTA) ve 50 farklı öğrencinin almaya istekli olduğu fiyatlarından (WTP) farkından elde edilen sahiplenme etkisine dair elde edilen istatistiki değerler Tablo 4.9’da gösterilmektedir. Tablo 4.9.’a göre anlık WTA-WTP farklarının ortalama değeri 52,700 TL iken 10 gün sonraki WTA-WTP farklarının ortalama değeri 115,5 TL olarak hesaplanmıştır. Sonuç olarak, 10 gün öncesine göre sahiplenme etkisi yaklaşık %115 kadar bir artış göstermiştir. Benzer şekilde, WTA-WTP farklarının medyan değeri 20 TL iken 10 gün sonraki WTA-WTP farklarının ortalama değeri 60 TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4.10. Risk Sevme Durumuna Göre Sahiplenme Etkisi

Risk sevme Durumu		Anlık Sahiplenme	10 Gün Sonra Sahiplenme
Evet	Ortalama	54,6774	96,6129
	Sayı	31	31
	Standart Sapma	158,24525	162,73387
	Mod	10	50
	Medyan	20	50
	Çarpıklık	3,078	2,390
	Basıklık	12,278	7,952
Hayır	Ortalama	49,4737	146,3158
	Sayı	19	19
	Standart Sapma	119,23244	183,88434
	Mod	0	-10,00
	Medyan	30	100
	Çarpıklık	,639	1,894
	Basıklık	1,679	3,541

Tablo 4.10’da risk sevme durumuna göre anlık ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında risk seven öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=54,677$) risk sevmeyen anlık sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu= 49,473$) fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca, risk sevmeyen öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=30$) risk seven öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=20$) fazla olduğu görülmektedir. Öte yandan risk seven aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi

ortalamasının ($\mu = 96,612$) risk sevmeyen aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu = 146,315$) az olduğu görülmektedir. Benzer şekilde risk seven aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=50$) risk sevmeyen aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasından ($M= 100$) az olduğu görülmektedir. Son olarak, risk sevmeyen katılımcıların 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %195 olarak gerçekleşirken risk seven katılımcıların sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış %76 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.11. Kişisel Eşyaya Verilen Önem Durumuna Göre Sahiplenme Etkisi

Kişisel eşyaya verilen önem		Anlık Sahiplenme	10 Gün Sonra Sahiplenme
Önemli değildir	Ortalama	25,0000	250,0000
	Sayı	1	1
	Standart Sapma	.	.
	Mod	25,00	250,00
	Medyan	25,00	250,00
	Çarpıklık	.	.
	Basıklık	.	.
Kararsızım	Ortalama	47,5000	105,0000
	Sayı	4	4
	Standart Sapma	112,06397	137,96135
	Mod	30,00	-80,00
	Medyan	30,00	140,00
	Çarpıklık	,906	-1,008
	Basıklık	1,964	-,360
Önemlidir	Ortalama	63,1034	102,9310
	Sayı	29	29
	Standart Sapma	161,44666	150,03284
	Mod	100	100
	Medyan	30	60
	Çarpıklık	2,819	3,054
	Basıklık	11,711	12,267

Tablo 4.11. (Devamı)

Çok Önemlidir	Ortalama	36,8750	132,5000
	Sayı	16	16
	Standart Sapma	124,34998	218,64736
	Mod	-20,00	0,00
	Medyan	-10,00	25,00
	Çarpıklık	1,559	1,544
	Basıklık	1,870	1,621

Tablo 4.11’de kişisel eşyaya verilen önem seviyelerine göre anlık ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında katılanların büyük bölümünün kişisel eşyalarına önem verdikleri görülmektedir. Anlık olarak “Kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu = 36,8750$) “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi ortalamalarından ($\mu = 63,1034$) az olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, “Kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M = -10$) “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M = 30$) az olduğu görülmektedir. Öte yandan kişisel eşyalarına çok önem veren aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu = 132,50$) kişisel eşyalarına önem veren aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu = 102,931$) fazla olduğu görülmektedir. Aksine, kişisel eşyalarına çok önem veren aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M = 25$) kişisel eşyalarına önem veren aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M = 60$) az olduğu görülmektedir. Son olarak, “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirten katılımcıların 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %63 olarak gerçekleşirken “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirten katılımcıların sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış %259 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.12. Cinsiyete Göre Sahiplenme Etkisi

Cinsiyet		Anlık Sahiplenme	10 Gün Sonra Sahiplenme
Kadın	Ortalama	69,1667	150,2083
	Sayı	24	24
	Standart Sapma	187,73053	226,37252
	Mod	0,00	10,00
	Medyan	15,00	65,00
	Çarpıklık	2,252	1,528
	Basıklık	7,034	1,768
Erkek	Ortalama	37,5000	83,4615
	Sayı	26	26
	Standart Sapma	85,87491	88,99179
	Mod	-30,00	50,00
	Medyan	22,50	60,00
	Çarpıklık	1,090	,784
	Basıklık	1,184	-,382

Tablo 4.12’de cinsiyete göre anlık ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler sunulmaktadır. Tabloya bakıldığında kadınların anlık sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=69,166$) erkeklerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu=37,500$) fazla olduğu görülmektedir. Aksine, kadınların anlık sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=15$) erkeklerin anlık sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=22,5$) fazla olduğu görülmektedir. Öte yandan aynı kadın öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=150,208$) aynı erkek öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu=83,461$) fazla olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, aynı kadın öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=65$) aynı erkek öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=60$) fazla olduğu görülmektedir. Son olarak, kadın katılımcıların 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %117 olarak gerçekleşirken erkek katılımcıların sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış %122 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.13. Bölümlere Göre Sahiplenme Etkisi

Bölümünüz		Anlık Sahiplenme	10 Gün Sonra Sahiplenme
Sosyal	Ortalama	27,9032	99,8387
	Sayı	31	31
	Standart Sapma	87,53832	145,42171
	Mod	0,00	10,00
	Medyan	20,00	50,00
	Çarpıklık	,116	2,050
	Basıklık	1,136	6,845
Fen	Ortalama	81,8182	127,2727
	Sayı	11	11
	Standart Sapma	126,23931	158,18286
	Mod	-40	20
	Medyan	40	80
	Çarpıklık	1,216	2,229
	Basıklık	,719	5,467
Sağlık	Ortalama	108,7500	160,0000
	Sayı	8	8
	Standart Sapma	284,02402	273,23459
	Mod	-30	50
	Medyan	-25	50
	Çarpıklık	2,049	1,791

Tablo 4.13'te bölümlere göre anlık ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında sağlık bölümlerindeki öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=108,750$) fen($\mu=81,81$) ve sosyal (27,903) bölümlerdeki öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasından fazla olduğu görülmektedir. Medyan değerlerine baktığımızda, fen bölümlerindeki öğrencilerin medyan değerinin ($M=40$) sosyal bölümlerdeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=20$) fazla olduğu görülmektedir. Öte yandan sağlık bölümlerindeki aynı öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=150,208$), aynı fen ($\mu=127,27$) ve sosyal($\mu=99,83$) öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasından fazla olduğu görülmektedir. Medyan değerlerine baktığımızda ise fen bölümlerindeki

öğrencilerin medyan değerinin (M=80) sosyal ve sağlık bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değerinden (M=50) fazla olduğu görülmektedir. Son olarak, sosyal bölümdeki öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %257 olarak gerçekleşirken fen bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %55 olarak, sağlık bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %47 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.14. Gelir Seviyelerine Göre Sahiplenme Etkisi

Kişisel Gelir Durumunuz		Sahiplenme ortalık	Sahiplenme 10 gün sonraki
1000 TL ve altı	Ortalama	-10,0000	65,0000
	Sayı	4	4
	Standart Sapma	61,64414	116,18950
	Mod	30	-50
	Medyan	15	45
	Çarpıklık	-1,708	,867
	Basıklık	2,830	,424
1001 ve 3000 TL arası	Ortalama	23,8889	85,0000
	Sayı	18	18
	Standart Sapma	112,77979	144,55815
	Mod	70	-10
	Medyan	15	45
	Çarpıklık	1,010	2,108
	Basıklık	3,792	5,865
3001 ve 5000 TL arası	Ortalama	45,4545	89,0909
	Sayı	11	11
	Standart Sapma	106,71116	126,52704
	Mod	-70	50
	Medyan	10	50
	Çarpıklık	,958	1,132
	Basıklık	,305	1,402
5001 ve 7000 TL arası	Ortalama	10,0000	40,0000
	Sayı	2	2
	Standart Sapma	42,42641	28,28427
	Mod	-20	20
	Medyan	10	40
	Çarpıklık	.	.
	Basıklık	.	.

Tablo 4.14. (Devamı)

7001 ve 9000 TL arası	Ortalama	218,7500	297,5000
	Sayı	4	4
	Standart Sapma	355,86456	312,55666
	Mod	10	50
	Medyan	57,5	195
	Çarpıklık	1,944	1,604
	Basıklık	3,800	2,671
9001 ve 11000 TL arası	Ortalama	-30,0000	25,0000
	Sayı	2	2
	Standart Sapma	,00000	35,35534
	Mod	-30	0
	Medyan	-30	25
	Çarpıklık	.	.
	Basıklık	.	.
11001 ve 13000 TL arası	Ortalama	176,6667	176,6667
	Sayı	3	3
	Standart Sapma	119,30353	119,30353
	Mod	40	40
	Medyan	230	230
	Çarpıklık	-1,610	-1,610
	Basıklık	.	.
13001 TL ve fazlası	Ortalama	63,3333	192,5000
	Sayı	6	6
	Standart Sapma	100,13324	249,43436
	Mod	-40	-45
	Medyan	30	135
	Çarpıklık	,602	1,785
	Basıklık	-1,812	3,795

Tablo 4.14'te gelir seviyelerine göre anlık ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler sunulmaktadır. Tabloya göre öğrencilerin büyük bölümünün (n=29) 1001 ve 3000 TL arası ile 3001 ve 5000 TL arası gelir seviyesinde olduğu görülmektedir. Tabloya bakıldığı zaman 3001 ve 5000 TL arası gelir seviyesindeki öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=45,45$) 1001 ve 3000 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu=23,888$) fazla olduğu görülmektedir. Öte yandan 3001 ve 5000 TL arası gelir seviyesindeki aynı

öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu= 89,090$), aynı 1001 ve 3000 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu= 85,00$) fazla olduğu görülmektedir. Son olarak, 3001 ve 5000 TL arası gelir seviyesindeki öğrencilerin 10 gün sonraki sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %87 olarak gerçekleşirken 1001 ve 3000 TL gelir seviyesindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalamasındaki artış oranı %255 olarak gerçekleşmiştir.

3.4.3. Sahiplenme Etkisinin 10 Gün Sonraki Ölçümüne ait Bulgular

Şişeye sahip olduktan 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçüldüğü deneye toplam 50 üniversite öğrencisi katılmıştır. Tablo 4.15 sahiplenme etkisi 10 gün sonra ölçülen öğrencilerin frekans dağılımlarını göstermektedir.

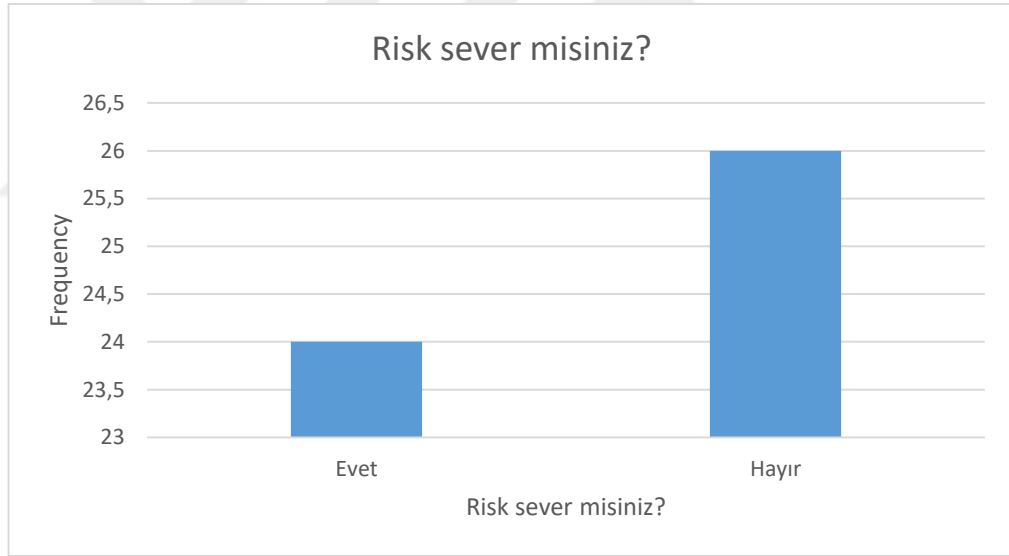
Tablo 4.15. Sahiplenme Etkisi 10 Gün Sonra Ölçülen Öğrencilerin Frekans Dağılımları

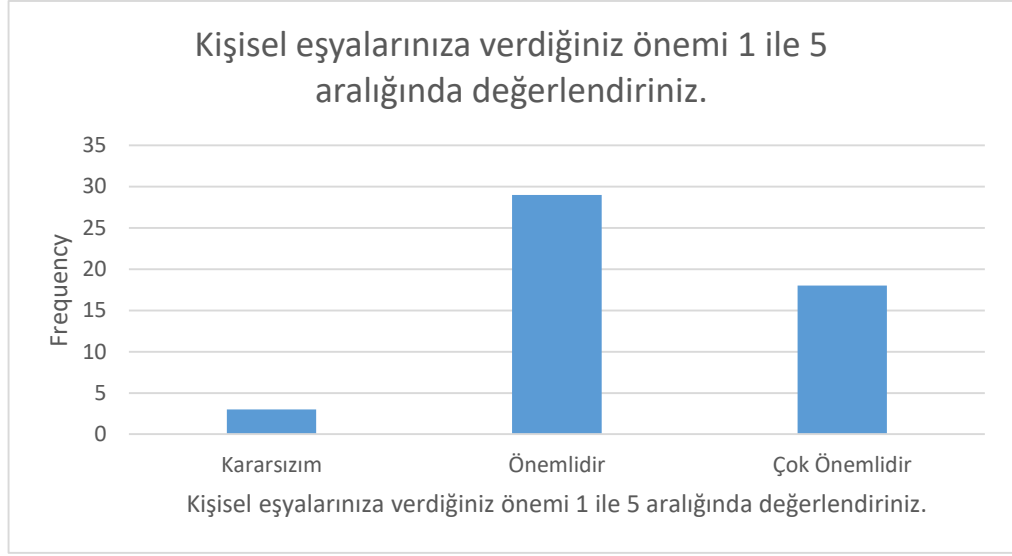
10 gün sonraki WTA		Frekans	Oran
Risk Sevme Durumu	Evet	24	48,0
	Hayır	26	52,0
	Toplam	50	100,0
Kişisel eşyalara verilen önem	Hiç Önemli değildir	0	0
	Önemli değildir	0	0
	Kararsızım	3	6,0
	Önemlidir	29	58,0
	Çok Önemlidir	18	36,0
	Toplam	50	100,0
Cinsiyet	Kadın	28	56,0
	Erkek	22	44,0
	Toplam	50	100,0
Kişisel Gelir	1000 TL ve altı	5	10,0
	1001 ve 3000 TL arası	19	38,0
	3001 ve 5000 TL arası	13	26,0
	5001 ve 7000 TL arası	2	4,0
	7001 ve 9000 TL arası	7	14,0
	9001 ve 11000 TL arası	0	0
	11001 ve 13000 TL arası	1	2,0
	13001 TL ve fazlası	3	6,0
	Toplam	50	100,0

Tablo 4.14. (Devamı)

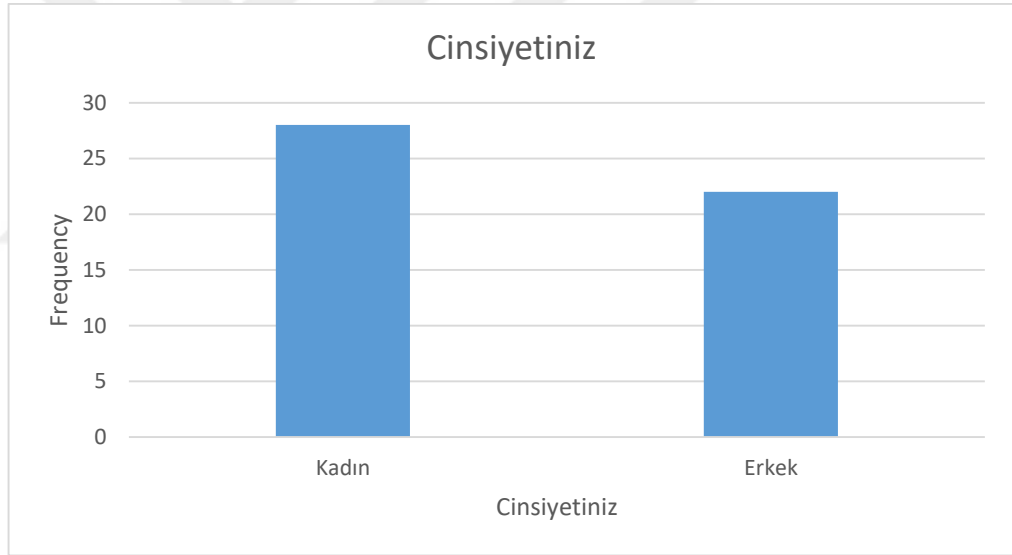
Bölüm	Sosyal	28	56,0
	Fen	18	36,0
	Sağlık	4	8,0
	Toplam	50	100,0

Katılan öğrencilerin %56'sı kadın (n=28), %44'ü ise erkektir (n=22) (Grafik 4.13). Öğrencilerin risk sevip sevmeme durumuna bakıldığında %48'i (n=24) risk severken %52'si (n=26) risk sevmemektedir (Grafik 4.11). Öğrencilerin büyük bölümü (%94 n=47) kişisel eşyalarına önem vermektedir (Grafik 4.12). Öğrencilerin kişisel gelir seviyelerine bakıldığında %38'lik (n=19) kısmı öğrenci burs veya kredi imkânlarından kaynaklı 1001 ve 3000 TL arasındadır (Grafik 4.15). Öğrencilerin bölümlerine bakıldığında ise % 56'sı (n=28) sosyal, % 36'sı (n=18) fen ve %8'lik (n=4) kısmı ise sağlık bölümlerinden oluşmaktadır (Grafik 4.14).

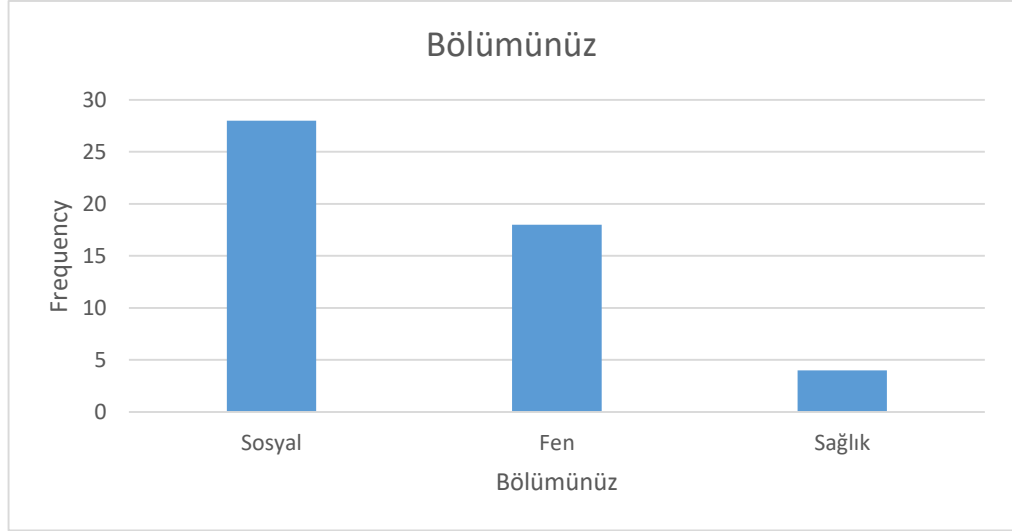
**Grafik 4.11.** Risk Sevme Durumu



Grafik 4.12. Kişisel Eşyalara Verilen Önem



Grafik 4.13. Cinsiyet Durumu



Grafik 4.14. Bölüm Sınıflandırma



Grafik 4.15. Kişisel Gelir Seviyeleri

Tablo 4.16. 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi İstatistikî Değerleri

10 Gün Sonra Sahiplenme Etkisi (WTA-WTP)	
Sayı	50
Ortalama	128,20
Medyan	100
Mod	-10
Std. Sapma	155.040
Çarpıklık	1.175
Basıklık	2.121

10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisi deneyine ait 50 öğrencinin satmaya istekli olduğu fiyat (WTA) ve 50 farklı öğrencinin almaya istekli olduğu fiyatlarından (WTP) farkından elde edilen sahiplenme etkisine dair elde edilen istatistiki değerler Tablo 4.16’da gösterilmektedir. Tablo 4.16.’ya göre WTA-WTP farklarının ortalama değeri 128,20 TL olarak hesaplanırken medyan değeri 100 TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4.17. Risk Durumuna Göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Risk sevme durumu	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Evet	117,7083	24	152,84248	50	85	,721	1,176
Hayır	137,8846	26	159,43132	30	105	1,606	3,240
Toplam	128,2000	50	155,04035	-10	100	1,175	2,121

Tablo 4.17’de risk sevme durumuna göre 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında risk seven öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu=117,708$) risk sevmeyen anlık sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu= 137,884$) az olduğu görülmektedir. Benzer şekilde risk seven öğrencilerin anlık sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=85$) risk sevmeyen anlık sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=105$) az olduğu görülmektedir.

Tablo 4.18. Cinsiyete Durumuna göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Cinsiyet	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Kadın	147,6786	28	146,60025	50	105	1,822	4,282
Erkek	103,4091	22	165,24431	-10	70	,825	,699
Toplam	128,2000	50	155,04035	-10	100	1,175	2,121

Tablo 4.18’de cinsiyet durumuna göre 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya göre kadınların sahiplenme etkisi ortalaması ($\mu=147,678$) erkeklerin sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu=103,409$) fazla olduğu görülmektedir. Benzer şekilde kadınların sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=105$) erkeklerin sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M=70$) fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4.19. Bölümlere göre 10 gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Bölüm	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal	136,4286	28	155,95499	30	95	1,971	3,993
Fen	88,8889	18	136,90438	-10	97,5	,064	,761
Sağlık	247,5000	4	196,53244	-10	290	-,854	-,998
Toplam	128,2000	50	155,04035	-10	100	1,175	2,121

Tablo 4.19’da bölümlere göre 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler verilmektedir. Tabloya göre sosyal bölümlerdeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalaması $\mu = 136.428$, sağlık bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi ortalaması $\mu = 247,500$ ve fen bölümlerindeki öğrencilerde sahiplenme etkisi ortalaması ise $\mu = 88,888$ olarak ortaya çıkmaktadır. Öte yandan sosyal bölümlerdeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değeri $M= 95$, sağlık bölümlerindeki öğrencilerin sahiplenme etkisi medyan değeri $M=290$ ve fen bölümlerindeki öğrencilerde sahiplenme etkisi medyan değeri ise $M = 97,5$ olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4.20. Gelir Seviyesine Göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Kişisel Gelir Durumu	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
1000 TL ve altı	97,0000	5	88,28930	-10	90	,487	,344
1001 ve 3000 TL arası	111,0526	19	115,89721	30	70	1,551	3,515
3001 ve 5000 TL arası	92,6923	13	173,30868	0,00	80	,400	-,174
5001 ve 7000 TL arası	280,0000	2	254,55844	100	280,00	.	.
7001 ve 9000 TL arası	235,7143	7	225,69206	-10	180	1,168	,879
11001 ve 13000 TL arası	30,0000	1	.	30	30	.	.
13001 TL ve fazlası	123,3333	3	72,34178	40	160	-1,695	.
Total	128,2000	50	155,04035	-10	100	1,175	2,121

Tablo 4.20’de gelir seviyelerine göre 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya göre öğrencilerin büyük bölümünün 1001 ve 3000 TL arası ile 3001 TL ve 5001 arası gelir seviyesinde olduğu görülmektedir. Ayrıca, 1001 ve 3000 TL arası gelir seviyesinde olan öğrencilerin 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu = 115,02$) 3001 TL ve 5001 arası gelir seviyesinde

olan öğrencilerin 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisi ortalamasından ($\mu = 92,692$) fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4.21. Eşyaya verilen Önem Seviyesine göre 10 Gün Sonra Ölçülen Sahiplenme Etkisi

Kişisel Eşyaya verilen Önem.	Ortalama	Sayı	Standart Sapma	Mod	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Kararsızım	-23,3333	3	23,094	-10	-10	-1,732	.
Önemlidir	93,1034	29	117,09	30	90	,595	3,211
Çok Önemlidir	210,0000	18	182,75	60	180	,917	,358
Toplam	128,2000	50	155,04	-10	100	1,175	2,121

Tablo 4.21’de kişisel eşyaya verilen önem seviyelerine göre 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisine ait istatistiki değerler gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında katılanların büyük bölümünün kişisel eşyalarına önem verdikleri ve “kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi ortalamasının ($\mu = 210,00$) “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi ortalamalarından ($\mu = 93,103$) fazla olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, “kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi medyan değerinin ($M=180$) “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak belirtenlerin sahiplenme etkisi medyan değerinden ($M = 90$) fazla olduğu görülmektedir.

3.4.4. Sahiplenme Etkisinde Nesneye Geçirilen Zaman Faktörünün Analizi

Wilcoxon işaretli sıralar testi eşlenik değerler için kullanılmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu örneklem , iki durumda ya da iki farklı koşulda ölçülüyorsa Wilcoxon işaretli sıralar testi kullanılabilir. Bu test eşlenik t testinin nonparametrik alternatifi olarak bilinmektedir(Kalaycı, 2010). İşaret testi, eşleştirilmiş veriler arasındaki farklılıkların sadece yönüyle ilgilenmektedir. Wilcoxon testi eşleştirilmiş gruplara ilişkin farklılıkların boyutlarını da dikkate alarak iki değişkene ait dağılımın aynı olup olmadığını test etmeye çalışmaktadır. Wilcoxon işaretli sıralar testinde, veriler sürekli, bağımsız, rassal ve interval ölçekle elde edilmesi gerekmektedir (Karagöz, 2016)

Aynı anda ve 10 gün sonra sahiplenme etkisi düzeyleri arasında anlamlı düzeyde bir farklılık elde edilmiştir. 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisi seviyeleri ($Mdn:60,00$;

$\mu = 115,50$) aynı gün ölçülen sahiplenme etkisi seviyelerine (Mdn: 20.00; $\mu = 52,70$) göre anlamlı düzeyde yüksektir ($z = -4,80$; $p < 0,05$).

Tablo 4.22. Anlık ve 10 Gün Sonra Sahiplenme Etkisi

1. Senaryo (Aynı Örneklem)		
	Anlık Sahiplenme	10 gün sonra Sahiplenme
Mean	52,700	115,500
Median	20,000	60,000

Tablo 4.23. Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi

				Test İstatistiği ^d	
10 Gün Sonra Sahiplenme ve Anında Sahiplenme	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	z	p
Negatif Sıralar	3 ^a	9,33	28,00	-4,800 ^e	0,000
Pozitif Sıralar	33 ^b	19,33	638,00		
Eşit	14 ^c				
Toplam	50				

a. 10 gün sonra Sahiplenme < Anında Sahiplenme

b. 10 gün sonra Sahiplenme > Anında Sahiplenme

c. 10 gün sonra Sahiplenme = Anında Sahiplenme

d. Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi

e. Negatif sıraları temel alınmıştır

Tablo 4.24. Normallik Testi

Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
,164	100	,000	,860	100	,000
a. Lilliefors Significance Correction					

Tablo 4.24'te aynı anda ve 10 gün sonra ölçülen farklı iki grup öğrencilere ait sahiplenme etkisi değerlerine ait normallik testi sunulmaktadır. Sahiplenme etkisi ölçüm değerlerine göre normal dağılım sergilenmemektedir ($0,00 < 0,05$). Sahiplenme etkisi değerleri normal dağılım göstermediğinden dolayı zamana göre aynı anda ve 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etki değerleri istatistiki olarak anlamlı bir fark gösterip göstermediği,

non-parametrik analizlerden iki ortalama arasındaki farkın test edildiği Mann-Whitney U testi ile gösterilecektir.

Bu test bağımsız örnekler için uygulanan t-testinin parametrik olmayan alternatifidir. t testinde olduğu gibi iki grup ortalamalarının karşılaştırılması yerine, Mann-Whitney U testi, grupların medyanlarını karşılaştırmaktadır. Sürekli değişkenlerin, iki grup içerisindeki değerlerini sıralı hale dönüştürmektedir. Böylece, iki grup arasında sıralamanın farklı olup olmadığını değerlendirir (Karagöz, 2016). Değerler sıralı hale dönüştürüldüğü için değerlerin asıl dağılımları önemli değildir.

Tablo 4.25. Mann-Whitney U Testi

Gruplar	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Medyan	Mann-Whitney U	z	P
Anında	50	41,94	2097	30	822	-2,953	0,003
10 Gün Sonra	50	59,06	2953	100			

Tablo 4.25'e bakıldığında anlık ölçülen katılımcıların sahiplenme etkisi (Mdn= 30) seviyeleri ile 10 gün sonra ölçülen katılımcıların sahiplenme etkisi (Mdn=100) seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık gözlenmiştir (U=822 ; z=-2,953; p<0,05).

3.4.5. Senaryolar İtibariyle Sahiplenme Etkisi Ortalamalarının Karşılaştırılması

Tablo 4.26. Senaryolar İtibariyle Sahiplenme Etkisi Ortalamaları

Senaryolar	Anlık WTA-WTP			10 Gün Sonra WTA-WTP		
	Ortalama	Medyan	Mod	Ortalama	Medyan	Mod
1.Senaryo	60	30	0	-		
2.Senaryo	52,7	20	0	115	60	50
3.Senaryo	-			128	100	-10

Senaryolar itibariyle sahiplenme etkisi ortalamaları Tablo 4.26'da gösterilmektedir. Birinci ve ikinci senaryonun anlık sahiplenme etkisi ortalamaları sırasıyla 60 TL ile 52,7 TL olarak ölçülmüştür. Benzer durum medyan değerlerinde de gerçekleşmiştir. İkinci ve üçüncü senaryolardaki sahiplenme etkisi ortalamalarına baktığımızda ise sırasıyla 115 TL ve 128 TL olarak ölçülmüştür. İkinci ve üçüncü senaryolardaki sahiplenme etkisi

ortalamalarını karşılaştırdığımızda üçüncü senaryoda daha fazla sahiplenme olgusu gerçekleştiğini görebiliriz. Benzer durumu medyan değerlerinde de görebiliriz. Bu durumun nedeni ikinci senaryoda anlık sahiplenme etkilerini sorduğumuz için söylemiş oldukları fiyatı referans kabul ettikleri için 10 gün sonraki fiyatları bu durumdan etkilenmiştir. Bunun nedeni ikinci senaryodaki katılımcılarla yapılan görüşmelerde ilk fiyatlarını çok iyi hatırladıkları ve bir kısmının yeniden aynı fiyatlarında kaldıkları gözlenmiştir. Bu durum referansa bağlı fiyat etkisi bağlamında yapılan çalışmalar (Chien-Huang Lin vd., 2006; Knetsch & Wong, 2009; Weaver & Frederick, 2012).

Nesne ile geçirilen süre bağlamında (List, 2003; Loomes vd., 2009; Nash & Rosenthal, 2014; Shogren vd., 2001; Sousa & Munro, 2012; M. A. Strahilevitz & Loewenstein, 1998; Yamamoto & Navarro-Martinez, 2022) yapılan çalışmalar ile uyum göstermektedir.

Sahiplenme etkisine cinsiyete göre bakıldığında hem anlık hem de 10 gün sonra ölçülen bulgulara kadınların literatürdeki gibi (Croson & Gneezy, 2009) daha fazla riskten kaçındıkları ve dolayısıyla sahiplenme etkisinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Aynı şekilde sahiplenme etkisi bulguları da yapılan çalışmalarla (Dommer & Swaminathan, 2013; Wieland vd., 2014) uyumluluk göstermektedir.

Risk durumuna göre baktığımızda anlık sahiplenme durumunda literatür ile uyumsuzluk hakimken 10 gün sonra ölçülen sahiplenme etkisinde literatür (Isik, 2004; Knutson vd., 2008; Morewedge & Giblin, 2015; van Dijk & van Knippenberg, 1998) ile uyumludur.

3.4.6. WTA Fiyatının Nedeninin Nitel Bulguları

Çalışma kapsamında deneyde, katılımcılara satmak istedikleri fiyatın nedeni sorulmuştur. Katılımcılar senaryolar itibarıyla fiyatlarının nedenlerini kısa cümlelerle ifade etmişlerdir. Bu ifadelerden yola çıkılarak literatürdeki çeşitli değişkenler bağlamında MAXQDA nitel değişken analiz programı aracılığıyla kodlar oluşturulmuştur. Bu bağlamda senaryolar çerçevesinde kodlardan elde edilen bulgular istatistiki olarak aşağıdaki tablolarla değerlendirilmiştir:

Tablo 4.27. 1.Senaryoda (Anlık) Belirlenen Fiyatın Nedeni

Anlık (1. Senaryo)	Frekans	Yüzde
Piyasa fiyatı	12	19,35
İkame fiyatı	9	14,52
Ürünün Fonksiyonu	7	11,29
Logosu	6	9,68
Kalitesi	6	9,68
Ticari kar amacı	5	8,06
Plastik olması	3	4,84
Satmak istemiyorum	2	3,23
Kurum Sevgisi	2	3,23
Manevi Değeri	2	3,23
Kişisel eşya olması	2	3,23
Renk	2	3,23
Günümüz ekonomik şartları	1	1,61
Paylaşımçı değilim	1	1,61
Ticari deneyim	1	1,61
Hatıra olması	1	1,61
TOPLAM	62	100,00

Katılımcılara, 1. senaryoda satmak istedikleri fiyatın nedeni sorulmuştur. Tablo 4.27 katılımcıların satmak istedikleri fiyatın nedeninin belirlenen kodlar itibarıyla frekans dağılımlarını göstermektedir. Tabloya bakıldığında, katılımcıların %19,35'inin piyasa fiyatını, %14,52'sinin ikame malın fiyatı, %11,29'unun ürünün fonksiyonunu, %9,68'i logoyu %9,68'i ürünün kalitesini, fiyatlarını belirleme gerekçesi gerekçe olarak göstermiştir.

Tablo 4.28. 2.Senaryoda (Anlık) Belirlenen Fiyatın Nedeni

Anlık (2.Senaryo)	Frekans	Yüzde
Satmak istemiyorum	11	19,30
Piyasa fiyatı	11	19,30
Hızlıca satmak için	7	12,28
Ürünün Kalitesi	6	10,53
Ürünün Fonksiyonu	5	8,77
Logosu	5	8,77
İkame fiyatı	5	8,77
Ticari kar amacı	4	7,02
Kişisel eşya olması	2	3,51
Günümüz ekonomik şartları	1	1,75
TOPLAM	57	100,00

Katılımcılara, 2. senaryoda anlık satmak istedikleri fiyatın nedeni sorulmuştur. Tablo 4.28 katılımcıların satmak istedikleri fiyatın nedeninin belirlenen kodlar itibariyle frekans dağılımlarını göstermektedir. Tabloya bakıldığında, katılımcıların %19,30'nun satmak istememesini, %19,30'unun piyasadaki fiyatı, %12,28'inin hızlıca satmayı düşündükleri için, %10,53'ünün ürünün kalitesini, fiyatlarını belirleme gerekçesi olarak göstermiştir.

Tablo 4.29. 2.Senaryoda (10 gün sonra) Belirlenen Fiyatın Nedeni

10 Gün Sonra (2. Senaryo)	Frekans	Yüzde
Ürün benim için daha değerli hale geldi	18	29,03
Satmak istemiyorum	17	27,42
Piyasa fiyatı	6	9,68
Ürünü kullandıktan sonra sevmedim	4	6,45
Kişisel eşya olması	4	6,45
Ticari kar amacı	3	4,84

Tablo 4.29. (Devamı)

Ürünün Fonksiyonu	2	3,23
Logosu	2	3,23
Plastik Olması	2	3,23
Ürünün Kalitesi	2	3,23
Hatıra olması	1	1,61
Günümüz ekonomik şartları	1	1,61
TOPLAM	62	100,00

Katılımcılara, 2. Senaryoda 10 gün sonraki süreçte satmak istedikleri fiyatın nedeni sorulmuştur. Tablo 4.29 katılımcıların 10 gün sonra satmak istedikleri fiyatın nedeninin belirlenen kodlar itibariyle frekans dağılımlarını göstermektedir. Tabloya bakıldığında, katılımcıların %29,03'ünün ürünün katılımcı için daha değerli hale gelmesini, %27,42'sinin satmak istememesini, %9,68'inin piyasa fiyatını, %6,45'inin ise kişisel eşyası olarak görmesinden kaynaklı, fiyatlarını belirleme gerekçesi olarak göstermiştir.

Tablo 4.30. 3. Senaryoda (10 gün sonra) Belirlenen Fiyatın Nedeni

10 Gün Sonra (3.senaryo)	Frekans	Yüzde
Kişisel eşya olması	14	18,92
Satmak istemiyorum	11	14,86
Ürünün Fonksiyonu	8	10,81
Logosu	7	9,46
Ürünle bağ kurdum	6	8,11
Piyasa fiyatı	5	6,76
İkame fiyatı	4	5,41
Manevi Değeri	4	5,41
Ürünü kullandıktan sonra sevmedim	3	4,05
Paylaşımçı değilim	2	2,70
Hatıra olması	2	2,70

Tablo 4.29. (Devamı)

Renk	2	2,70
Plastik	1	1,35
Ticari kar amacı	1	1,35
Hızlıca satmak için	1	1,35
Kurum sevgisi	1	1,35
Günümüz ekonomik şartları	1	1,35
Ürünün Kalitesi	1	1,35
TOPLAM	74	100,00

Katılımcılara, 3. Senaryoda 10 gün sonraki süreçte satmak istedikleri fiyatın nedeni sorulmuştur. Tablo 4.30, katılımcıların 10 gün sonra satmak istedikleri fiyatın nedeninin belirlenen kodlar itibarıyla frekans dağılımlarını göstermektedir. Tabloya bakıldığında, katılımcıların %18,92'si kişisel eşyası olmasını, %14,86'sı satmak istememesini, %10,81'i ürünün fonksiyonunu, %9,46'sı ise logosunu fiyatlarını belirleme gerekçesi olarak göstermiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Geleneksel iktisadi düşünce yapısına bakıldığında, sosyal bir bilim olan iktisadın gerçek hayattan uzaklaşıp mekanik bir yapıya sahip olduğu değerlendirilebilir. Bu durumun en basit örneği, iktisadi bireyin rasyonel kabul edilmesi ve bilişsel kapasitesinin maksimum düzeyde olduğunun kabul edilmesidir. Ayrıca bireyin kendi çıkarını maksimize etmeye çalışması geleneksel iktisadın temel dayanaklarından birisidir. Ancak, insan empati sahibidir; kendi çıkarını düşündüğü zamanlar olduğu kadar başkalarını da düşünüp diğerkam davranabilmektedir. Dolayısıyla, birey sadece kendi çıkarını değil toplumun çıkarını da düşünebilmektedir. Bu nedenle, temelinde insanı ele alan bir bilim dalının gerçeklerle yüzleşmesi önem arz etmektedir.

Gerçek hayatta gözlemlediğimiz üzere insan, davranışları itibariyle değişkenlik göstermektedir. Dolayısıyla, statik bir anlayıştan ziyade daha çok dinamik bir anlayışa sahiptir. Bu nedenle, insan davranışlarının bu denli önemli olduğu bir zamanda, bu davranışların arka planını öğrenip öngörülerde bulunmak faydalı olacaktır.

Davranışsal iktisat, geleneksel iktisadi düşünceyi daha gerçekçi hale getiren, insan davranışlarını temel alarak psikoloji ve sosyoloji gibi disiplinlerden faydalanıp yeni bir iktisadi anlayış olarak karşımıza çıkmıştır. Davranışsal iktisat, günümüz koşullarına ayak uyduran, geleneksel iktisadi katı bir şekilde reddetmek yerine daha gerçekçi bir anlayışı benimseyen bir temel üzerine kuruludur. Davranışsal iktisadın en temel bakış açısı, insanın irrasyonel davranışlar gösterebileceği ve öngörülebilen bu davranışların çeşitli politika kalıplarına sokulup onlardan politika üretmeye çalışmaktır.

Davranışsal iktisadın temeli ise karar mekanizmasının işlendiği Kahneman ve Tversky'nin (1979) ortaya attığı Beklenti Teorisi'ne dayanmaktadır. Beklenti teorisi'ne göre kararlarımız, değer yargılarımıza, karar mekanizmasının sunuluş şekline, psikolojimize, duygularımıza, risk durumlarına bakış açımıza göre değişiklik göstermektedir. Her zaman rasyonel çıktılar elde edilememektedir.

Çalışmada ise beklenti teorisinin ortaya attığı riskten kaçınma (kayıptan kaçınma) ön yargısına dayanan sahiplenme etkisi ele alınmıştır. Beklenti teorisine göre eşit büyüklükteki kayıpların acısı kazançların getirmiş olduğu mutluluğa göre daha büyüktür. Sahiplenme etkisinde ise risk ya da kayıptan kaçınan birey elinde bulundurduğu nesne veya eşyaya, olması gerekenden daha fazla değer atfetmektedir. Bu durum, ana akım

iktisat teorisindeki Coase teoremi'nin ihlalidir. Sahip olmayan kişi ise sahip olmadığı nesneye daha az değer biçmektedir. Atfedilen değerlerin farkı veya oran ise sahiplenme etkisini vermektedir.

Sahiplenme etkisinin iktisadi, toplumsal ve psikolojik açıdan birçok önemli yanı bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi birey sahip olduğu eşyasını satması gerektiği zaman satmıyorsa, onu elinde bulunduruyorsa veya olması gerektiğinden fazla değer biçiyorsa piyasada mübadele işlemi yavaşlayabilmektedir. Bu da ekonominin canlanmasını engelleyici bir faktördür. Toplum bu yüzden refah kaybı yaşayabilmektedir. Öte yandan sahip olunan nesne ile bağlar şiddetli bir dereceye ulaştığında ise istifleme hastalığına varıncaya kadar psikolojik sorunlara neden olabilmektedir.

Bu çalışmada, sahiplenme etkisinin varlığını genel yapısıyla çeşitli değişkenlere göre gösterdikten sonra sahip olunan nesne ile geçirilen süre bağlamında bu etkiyi incelemiştir. Çalışma, Atatürk Üniversitesi kampüsünde 300 öğrenci ile yapılmıştır. Nesne olarak Atatürk Üniversitesi logolu 500 ml Detoks filtreli su şişesi kullanılmıştır. Üç farklı senaryo ile tasarlanan saha deneyinde birinci senaryoda sadece anlık sahiplenme etkisinin ölçümü, ikinci senaryoda anlık ve 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçümü ve üçüncü senaryoda ise sadece 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçümü amaçlanmıştır.

Yapılan saha deneyinde, bütün senaryolarda sahiplenme etkisinin varlığı görülmektedir. Sadece anlık sahiplenme etkisinin ölçüldüğü birinci senaryoda:

- Risk sevenler sevmeyenlere göre daha yüksek sahiplenme etkisi göstermiştir.
- Kadınlar, erkeklere göre daha yüksek sahiplenme etkisi göstermiştir.
- Sosyal bilimlerdeki öğrenciler, sağlık bilimlerdeki öğrencilere göre daha yüksek bir sahiplenme etkisi gösterirken fen bilimlerindeki öğrencilerde sahiplenme etkisi görülmemiştir.
- Gelir düzeyine göre baktığımızda katılımcıların büyük bölümü 1001-3000 TL gelir seviyesi arasındadır. Ardından 3001-5000 TL gelir seviyesinde olan öğrenciler gelmektedir. 1001 ve 3000 TL gelir seviyesinde olan öğrencilerdeki sahiplenme etkisi 3001 ve 5000 TL gelir seviyesindeki öğrencilere göre düşük seviyededir.

Aynı örneklerde anlık ve 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçüldüğü ikinci senaryoda:

- Anlık ölçümde risk sevenler sevmeyenlere göre daha yüksek bir sahiplenme etkisi göstermiştir. Ancak, 10 gün geçtikten sonra yapılan ölçümde risk sevmeyenlerdeki sahiplenme etkisi sevenlere göre önemli ölçüde yüksektir.
- Hem anlık hem de 10 gün sonra yapılan ölçümde sahiplenme etkisi kadınlarda erkeklere göre daha yüksektir.
- Bölüm bazlı değerlendirildiğinde hem anlık hem 10 gün sonraki ölçümlerde sağlık bölümlerindeki öğrenciler en yüksek sahiplenme etkisi seviyesindedir.
- Anlık ölçümde, “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak ifade edenler “kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak ifade edenlere göre daha yüksek sahiplenme etkisi gösterirken, 10 gün sonraki ölçümlerde “kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak ifade edenler, “kişisel eşya benim için önemlidir” olarak ifade edenlere göre daha yüksek bir sahiplenme etkisi göstermişlerdir.

Sadece 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçüldüğü üçüncü senaryoda:

- Risk sevmeyenler risk sevenlere göre daha yüksek sahiplenme etkisi göstermişlerdir.
- Kadınlar erkeklere göre daha yüksek sahiplenme etkisi göstermiştir.
- Fen bölümündeki öğrenciler sağlık ve sosyal bölümündeki öğrencilere göre daha düşük sahiplenme etkisi göstermişlerdir.
- Katılımcıların büyük çoğunluğunun 1001 ve 3000 TL arası ve 3001 ve 5000 TL arası gelir seviyesindeki öğrencilerin oluşturduğu senaryoda 1001 ve 3000 TL arası gelir seviyesindeki öğrenciler daha yüksek bir sahiplenme etkisi göstermişlerdir.
- “Kişisel eşya benim için çok önemlidir” olarak ifade eden öğrencilerin sahiplenme etkisi “Kişisel eşya benim için önemlidir” olarak ifade eden öğrencilere göre daha yüksektir.

Senaryolar itibariyle 10 gün sonra sahiplenme etkisinin ölçüldüğü durumlardaki sonuçlar literatürle uyumlu bir yapıdadır. Burada zamanın etkisinin olduğu söylenebilir. Örneğin riskten kaçınan öğrenciler 10 gün sonra ölçülen her iki senaryoda da (2. ve 3. Senaryo) risk sevenlere göre daha yüksek bir sahiplenme etkisi göstermiştir. Aynı durum kişisel eşyaya verilen önemle de görülmektedir. Dolayısıyla yapılan ölçümlerin sağlıklı sonuçlar vermesi için verilen eşya ile belirli bir zaman geçirmek gerekmektedir.

Sahiplenme etkisinde nesneyle geçirilen zaman faktörünü belirtmek gerekirse her iki senaryo için yapılan istatistiki analizlerde de zamanın sahiplenme etkisini anlamlı bir şekilde artırdığını görebiliriz. Zaman faktörü ise iki senaryoda (2. ve 3. Senaryo) farklı kurgulanmıştır. 3.senaryodaki sahiplenme etkisi göreceli olarak 2. senaryodakinden yüksek çıkmıştır. Bu durumun nedeni, 2. senaryoda 10 gün önceden belirtilen WTA değerinin 10 gün sonraki WTA değerini etkilediği görülmektedir. Dolayısıyla anlık WTA o kişi için referans fiyat haline gelmektedir ve değer biçerken o fiyat temel alınmaktadır. Ayrıca deneylerde yapılan görüşmelerde katılımcıların neredeyse tamamına yakınının anlık olarak belirttiği fiyatlarını tam hatırlamaktadır. Özetle ilk günkü fiyat zihinlerinde çıpalanmıştır.

Sahiplenme etkisinin ticaretteki mübadeleyi bozucu etkisi düşünüldüğünde çalışmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Toplumsal olarak refah kaybının yaşanmaması için ekonomide ticari canlılık elzemdir. Bu yüzden bireyler, sahip oldukları nesneyi ellerinden çıkarmak istediklerinde etkin piyasa fiyatını dikkate alarak satmaları ticari olarak işlemleri canlandırmaktadır. Öte yandan nesne ile geçirilen sürenin artması sahiplik olgusunu artırdığı için sahiplik olgusunu azaltıcı uygulamalar geliştirilebilir.

Bireylerin sahiplik olgusunu dengeleyecek davranışsal kamu politikaları ile iktisadi, toplumsal refah oluşturulabilir. Nitekim, bu çalışma ve benzer çalışmalardan elde edilen bulgular ile çeşitli dürtme mekanizmaları oluşturarak bireylerin karar mekanizmaları manipüle edilebilir. Bu konuda dikkat edilmesi gereken temel faktör ise çalışmanın sonuçlarının farklı bir örneklem grubunda farklılık arz edebilmesini ihmal etmemektir. Bu durumun nedeni, çalışma birey davranışlarını esas aldığı için birey davranışlarının değişim göstermesidir. Bu nedenle politika çıkarımı yaparken ortaya çıkan sonuçları dinamik olarak değerlendirmek gerekmektedir.

Sahiplenme etkisinin hangi mal gruplarında daha güçlü olduğu ortaya çıkarılabilirse buna göre politikalar geliştirilebilir. Örneğin, paylaşım ekonomisi platformlarına odaklanılıp bazı malların yaygın kullanımını bu tür platformlarda uygulamak sahiplik olgusunu zayıflatabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, G. T. (2016). *İktisadî Değiştirmek: Neoklasik İktisada Eleştirel Bir Yaklaşım* (K. Koçak, Ed.; 1-12064). İstanbul: İletişim.
- Acar, M. (2020). *Finansal Okuryazarlığın Yatırım Kararlarına Etkisinin Davranışsal Finans Bağlamında Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ackerman, F. (2002). "Still Dead After all These Years: Interpreting the Failure of General Equilibrium Theory". *Journal of Economic Methodology*, 9(2), 119-139. <https://doi.org/10.1080/13501780210137083>
- Ajzen, I., & Peterson, G. L. (1988). "Contingent Value Measurement: The Price of Everything and the Value of Nothing". *Amenity Resource Valuation: Integrating Economics With Other Disciplines*, 65-75.
- Akdere, Ç., & Büyükboyacı, M. (2015). "Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı". İçinde *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Akerlof, G. A. (2002). "Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior". *American Economic Review*, 92(3), 411-433. <https://doi.org/10.1257/00028280260136192>
- Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2010). *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*. UK: Princeton University Press.
- Alada, A. D. (2012). "Keynes' in İktisat Felsefesinde Belirsizlik Kavramının Yeri Üzerine Düşünceler". *Keynes' in Genel Teori'si Üzerine (ss. 151-184)* içinde. İstanbul: Kaledon Yayınları.
- Anagol, S., Balasubramaniam, V., & Ramadorai, T. (2018). "Endowment Effects in the Field: Evidence from India's IPO Lotteries". *The Review of Economic Studies*, 85(4), 1971-2004. <https://doi.org/10.1093/restud/rdy014>
- Apicella, C. L., Azevedo, E. M., Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2014). "Evolutionary Origins of the Endowment Effect: Evidence from Hunter-Gatherers". *American Economic Review*, 104(6), 1793-1805. <https://doi.org/10.1257/aer.104.6.1793>

- Ariely, D. (2010). "Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions". *Math Comput Educ*, 44(1), 68.
- Ariely, D., Huber, J., & Wertenbroch, K. (2005). "When Do Losses Loom Larger Than Gains?" *Journal of Marketing Research*, 42(2), 134-138. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.134.62283>
- Ariely, D., & Norton, M. I. (2008). "How Actions Create – Not Just Reveal – Preferences". *Trends in Cognitive Sciences*, 12(1), 13-16. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2007.10.008>
- Ariely, D., & Simonson, I. (2003). "Buying, Bidding, Playing, or Competing? Value Assessment and Decision Dynamics in Online Auctions". *Journal of Consumer Psychology*, 13(1), 113-123. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP13-1&2_10
- Ashby, N. J. S., Dickert, S., & Glöckner, A. (2012). "Focusing on What You Own: Biased Information Uptake Due To Ownership". *Judgment and Decision Making*, 7(3), 254-267. <https://doi.org/10.1017/S1930297500002230>
- Ashraf, N., Camerer, C. F., & Loewenstein, G. (2005). "Adam Smith, Behavioral Economist". *Journal of Economic Perspectives*, 19(3), 131-145. <https://doi.org/10.1257/089533005774357897>
- Audi, R. (2001). *The Architecture of Reason: The Structure and Substance of Rationality*. NewYork: Oxford University Press.
- Augier, M., & March, J. G. (2002). A Model Scholar: Herbert A. Simon (1916–2001). *Journal of Economic Behavior & Organization*, 49(1), 1-17. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(02\)00055-0](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(02)00055-0)
- Azar, O. H. (2011). "Do People Think About Absolute or Relative Price Differences When Choosing Between Substitute Goods?". *Journal of Economic Psychology*, 32(3), 450-457. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.010>
- Bacıoğlu, S. (2018). *Revisiting Endowment Effect in Digital Age*. (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Baddeley, M. (1999). "Keynes on Rationality, Expectations And Investment". İçinde *Keynes, Post-Keynesianism and Political Economy*. UK: Routledge.

- Bao, H. X. H., & Gong, C. M. (2016). "Endowment Effect And Housing Decisions". *International Journal of Strategic Property Management*, 20(4), Article 4. <https://doi.org/10.3846/1648715X.2016.1192069>
- Bao, H. X. H., & Robinson, G. M. (2022). "Behavioural Land use Policy Studies: Past, Present, and Future". *Land Use Policy*, 115, 106013. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106013>
- Barberis, N. C. (2013). "Thirty Years of Prospect Theory in Economics: A Review and Assessment". *Journal of Economic Perspectives*, 27(1), 173-196. <https://doi.org/10.1257/jep.27.1.173>
- Baron, J. (2000). *Thinking and Deciding*. UK: Cambridge University Press.
- Bartling, B., Engl, F., & Weber, R. A. (2015). "Game Form Misconceptions Are not Necessary for a Willingness-To-Pay vs. Willingness-to-accept Gap". *Journal of the Economic Science Association*, 1(1), 72-85. <https://doi.org/10.1007/s40881-015-0008-0>
- Baumeister, R. (2003). "The Psychology of Irrationality: Why People Make Foolish, Self-Defeating Choices". *The Psychology of Economic Decisions*, 1, 3-16.
- Beggan, J. K. (1992). "On the Social Nature of Nonsocial Perception: The Mere Ownership Effect". *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 229-237. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.2.229>
- Belk, R. W. (1988). "Possessions and the Extended Self". *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Bénabou, R., & Tirole, J. (2003). "Self-knowledge and Self-regulation: An Economic Approach". *The Psychology of Economic Decisions*, 1, 137-167.
- Birnbaum, M. H., & Stegner, S. E. (1979). "Source Credibility in Social Judgment: Bias, Expertise, and the Judge's Point of View". *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 48-74. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.1.48>
- Bischoff, I. (2008). "Endowment Effect Theory, Prediction Bias and Publicly Provided Goods: An Experimental Study". *Environmental and Resource Economics*, 39(3), 283-296. <https://doi.org/10.1007/s10640-007-9126-3>

- Boland, L. (2005). *The Principles of Economics: Some Lies my Teacher Told Me*. Routledge.
- Brasel, S. A., & Gips, J. (2014). "Tablets, Touchscreens, and Touchpads: How Varying Touch Interfaces Trigger Psychological Ownership and Endowment". *Journal of Consumer Psychology*, 24(2), 226-233. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.10.003>
- Brennan, T. J. (2014). "Behavioral Economics and Policy Evaluation". *Journal of Benefit-Cost Analysis*, 5(1), 89-109. <https://doi.org/10.1515/jbca-2013-0022>
- Brenner, L., Rottenstreich, Y., Sood, S., & Bilgin, B. (2007). "On the Psychology of Loss Aversion: Possession, Valence, and Reversals of the Endowment Effect". *Journal of Consumer Research*, 34(3), 369-376. <https://doi.org/10.1086/518545>
- Brookshire, D. S., & Coursey, D. L. (1987). "Measuring the Value of a Public Good: An Empirical Comparison of Elicitation Procedures". *The American Economic Review*, 77(4), 554-566. <https://www.jstor.org/stable/1814530>
- Brosnan, S. F., Jones, O. D., Lambeth, S. P., Mareno, M. C., Richardson, A. S., & Schapiro, S. J. (2007). "Endowment Effects in Chimpanzees". *Current Biology*, 17(19), 1704-1707. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2007.08.059>
- Brown, T. C. (2005). "Loss Aversion Without the Endowment Effect, and Other Explanations for the WTA–WTP Disparity". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57(3), 367-379. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2003.10.010>
- Buccafusco, C., & Sprigman, C. (2010). "Valuing Intellectual Property: An Experiment". *Cornell Law Review*, 96(1), 1-46. <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/clqv96&i=3>
- Camerer, C. (1999). "Behavioral Economics: Reunifying Psychology and Economics". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 96(19), 10575-10577. <https://doi.org/10.1073/pnas.96.19.10575>
- Camerer, C. F. (2014). "Behavioral Economics". *Current Biology*, 24(18), R867-R871. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2014.07.040>

- Camerer, C. F., & Loewenstein, G. (2004). "Behavioral Economics: Past, Present, Future". *Advances in Behavioral Economics*, 1, 3-51.
- Camerer, C. F., Loewenstein, G., & Rabin, M. (2011). *Advances in Behavioral Economics*. UK: Princeton University Press.
- Caplan, B. (2001). "Rational Ignorance Versus Rational Irrationality". *Kyklos*, 54(1), 3-26. <https://doi.org/10.1111/1467-6435.00138>
- Caprara, G. V., & Zimbardo, P. G. (2004). "Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference". *American Psychologist*, 59, 581-594. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.7.581>
- Carmon, Z., & Ariely, D. (2000). "Focusing on the Forgone: How Value Can Appear So Different to Buyers and Sellers". *Journal of Consumer Research*, 27(3), 360-370. <https://doi.org/10.1086/317590>
- Cason, T. N., & Plott, C. R. (2014). "Misconceptions and Game Form Recognition: Challenges to Theories of Revealed Preference and Framing". *Journal of Political Economy*, 122(6), 1235-1270. <https://doi.org/10.1086/677254>
- Chan, E., & Saqib, N. (2018). "Reversing the Endowment Effect by Empowering Buyers and Sellers". *European Journal of Marketing*, 52(9/10), 1827-1844. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0848>
- Chan, E. Y. (2015). Endowment Effect for Hedonic but not Utilitarian Goods. *International Journal of Research in Marketing*, 32(4), 439-441. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.06.003>
- Chapman, G. B. (1998). "Similarity and Reluctance to Trade". *Journal of Behavioral Decision Making*, 11(1), 47-58. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199803\)11:1<47::AID-BDM278>3.0.CO;2-B](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199803)11:1<47::AID-BDM278>3.0.CO;2-B)
- Chark, R., & Muthukrishnan, A. V. (2013). "The Effect of Physical Possession on Preference for Product Warranty". *International Journal of Research in Marketing*, 30(4), 424-425. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2013.07.004>
- Chien-Huang Lin, Shih-Chieh Chuang, & Chaang-Yung Kung. (2006). "The Presence of Reference Price: How Value Can Appear Convergent to Buyers and Sellers".

- Advances in Consumer Research*, 33(1), 237-241.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=23580401&lang=tr&site=eds-live>
- Chuang, S.-C. (2013). "Time Pressure and the Endowment Effect". *Journal of Applied Social Psychology*, 43(6), 1313-1323. <https://doi.org/10.1111/jasp.12138>
- Clark, W. A. V., & Lisowski, W. (2017). "Prospect Theory and the Decision to Move or Stay". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(36), E7432-E7440. <https://doi.org/10.1073/pnas.1708505114>
- Coase, R. H. (2000). "The Problem of Social Cost". İçinde C. Gopalakrishnan (Ed.), *Classic Papers in Natural Resource Economics* (ss. 87-137). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230523210_6
- Collard, P., Walford, A., Vernon, L., Itagaki, F., & Turk, D. (2020). "The Relationship Between Endowment and Ownership Effects in Memory Across Cultures". *Consciousness and Cognition*, 78, 102865. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2019.102865>
- Cosmides, L., & Tooby, J. (2015). "Neurocognitive Adaptations Designed for Social Exchange". *The Handbook of Evolutionary Psychology*, 584-627.
- Coursey, D. L., Hovis, J. L., & Schulze, W. D. (1987). "The Disparity Between Willingness to Accept and Willingness to Pay Measures of Value". *The Quarterly Journal of Economics*, 102(3), 679-690. <https://doi.org/10.2307/1884223>
- Coyle, D. (2010). "The Soulful Science: What Economists Really Do and Why It Matters: Revised Edition". *Economics Books*. <https://ideas.repec.org/b/pup/pbooks/9026.html>
- Cramer, L., & Antonides, G. (2011). "Endowment Effects for Hedonic and Utilitarian Food Products". *Food Quality and Preference*, 22(1), 3-10. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.05.020>
- Croson, R., & Gneezy, U. (2009). "Gender Differences in Preferences". *Journal of Economic Literature*, 47(2), 448-474. <https://doi.org/10.1257/jel.47.2.448>
- Çakır, N. (1994). "İktisatta Ortodoksinin Kökenleri Üzerine". *İktisat Dergisi*, 348, 74-79.

- Davidson, P. (2010). "Behavioral Economists Should Make a Turn and Learn From Keynes and Post Keynesian Economics". *Journal of Post Keynesian Economics*, 33(2), 251-254. <https://doi.org/10.2753/PKE0160-3477330203>
- Dawnay, E. (2005). "Behavioural Economics". *New Economics Foundation, London*. September, 22.
- De Dreu, C. K. W., & van Knippenberg, D. (2005). "The Possessive Self as a Barrier to Conflict Resolution: Effects of Mere Ownership, Process Accountability, and Self-Concept Clarity on Competitive Cognitions and Behavior". *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 345-357. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.89.3.345>
- DeAngelo, G., & McCannon, B. C. (2022). "Behavioral Economics and Public Choice: Introduction to a Special Issue". *Public Choice*, 191(3), 285-292. <https://doi.org/10.1007/s11127-021-00930-w>
- DellaVigna, S. (2009). "Psychology and Economics: Evidence from the Field". *Journal of Economic Literature*, 47(2), 315-372. <https://doi.org/10.1257/jel.47.2.315>
- Demir, Ö. (2013). *Akıl ve Çıkar: Davranışsal İktisat açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Demir, Ö., & Acar, M. (1992). *Sosyal Bilimler Sözlüğü* (C. 1). İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Dhar, R., & Wertenbroch, K. (2000). "Consumer Choice between Hedonic and Utilitarian Goods". *Journal of Marketing Research*, 37(1), 60-71. <https://doi.org/10.1509/jmkr.37.1.60.18718>
- Dittmar, H. (1992). *The Social Psychology of Material Possessions: To Have is to be*. London: Palgrave MacMillan.
- Dommer, S. L., & Swaminathan, V. (2013). "Explaining the Endowment Effect through Ownership: The Role of Identity, Gender, and Self-Threat". *Journal of Consumer Research*, 39(5), 1034-1050. <https://doi.org/10.1086/666737>
- Dow, S. (2006). "The use of Mathematics in Economics". *Voprosy Ekonomiki*, 7.

- Drayton, L. A., Brosnan, S. F., Carrigan, J., & Stoinski, T. S. (2013). "Endowment Effects in Gorillas (*Gorilla gorilla*)". *Journal of Comparative Psychology*, 127, 365-369. <https://doi.org/10.1037/a0031902>
- Driscoll, J. C., & Holden, S. (2014). "Behavioral Economics and Macroeconomic Models". *Journal of Macroeconomics*, 41, 133-147. <https://doi.org/10.1016/j.jmacro.2014.05.004>
- Drouvelis, M., & Sonnemans, J. (2017). "The Endowment Effect in Games". *European Economic Review*, 94, 240-262. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2017.03.005>
- Dukas, R. (1998). *Cognitive Ecology: The Evolutionary Ecology of Information Processing and Decision Making*. USA: University of Chicago Press.
- Duman, S. (2011). *Davranışsal Ekonomi Yaklaşımlarının Tüketici Karar Verme Tarzları ile Açıklanması ve Bir Uygulama*. (Doktora Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Dupraz, P., Vermersch, D., De Frahan, B. H., & Delvaux, L. (2003). "The Environmental Supply of Farm Households: A Flexible Willingness to Accept Model". *Environmental and Resource Economics*, 25(2), 171-189. <https://doi.org/10.1023/A:1023910720219>
- Duran, O. (2010). *Çevre Politikaları ve Vergilendirme: Ekolojik Vergi Reformu*. (Yüksek Lisans Tezi), Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Earl, P. E. (1990). "Economics and Psychology: A Survey". *The Economic Journal*, 100(402), 718-755.
- Earl, P. E. (2018). "Richard H. Thaler: A Nobel Prize for Behavioural Economics". *Review of Political Economy*, 30(2), 107-125. <https://doi.org/10.1080/09538259.2018.1513236>
- Eckhardt, G. M., Houston, M. B., Jiang, B., Lamberton, C., Rindfleisch, A., & Zervas, G. (2019). Marketing in the Sharing Economy. *Journal of Marketing*, 83(5), 5-27.
- Ertör Akyazı, P. (2015). "Çevre ve Deneysel İktisat". *İçinde İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*. İstanbul: İmge Kitabevi.

- Fehr, D., Hakimov, R., & Kübler, D. (2015). "The Willingness to Pay–willingness to Accept Gap: A Failed Replication of Plott and Zeiler". *European Economic Review*, 78, 120-128. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2015.05.006>
- Fehr, E., & Goette, L. (2007). "Do Workers Work More if Wages Are High? Evidence from a Randomized Field Experiment". *American Economic Review*, 97(1), 298-317. <https://doi.org/10.1257/aer.97.1.298>
- Feng, T., Zhao, W., & Donnay, G. F. (2013). "The Endowment Effect Can Extend From Self to Mother: Evidence from an fMRI Study". *Behavioural Brain Research*, 248, 74-79. <https://doi.org/10.1016/j.bbr.2013.04.005>
- Filazi, S. E. (2019). *Kredi Kartlarının Nakit Benzeri Puan Ve Taksit Uygulamalarının Davranışsal İktisat Kavramları Kayıptan Kaçınma ve Sahip Olma Etkisi Bağlamlarında İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Forgas, J. P., & Ciarrochi, J. (2001). "On Being Happy and Possessive: The Interactive Effects of Mood and Personality on Consumer Judgments". *Psychology & Marketing*, 18(3), 239-260. [https://doi.org/10.1002/1520-6793\(200103\)18:3<239::AID-MAR1007>3.0.CO;2-B](https://doi.org/10.1002/1520-6793(200103)18:3<239::AID-MAR1007>3.0.CO;2-B)
- Franke, N., Schreier, M., & Kaiser, U. (2010). "The "I Designed It Myself" Effect in Mass Customization". *Management Science*, 56(1), 125-140. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1090.1077>
- Frenkel, S., Heller, Y., & Teper, R. (2018). "The Endowment Effect as Blessing". *International Economic Review*, 59(3), 1159-1186. <https://doi.org/10.1111/iere.12300>
- Frey, B. S. (2002). *Inspiring Economics: Human Motivation in Political Economy*. Michigan: Edward Elgar Publishing.
- Fromm, E. (2017). *Sahip Olmak ya da Olmak İki Varoluş Biçimi Üzerine Bir İnceleme* (6.Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Furrebøe, E. F., & Sandaker, I. (2017). "Contributions of Behavior Analysis to Behavioral Economics". *The Behavior Analyst*, 40(2), 315-327. <https://doi.org/10.1007/s40614-017-0110-0>

- Gächter, S., Johnson, E. J., & Herrmann, A. (2022). "Individual-level Loss Aversion in Riskless and Risky Choices". *Theory and Decision*, 92(3), 599-624. <https://doi.org/10.1007/s11238-021-09839-8>
- Galin, A. (2013). "Endowment Effect in Negotiations: Group Versus Individual Decision-Making". *Theory and Decision*, 75(3), 389-401. <https://doi.org/10.1007/s11238-012-9350-3>
- Galin, A., Sapir, M. G. S., & Kela-Egozi, I. (2006). "The Endowment Effect on Academic Chores Trade-Off (ACTO)". *Theory and Decision*, 60(2), 335-357. <https://doi.org/10.1007/s11238-005-4595-8>
- Gawronski, B., Bodenhausen, G. V., & Becker, A. P. (2007). "I Like it, Because I Like Myself: Associative Self-anchoring and Post-decisional Change of Implicit Evaluations". *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(2), 221-232. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2006.04.001>
- Gezgin, U. B. (2002). *The Psychological Correlates of Endowment Effect: Individualism-Collectivism, Perceptive Taking, and Real and Hypothetical Endowment Effects*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Gimpel, H. (2007). "Loss Aversion and Reference-Dependent Preferences in Multi-Attribute Negotiations". *Group Decision and Negotiation*, 16(4), 303-319. <https://doi.org/10.1007/s10726-006-9051-9>
- Glöckner, A., Kleber, J., Tontrup, S., & Bechtold, S. (2009). *The Endowment Effect in Groups With and Without Strategic Incentives* (Working Paper 2009,35). Preprints of the Max Planck Institute for Research on Collective Goods. <https://www.econstor.eu/handle/10419/32256>
- Göcekli, S. G. (2022). *Davranışsal İktisat ve Beklenti Teorisi: Riskten Kaçınma, Kayıptan Kaçınma ve Sahiplenme Etkisi Üzerine Deneysel Bir Çalışma*. (Doktora Tezi), Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hamilton, M. (2011). "Rational Choice Theory: A Critique". İçinde P. B. Clarke (Ed.), *The Oxford Handbook of the Sociology of Religion* (s. 0). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588961.013.0007>

- Hammack, J., & Brown Jr, G. M. (1974). *Waterfowl and Wetlands: Toward Bioeconomic Analysis*. UK: Routledge.
- Hanemann, W. M. (1991). "Willingness to Pay and Willingness to Accept: How Much Can They Differ?", *The American Economic Review*, 81(3), 635-647. <https://www.jstor.org/stable/2006525>
- Harbaugh, W. T., Krause, K., & Vesterlund, L. (2001). "Are Adults Better Behaved Than Children? Age, Experience, and the Endowment Effect". *Economics Letters*, 70(2), 175-181. [https://doi.org/10.1016/S0165-1765\(00\)00359-1](https://doi.org/10.1016/S0165-1765(00)00359-1)
- Hardie, B. G. S., Johnson, E. J., & Fader, P. S. (1993). "Modeling Loss Aversion and Reference Dependence Effects on Brand Choice". *Marketing Science*, 12(4), 378-394. <https://doi.org/10.1287/mksc.12.4.378>
- Harman, G. (2004). "Practical Aspects of Theoretical Reasoning". İçinde A. R. Mele & P. Rawling (Ed.), *The Oxford Handbook of Rationality* (s. 0). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhdb/9780195145397.003.0003>
- Hartman, R. S., Doane, M. J., & Woo, C.-K. (1991). "Consumer Rationality and the Status Quo". *The Quarterly Journal of Economics*, 106(1), 141-162. <https://doi.org/10.2307/2937910>
- Hay, D. F. (2006). "Yours and Mine: Toddlers' talk About Possessions With Familiar Peers". *British Journal of Developmental Psychology*, 24(1), 39-52. <https://doi.org/10.1348/026151005X68880>
- He, H., & Mukherjee, A. (2007). "I Am, Ergo I Shop: Does Store Image Congruity Explain Shopping Behaviour of Chinese Consumers?", *Journal of Marketing Management*, 23(5-6), 443-460. <https://doi.org/10.1362/026725707X212766>
- Heberlein, T. A., & Bishop, R. C. (1986). "Assessing the Validity of Contingent Valuation: Three field Experiments". *Science of The Total Environment*, 56, 99-107. [https://doi.org/10.1016/0048-9697\(86\)90317-7](https://doi.org/10.1016/0048-9697(86)90317-7)
- Heukelom, F. (2014). *Behavioral Economics: A History*. UK: Cambridge University Press.

- Hinson, J. M., Jameson, T. L., & Whitney, P. (2003). "Impulsive Decision Making and Working Memory". *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 29, 298-306. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.29.2.298>
- Hirsh, J. B., Kang, S. K., & Bodenhausen, G. V. (2012). "Personalized Persuasion: Tailoring Persuasive Appeals to Recipients' Personality Traits". *Psychological Science*, 23(6), 578-581.
- Hood, B. M., & Bloom, P. (2008). "Children Prefer Certain Individuals Over Perfect Duplicates". *Cognition*, 106(1), 455-462. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2007.01.012>
- Hood, B., Weltzien, S., Marsh, L., & Kanngiesser, P. (2016). "Picture Yourself: Self-Focus and the Endowment Effect in Preschool Children". *Cognition*, 152, 70-77. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2016.03.019>
- Hooker, B., & Streumer, B. (2004). "Procedural And Substantive Practical Rationality". İçinde A. R. Mele & P. Rawling (Ed.), *The Oxford Handbook of Rationality* (s. 0). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195145397.003.0004>
- Horowitz, J. K., & McConnell, K. E. (2002). "A Review of WTA/WTP Studies". *Journal of Environmental Economics and Management*, 44(3), 426-447. <https://doi.org/10.1006/jeem.2001.1215>
- Horowitz, J. K., McConnell, K. E., & Murphy, J. (2013). "Behavioral Foundations of Environmental Economics and Valuation". *Handbook on Experimental Economics and the Environment*, 115-156.
- Hosseini, H. (2003). "The Arrival of Behavioral Economics: From Michigan, or the Carnegie School in the 1950s and the early 1960s?", *The Journal of Socio-Economics*, 32(4), 391-409. [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(03\)00048-9](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(03)00048-9)
- Hosseini, H. (2011). "George Katona: A Founding Father of old Behavioral Economics". *The Journal of Socio-Economics*, 40(6), 977-984. <https://doi.org/10.1016/j.socsec.2011.04.002>

- Huang, L., & Savary, J. (2022). "When Payments Go Social: The Use of Person-to-Person Payment Methods Attenuates the Endowment Effect". *Journal of Marketing Research*, 00222437221128255. <https://doi.org/10.1177/00222437221128255>
- Huettel, S. A., Stowe, C. J., Gordon, E. M., Warner, B. T., & Platt, M. L. (2006). "Neural Signatures of Economic Preferences for Risk and Ambiguity". *Neuron*, 49(5), 765-775. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2006.01.024>
- Humphrey, S. J., Lindsay, L., & Starmer, C. (2017). "Consumption Experience, Choice Experience and the Endowment Effect". *Journal of the Economic Science Association*, 3(2), 109-120. <https://doi.org/10.1007/s40881-017-0044-z>
- Inesi, M. E. (2010). "Power and Loss Aversion". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 112(1), 58-69. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2010.01.001>
- Isik, M. (2004). "Does Uncertainty Affect the Divergence Between WTP and WTA Measures". *Economics Bulletin*, 4(1), 1-7.
- Jaeger, C. B., Brosnan, S. F., Levin, D. T., & Jones, O. D. (2020). "Predicting Variation in Endowment Effect Magnitudes". *Evolution and Human Behavior*, 41(3), 253-259. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2020.04.002>
- James, S. (2015). "The Contribution of the UK's Behavioural Insights Team". *International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE)*, 4(2), 53-70. <https://doi.org/10.4018/ijabe.2015040104>
- James, W. (2007). *The Principles of Psychology*. Inc: Cosimo.
- Johnson, E. J., & Goldstein, D. (2003). "Do Defaults Save Lives?". *Science*, 302(5649), 1338-1339. <https://doi.org/10.1126/science.1091721>
- Johnson, E. J., Häubl, G., & Keinan, A. (2007). "Aspects of Endowment: A Query Theory Account of Loss Aversion for Simple Objects". *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 33(3), 461-474.
- Jones, O. D., & Brosnan, S. F. (2007). "Law, Biology, and Property: A New Theory of the Endowment Effect". *William and Mary Law Review*, 49(6), 1935-1990. <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/wmlr49&i=1947>

- Kahneman, D. (1992). "Reference Points, Anchors, Norms, and Mixed Feelings". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 51(2), 296-312. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(92\)90015-Y](https://doi.org/10.1016/0749-5978(92)90015-Y)
- Kahneman, D. (2018). *Hızlı ve Yavaş Düşünme* (8. Baskı). OÇ Deniztekin ve FN Deniztekin (Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1990). "Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem". *Journal of Political Economy*, 98(6), 1325-1348. <https://doi.org/10.1086/261737>
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). "Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias". *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 193-206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk". *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). "Choices, Values, and Frames". *American Psychologist*, 39, 341-350. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2012). "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk". İçinde *Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making: C. Volume 4* (ss. 99-127). WORLD SCIENTIFIC. https://doi.org/10.1142/9789814417358_0006
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (C. 5). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalberg, S. (1980). "Max Weber's Types of Rationality: Cornerstones for the Analysis of Rationalization Processes in History". *American Journal of Sociology*, 85(5), 1145-1179.
- Kalyanaram, G., & Winer, R. S. (1995). "Empirical Generalizations from Reference Price Research". *Marketing Science*, 14(3_supplement), G161-G169. <https://doi.org/10.1287/mksc.14.3.G161>
- Kanngiesser, P., Santos, L. R., Hood, B. M., & Call, J. (2011). "The Limits of Endowment Effects in Great Apes (Pan Paniscus, Pan Troglodytes, Gorilla Gorilla, Pongo

- pygmaeus)". *Journal of Comparative Psychology*, 125, 436-445.
<https://doi.org/10.1037/a0024516>
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karataş, M. (2020). "Making Decisions in Foreign Languages: Weaker Senses of Ownership Attenuate the Endowment Effect". *Journal of Consumer Psychology*, 30(2), 296-303. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1138>
- Katona, G. (1953). "Rational Behavior and Economic Behavior". *Psychological Review*, 60(5), 307.
- Keen, S. (2003). "Economists Have no Ears". İçinde *The Crisis in Economics*. Routledge.
- Keeney, R. L. (1996). *Value-focused Thinking: A path to Creative Decisionmaking*. US: Harvard University Press.
- Keltner, D., Ellsworth, P. C., & Edwards, K. (1993). "Beyond Simple Pessimism: Effects of Sadness and Anger on Social Perception". *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 740-752. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.5.740>
- Kırmızıaltın, E. (2017). *İktisat ve Rasyonalite: K. Marx, WS Jevons ve TB Veblen'de Rasyonalite, İnsan, Teori*, Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Kırmızıaltın, E. (2018). "Davranışsal İktisat". İçinde *İktisat Sosyolojisi* (der. Ahmet Arif Eren ve Eren Kırmızıaltın) içinde, Ankara: Heretik.
- Kırmızıaltın, E. (2021). *Davranışsal İktisat*. Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Knetsch, J. L. (1989). "The Endowment Effect and Evidence of Nonreversible Indifference Curves". *The American Economic Review*, 79(5), 1277-1284.
<https://www.jstor.org/stable/1831454>
- Knetsch, J. L., & Sinden, J. A. (1984). "Willingness to Pay and Compensation Demanded: Experimental Evidence of an Unexpected Disparity in Measures of Value". *The Quarterly Journal of Economics*, 99(3), 507-521.
<https://doi.org/10.2307/1885962>

- Knetsch, J. L., & Wong, W.-K. (2009). "The Endowment Effect and the Reference State: Evidence and Manipulations". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 71(2), 407-413. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2009.04.015>
- Knez, P., Smith, V. L., & Williams, A. W. (1985). "Individual Rationality, Market Rationality, and Value Estimation". *The American Economic Review*, 75(2), 397-402. <https://www.jstor.org/stable/1805632>
- Knutson, B., Wimmer, G. E., Rick, S., Hollon, N. G., Prelec, D., & Loewenstein, G. (2008). "Neural Antecedents of the Endowment Effect". *Neuron*, 58(5), 814-822. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2008.05.018>
- Koch, A., Nafziger, J., & Nielsen, H. S. (2015). "Behavioral Economics of Education". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 115, 3-17. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2014.09.005>
- Kogler, C., Kühberger, A., & Gilhofer, R. (2013). "Real and Hypothetical Endowment Effects When Exchanging Lottery Tickets: Is Regret a Better Explanation Than Loss Aversion?", *Journal of Economic Psychology*, 37, 42-53. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.05.001>
- Kogut, T., & Kogut, E. (2011). "Possession Attachment: Individual Differences in the Endowment Effect". *Journal of Behavioral Decision Making*, 24(4), 377-393. <https://doi.org/10.1002/bdm.698>
- Korobkin, R. (2002). "The Endowment Effect and Legal Analysis Empirical Legal Realism: A New Social Scientific Assessment of Law and Human Behavior". *Northwestern University Law Review*, 97(3), 1227-1294. <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/illlr97&i=1237>
- Koutsobinas, T. T. (2014). "Keynes as the First Behavioral Economist: The Case of the Attribute-Substitution Heuristic". *Journal of Post Keynesian Economics*, 37(2), 337-355. <https://doi.org/10.2753/PKE0160-3477370207>
- Kristal, A. S., & Whillans, A. V. (2020). "What We Can Learn From Five Naturalistic Field Experiments That Failed to Shift Commuter Behaviour". *Nature Human Behaviour*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0795-z>

- Lakshminaryanan, V., Keith Chen, M., & Santos, L. R. (2008). "Endowment Effect in Capuchin Monkeys". *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 363(1511), 3837-3844. <https://doi.org/10.1098/rstb.2008.0149>
- Lehman, E. B., Arnold, B. E., & Reeves, S. L. (1995). "Attachments to Blankets, Teddy Bears, and Other Nonsocial Objects: A Child's Perspective". *The Journal of Genetic Psychology*, 156(4), 443-459. <https://doi.org/10.1080/00221325.1995.9914836>
- Lerner, J. S., Small, D. A., & Loewenstein, G. (2004). "Heart Strings and Purse Strings: Carryover Effects of Emotions on Economic Decisions". *Psychological Science*, 15(5), 337-341. Scopus. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00679.x>
- Lin, C.-H., Chuang, S.-C., Kao, D. T., & Kung, C.-Y. (2006). "The Role of Emotions in the Endowment Effect". *Journal of Economic Psychology*, 27(4), 589-597. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2005.10.001>
- Lin, C.-H., & Lin, H.-M. (2006). "Role of Social Value Orientation in the Endowment Effect". *Asian Journal of Social Psychology*, 9(3), 210-215. <https://doi.org/10.1111/j.1467-839X.2006.00199.x>
- List, J. A. (2003). "Does Market Experience Eliminate Market Anomalies?". *The Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 41-71. <https://doi.org/10.1162/00335530360535144>
- List, J. A. (2004). "Neoclassical Theory Versus Prospect Theory: Evidence from the Marketplace". *Econometrica*, 72(2), 615-625. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0262.2004.00502.x>
- Littman, D., Sherman, S. E., Troxel, A. B., & Stevens, E. R. (2022). "Behavioral Economics and Tobacco Control: Current Practices and Future Opportunities". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), Article 13. <https://doi.org/10.3390/ijerph19138174>
- Liu, R., Jiang, J., Yu, C., Rodenbiker, J., & Jiang, Y. (2021). "The Endowment Effect Accompanying Villagers' Withdrawal From Rural Homesteads: Field Evidence

- From Chengdu, China". *Land Use Policy*, 101, 105107. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.105107>
- Loewenstein, G., Asch, D. A., & Volpp, K. G. (2013). "Behavioral Economics Holds Potential To Deliver Better Results For Patients, Insurers, And Employers". *Health Affairs*, 32(7), 1244-1250. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.2012.1163>
- Loewenstein, G., & Issacharoff, S. (1994). "Source Dependence in the Valuation of Objects". *Journal of Behavioral Decision Making*, 7(3), 157-168. <https://doi.org/10.1002/bdm.3960070302>
- Loewenstein, G., Rick, S., & Cohen, J. D. (2008). "Neuroeconomics". *Annu. Rev. Psychol.*, 59, 647-672.
- Loomes, G., Orr, S., & Sugden, R. (2009). "Taste Uncertainty and Status Quo Effects in Consumer Choice". *Journal of Risk and Uncertainty*, 39(2), 113-135. <https://doi.org/10.1007/s11166-009-9076-y>
- Ludwig, K. (2004). "Rationality, Language, and the Principle of Charity". İçinde A. R. Mele & P. Rawling (Ed.), *The Oxford Handbook of Rationality* (s. 0). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195145397.003.0018>
- Maas, H. (1999). "Mechanical Rationality: Jevons and the Making of Economic Man". *Studies in History and Philosophy of Science Part A*, 30(4), 587-619.
- Maddux, W. W., Yang, H., Falk, C., Adam, H., Adair, W., Endo, Y., Carmon, Z., & Heine, S. J. (2010). "For Whom Is Parting With Possessions More Painful?: Cultural Differences in the Endowment Effect". *Psychological Science*, 21(12), 1910-1917. <https://doi.org/10.1177/0956797610388818>
- Malär, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., & Nyffenegger, B. (2011). "Emotional Brand Attachment and Brand Personality: The Relative Importance of the Actual and the Ideal Self". *Journal of Marketing*, 75(4), 35-52. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.35>
- Marin-Lopez, B. A., Jimenez-Gomez, D., & Abellán-Perpiñán, J.-M. (2022). "Behavioral Economics in the Epidemiology of the COVID-19 Pandemic: Theory and Simulations". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15), Article 15. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159557>

- Martinez, L. F., Zeelenberg, M., & Rijsman, J. B. (2011). "Regret, Disappointment and the Endowment Effect". *Journal of Economic Psychology*, 32(6), 962-968. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.08.006>
- Marzilli Ericson, K. M., & Fuster, A. (2014). "The Endowment Effect". *Annual Review of Economics*, 6(1), 555-579. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080213-041320>
- McGraw, A. P., Tetlock, P. E., & Kristel, O. V. (2003). "The Limits of Fungibility: Relational Schemata and the Value of Things". *Journal of Consumer Research*, 30(2), 219-229. <https://doi.org/10.1086/376805>
- McSweeney, L. W. (2010). "Introduction to A Behavioral Model of Rational Choice". *Competition Policy International*, 6(1), 239-240.
- Morewedge, C. K. (2021). "Psychological Ownership: Implicit and Explicit". *Current Opinion in Psychology*, 39, 125-132. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.10.003>
- Morewedge, C. K., & Giblin, C. E. (2015). "Explanations of the Endowment Effect: An Integrative Review". *Trends in Cognitive Sciences*, 19(6), 339-348. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.04.004>
- Morewedge, C. K., Shu, L. L., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2009). "Bad Riddance or Good Rubbish? Ownership and not Loss Aversion Causes the Endowment Effect". *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 947-951. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.05.014>
- Morrison, G. C. (1998). "Understanding the Disparity Between WTP and WTA: Endowment Effect, Substitutability, or Imprecise Preferences?", *Economics Letters*, 59(2), 189-194. [https://doi.org/10.1016/S0165-1765\(98\)00049-4](https://doi.org/10.1016/S0165-1765(98)00049-4)
- Mrkva, K., Johnson, E. J., Gächter, S., & Herrmann, A. (2020). "Moderating Loss Aversion: Loss Aversion Has Moderators, But Reports of its Death are Greatly Exaggerated". *Journal of Consumer Psychology*, 30(3), 407-428. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1156>
- Mugge, R., Schoormans, J. P. L., & Schifferstein, H. N. J. (2008). "17 - Product Attachment: Design Strategies To Stimulate The Emotional Bonding To

- Products". İçinde H. N. J. Schifferstein & P. Hekkert (Ed.), *Product Experience* (ss. 425-440). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-008045089-6.50020-4>
- Nancekivell, S. E., Friedman, O., & Gelman, S. A. (2019). "Ownership Matters: People Possess a Naïve Theory of Ownership". *Trends in Cognitive Sciences*, 23(2), 102-113. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2018.11.008>
- Nash, J. G., & Rosenthal, R. A. (2014). "An Investigation of the Endowment Effect in the Context of a College Housing Lottery". *Journal of Economic Psychology*, 42, 74-82. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.01.001>
- Nayakankuppam, D., & Mishra, H. (2005). "The Endowment Effect: Rose-Tinted and Dark-Tinted Glasses". *Journal of Consumer Research*, 32(3), 390-395. <https://doi.org/10.1086/497550>
- Nisa, C. F., Bélanger, J. J., Schumpe, B. M., & Faller, D. G. (2019). "Meta-analysis of Randomised Controlled Trials Testing Behavioural Interventions to Promote Household Action on Climate Change". *Nature Communications*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.1038/s41467-019-12457-2>
- Norton, M. I., Mochon, D., & Ariely, D. (2012). "The IKEA effect: When Labor Leads to Love". *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 453-460. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.002>
- Novemsky, N., & Kahneman, D. (2005). "The Boundaries of Loss Aversion". *Journal of Marketing Research*, 42(2), 119-128. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.119.62292>
- Nozick, R. (1994). "The Nature of Rationality". İçinde *The Nature of Rationality*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400820832>
- OECD. (2021). <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights.htm>
- Ortona, G., & Scacciati, F. (1992). "New Experiments on the Endowment Effect". *Journal of Economic Psychology*, 13(2), 277-296. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(92\)90034-5](https://doi.org/10.1016/0167-4870(92)90034-5)

- Öney, Ç. (2021). *İktisat Eğitimi ve Yetişkinlerde Mülkiyet Etkisi İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Pachur, T., & Scheibehenne, B. (2017). "Unpacking Buyer-Seller Differences in Valuation from Experience: A Cognitive Modeling Approach". *Psychonomic Bulletin & Review*, 24(6), 1742-1773. <https://doi.org/10.3758/s13423-017-1237-4>
- Pech, W. J. (2008). *Essays on Behavioral Economics* (PQDT:62251679).
- Peck, J., & Luangrath, A. W. (2023). "A Review and Future Avenues for Psychological Ownership in Consumer Research". *Consumer Psychology Review*, 6(1), 52-74. <https://doi.org/10.1002/arcp.1084>
- Peck, J., & Shu, S. B. (2009). "The Effect of Mere Touch on Perceived Ownership". *Journal of Consumer Research*, 36(3), 434-447. <https://doi.org/10.1086/598614>
- Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2001). "Toward a Theory of Psychological Ownership in Organizations". *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378028>
- Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2003). "The State of Psychological Ownership: Integrating and Extending a Century of Research". *Review of General Psychology*, 7(1), 84-107. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84>
- Plott, C. R., & Zeiler, K. (2005). "The Willingness to Pay-Willingness to Accept Gap, the "Endowment Effect," Subject Misconceptions, and Experimental Procedures for Eliciting Valuations". *American Economic Review*, 95(3), 530-545. <https://doi.org/10.1257/0002828054201387>
- Plott, C. R., & Zeiler, K. (2007). "Exchange Asymmetries Incorrectly Interpreted as Evidence of Endowment Effect Theory and Prospect Theory?". *American Economic Review*, 97(4), 1449-1466. <https://doi.org/10.1257/aer.97.4.1449>
- Preston, S. D., & MacMillan-Ladd, A. D. (2021). "Object Attachment and Decision-Making". *Current Opinion in Psychology*, 39, 31-37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.019>

- Pushkarskaya, H., Lenkic, P., Stewart, B., Tolin, D., & Woody, S. R. (2020). "Hoarding Symptoms Correlate With the Endowment Effect". *Journal of Behavioral and Cognitive Therapy*, 30(3), 201-210. <https://doi.org/10.1016/j.jbct.2020.06.002>
- Pyo, T.-H., Kwon, J., Gruca, T., & Nayakankuppam, D. (2021). "Contagious Endowment Effects Across Transactions". *European Journal of Marketing*, 55(8), 2122-2145. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2019-0855>
- Rabin, M. (2012). "Risk Aversion and Expected-utility Theory: A Calibration Theorem". *İçinde Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making: C. Volume 4* (ss. 241-252). WORLD SCIENTIFIC. https://doi.org/10.1142/9789814417358_0013
- Rachlinski, J. J., & Jourden, F. (1998). "Remedies and the Psychology of Ownership Symposium: The Legal Implications of Psychology: Human Behavior, Behavioral Economics, and the Law". *Vanderbilt Law Review*, 51(6), 1541-1582. <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/vanlr51&i=1561>
- Randall, A., & Stoll, J. R. (1980). "Consumer's Surplus in Commodity Space". *The American Economic Review*, 70(3), 449-455. <https://www.jstor.org/stable/1805233>
- Reb, J., & Connolly, T. (2007). "Possession, Feelings of Ownership and the Endowment Effect". *Judgment and Decision Making*, 2(2), 107-114. <https://doi.org/10.1017/S1930297500000085>
- Renaud, K., Otondo, R., & Warkentin, M. (2019). "This is the Way 'I' Create my Passwords" ... Does the Endowment Effect Deter People from Changing the Way They Create Their Passwords? *Computers & Security*, 82, 241-260. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2018.12.018>
- Rozin, P., & Fallon, A. E. (1987). "A Perspective on Disgust". *Psychological Review*, 94, 23-41. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.1.23>
- Rozin, P., & Royzman, E. B. (2001). "Negativity Bias, Negativity Dominance, and Contagion". *Personality and Social Psychology Review*, 5(4), 296-320.
- Ruben, E. B. (2011). *İktisadın Unuttuğu İnsan*. İstanbul: Bağlam.

- Ruben, E., & Dumludağ, D. (2015). "İktisat ve Psikoloji". İçinde *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Rudmin, F. W., & Berry, J. W. (1987). "Semantics of Ownership: A Free-Recall Study of Property". *The Psychological Record*, 37(2), 257-268. <https://doi.org/10.1007/BF03394988>
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). "Status Quo Bias in Decision Making". *Journal of Risk and Uncertainty*, 1(1), 7-59. <https://doi.org/10.1007/BF00055564>
- Santos, L. R., & Lakshminarayanan, V. (2008). "Innate Constraints on Judgment and Decision-Making? Insights From Children and Nonhuman Primates". İçinde *The innate mind Volume 3: Foundations and the future* (ss. 293-310). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195332834.003.0015>
- Saqib, N. U., Frohlich, N., & Bruning, E. (2010). "The Influence of Involvement on the Endowment Effect: The Moveable Value Function". *Journal of Consumer Psychology*, 20(3), 355-368. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.06.019>
- Sayman, S., & Öncüler, A. (2005). "Effects of Study Design Characteristics on the WTA–WTP Disparity: A Meta Analytical Framework". *Journal of Economic Psychology*, 26(2), 289-312. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2004.07.002>
- Seçilmiş, E. (2016). "Coase Teoremine Alternatif Bakış". *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 612, 9-20.
- Sen, A. K. (1977). "Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory". *Philosophy & Public Affairs*, 6(4), 317-344.
- Sent, E.-M. (2004). "Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back into Economics". *History of Political Economy*, 36(4), 735-760. <https://muse.jhu.edu/pub/4/article/178098>
- Shogren, J. F., Cho, S., Koo, C., List, J., Park, C., Polo, P., & Wilhelmi, R. (2001). "Auction mechanisms and the measurement of WTP and WTA". *Resource and Energy Economics*, 23(2), 97-109. [https://doi.org/10.1016/S0928-7655\(00\)00038-5](https://doi.org/10.1016/S0928-7655(00)00038-5)

- Shogren, J. F., Shin, S. Y., Hayes, D. J., & Kliebenstein, J. B. (1994). "Resolving Differences in Willingness to Pay and Willingness to Accept". *The American Economic Review*, 84(1), 255-270. <https://www.jstor.org/stable/2117981>
- Shtudiner, Z., Klein, G., Zwillling, M., & Kantor, J. (2019). "The Value of Souvenirs: Endowment effect and Religion". *Annals of Tourism Research*, 74, 17-32. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.10.003>
- Shu, S. B., & Peck, J. (2011). "Psychological Ownership And Affective Reaction: Emotional Attachment Process Variables and the Endowment Effect". *Journal of Consumer Psychology*, 21(4), 439-452. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.01.002>
- Siegel, R., Gordon, K., & Dynan, L. (2021). "Behavioral Economics: A Primer and Applications to the UN Sustainable Development Goal of Good Health and Well-Being". *Reports*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/reports4020016>
- Silva, S. D., Moreira, B., & Jr, N. D. C. (2014). "Preschoolers and the Endowment Effect". *PLOS ONE*, 9(10), e109520. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0109520>
- Simon, H. A. (1955). "A Behavioral Model of Rational Choice". *The Quarterly Journal of Economics*, 99-118.
- Simon, H. A. (1986). "Rationality in Psychology and Economics". *The Journal of Business*, 59(4), S209-S224. <https://www.jstor.org/stable/2352757>
- Simon, H. A. (1990). "Invariants of Human Behavior". *Annual Review of Psychology*, 41(1), 1-20.
- Sirgy, M. J. (1982). "Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review". *Journal of Consumer Research*, 9(3), 287-300. <https://doi.org/10.1086/208924>
- Smith, A. (2010). *The Theory of Moral Sentiments*. London: Penguin.
- Smith, E. E., Kosslyn, S. M., & Şahin, M. (2014). *Bilişsel Psikoloji: Zihin ve Beyin*. [Yüksek Lisans]. Nobel Akademik.
- Soofi, M., Najafi, F., & Karami-Matin, B. (2020). U"sing Insights from Behavioral Economics to Mitigate the Spread of COVID-19". *Applied Health Economics and Health Policy*, 18(3), 345-350. <https://doi.org/10.1007/s40258-020-00595-4>

- Sop, S. A. (2017). *Marka Kişiliği, Benlik Uyum ve Fonksiyonel Uyumun Marka Sadakatine Etkileri: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*. (Ph.D.), Eskişehir: Anadolu University Sosyal Bilimler Enstitüsü
<https://www.proquest.com/docview/2606879465/abstract/6E30F2FCD444136P>
 Q/1
- Sousa, Y. F. D., & Munro, A. (2012). "Truck, Barter and Exchange Versus the Endowment Effect: Virtual Field Experiments in an Online Game Environment". *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 482-493.
<https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.011>
- Soyer, E. (2015). "Davranışsal İktisat ve Politika Geliştirme". İçinde *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Sönmez, G. Y. (2022). *Anthropomorphism and endowment effect: Comparison of hedonic and utilitarian products*. (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Strack, F., & Mussweiler, T. (1997). "Explaining the Enigmatic Anchoring Effect: Mechanisms of Selective Accessibility". *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(3), 437.
- Strahilevitz, M. A., & Loewenstein, G. (1998). "The Effect of Ownership History on the Valuation of Objects". *Journal of Consumer Research*, 25(3), 276-289.
<https://doi.org/10.1086/209539>
- Strahilevitz, M., & Myers, J. G. (1998). "Donations to Charity as Purchase Incentives: How Well They Work May Depend on What You Are Trying to Sell". *Journal of Consumer Research*, 24(4), 434-446. <https://doi.org/10.1086/209519>
- Taylor, J. B. (2001). "An Interview With Milton Friedman". *Macroeconomic Dynamics*, 5(1), 101-131. <https://doi.org/10.1017/S1365100501018053>
- Tekin, G. B. (2022). *Davranışsal İktisat Eğitiminin İktisadi Rasyonalite Üzerine Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Thaler, R. (1980). "Toward a Positive Theory of Consumer Choice". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1(1), 39-60. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7)

- Thaler, R. H. (1999). "Mental Accounting Matters". *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F)
- Thaler, R. H. (2016). "Behavioral Economics: Past, Present, and Future". *American Economic Review*, 106(7), 1577-1600. <https://doi.org/10.1257/aer.106.7.1577>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2003). "Libertarian Paternalism". *American Economic Review*, 93(2), 175-179. <https://doi.org/10.1257/000282803321947001>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. London: Penguin.
- Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2017). *Dürtme* (İ. Şener, Ed.; E. Günsel, Çev.; 5.Baskı).İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Thomas, V. L., Yeh, M., & Jewell, R. D. (2015). "Enhancing Valuation: The Impact of Self-congruence With a Brand on the Endowment Effect". *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 58, 178-185. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2015.05.009>
- Tom, G., Lopez, S., & Demir, K. (2006). "A Comparison of the Effect of Retail Purchase and Direct Marketing on the Endowment Effect". *Psychology & Marketing*, 23(1), 1-10. <https://doi.org/10.1002/mar.20107>
- Tong, L. C. P., Ye, K. J., Asai, K., Ertac, S., List, J. A., Nusbaum, H. C., & Hortaçsu, A. (2016). "Trading Experience Modulates Anterior Insula to Reduce the Endowment Effect". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(33), 9238-9243. <https://doi.org/10.1073/pnas.1519853113>
- Toplak, M. E., Sorge, G. B., Benoit, A., West, R. F., & Stanovich, K. E. (2010). "Decision-Making and Cognitive Abilities: A Review of Associations Between Iowa Gambling Task Performance, Executive Functions, and Intelligence". *Clinical psychology review*, 30(5), 562-581.
- Trepel, C., Fox, C. R., & Poldrack, R. A. (2005). "Prospect Theory on the Brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision Under Risk". *Cognitive Brain Research*, 23(1), 34-50.

- Tunçel, T., & Hammitt, J. K. (2014). "A New Meta-Analysis on the WTP/WTB Disparity". *Journal of Environmental Economics and Management*, 68(1), 175-187. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2014.06.001>
- Tütüncü, S. İ. (2012). *Çevre Vergileri ve Uluslararası Standartlara Uyum Açısından Türkiye Değerlendirmesi*. (Doktora Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in Judgments Reveal Some Heuristics of Thinking Under Uncertainty". *Science*, 185(4157), 1124-1131.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice". *Science*, 211(4481), 453-458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1989). "Rational Choice and the Framing of Decisions". İçinde B. Karpak & S. Zionts (Ed.), *Multiple Criteria Decision Making and Risk Analysis Using Microcomputers* (ss. 81-126). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-74919-3_4
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). "Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model". *The Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039-1061. <https://doi.org/10.2307/2937956>
- Ubay, B., & Bilgici, Y. (2021). "Karbon Fiyatlandırmasında Emisyon Ticaret Sistemi ve Önemi". *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), Article 1. <https://dergipark.org.tr/en/pub/klujeas/issue/61104/853559>
- Ulaş, S. E., & Güçlü, A. B. (2002). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Bilim ve Sanat.
- Van Boven, L., Loewenstein, G., & Dunning, D. (2003). "Mispredicting the Endowment Effect: Underestimation of Owners' Selling Prices by Buyer's Agents". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 51(3), 351-365. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(02\)00150-6](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(02)00150-6)
- van de Ven, N., Zeelenberg, M., & van Dijk, E. (2005). "Buying and Selling Exchange Goods: Outcome Information, Curiosity and the Endowment Effect". *Journal of Economic Psychology*, 26(3), 459-468. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2004.12.008>

- van Dijk, E., & van Knippenberg, D. (1998). "Trading Wine: On the Endowment Effect, Loss Aversion, and the Comparability of Consumer Goods". *Journal of Economic Psychology*, 19(4), 485-495. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(98\)00020-8](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00020-8)
- Vlaev, I., Chater, N., Stewart, N., & Brown, G. D. A. (2011). "Does the Brain Calculate Value?", *Trends in Cognitive Sciences*, 15(11), 546-554. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2011.09.008>
- Vlaev, I., King, D., Darzi, A., & Dolan, P. (2019). "Changing Health Behaviors Using Financial Incentives: A Review from Behavioral Economics". *BMC Public Health*, 19(1), 1059. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7407-8>
- Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1953). *Theory of Games and Economic Behavior: 3d Ed.* UK: Princeton University Press.
- Votinov, M., Knyazeva, I., Habel, U., Konrad, K., & Puiu, A. A. (2022). "A Bayesian Modeling Approach to Examine the Role of Testosterone Administration on the Endowment Effect and Risk-Taking". *Frontiers in Neuroscience*, 16. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnins.2022.858168>
- Walasek, L., Yu, E. C., & Lagnado, D. A. (2018). "Endowment Effect Despite the Odds". *Thinking & Reasoning*, 24(1), 79-96. <https://doi.org/10.1080/13546783.2017.1381163>
- Wang, J., Gu, F., Liu, Y., Fan, Y., & Guo, J. (2020). "An Endowment Effect Study in the European Union Emission Trading Market based on Trading Price and Price Fluctuation". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(9), Article 9. <https://doi.org/10.3390/ijerph17093343>
- Watson, J. B., & Rayner, R. (1920). "Conditioned Emotional Reactions". *Journal of experimental psychology*, 3(1), 1.
- Weaver, R., & Frederick, S. (2012). "A Reference Price Theory of the Endowment Effect". *Journal of Marketing Research*, 49(5), 696-707. <https://doi.org/10.1509/jmr.09.0103>
- Weirich, Paul. (2004). Economic Rationality. În: A. R. Mele & P. Rawling (Ed.), *The Oxford Handbook of Rationality* (s. 0). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195145397.003.0020>

- Weiss, L., & Johar, G. V. (2013). "Egocentric Categorization and Product Judgment: Seeing Your Traits in What You Own (and Their Opposite in What You Don't)". *Journal of Consumer Research*, 40(1), 185-201. <https://doi.org/10.1086/669330>
- Wieland, A., Sundali, J., Kimmelmeier, M., & Sarin, R. (2014). "Gender Differences in the Endowment Effect: Women Pay Less, But Won't Accept Less". *Judgment and Decision Making*, 9(6), 558-571. <https://doi.org/10.1017/S1930297500006422>
- Wilson, C., & Dowlatabadi, H. (2007). "Models of Decision Making and Residential Energy Use". *Annual Review of Environment and Resources*, 32(1), 169-203. <https://doi.org/10.1146/annurev.energy.32.053006.141137>
- Wilson, M., & Daly, M. (1985). "Competitiveness, Risk Taking, and Violence: The Young male syndrome". *Ethology and Sociobiology*, 6(1), 59-73. [https://doi.org/10.1016/0162-3095\(85\)90041-X](https://doi.org/10.1016/0162-3095(85)90041-X)
- Winnicott, D. W. (2003). "Transitional Objects and Transitional Phenomena 1—A Study of the First Not-me Possession", 2. İçinde *Influential Papers from the 1950s*. Routledge.
- Winterich, K. P., & Barone, M. J. (2011). "Warm Glow or Cold, Hard Cash? Social Identity Effects on Consumer Choice for Donation Versus Discount Promotions". *Journal of Marketing Research*, 48(5), 855-868.
- Xie, G., Lü, K., Gupta, S., Jiang, Y., & Shi, L. (2021). "How Dispersive Opinions Affect Consumer Decisions: Endowment Effect Guides Attributional Inferences". *Journal of Retailing*, 97(4), 621-638. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.03.006>
- Yamamoto, S., & Navarro-Martinez, D. (2022). "The Endowment Effect in the Future: How Time Shapes Buying and Selling Prices". *Judgment and Decision Making*, 17(5), 988-1014. <https://doi.org/10.1017/S1930297500009293>
- Yaniv, I. (2011). "Group Diversity and Decision Quality: Amplification and Attenuation of the Framing Effect". *International Journal of Forecasting*, 27(1), 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2010.05.009>
- Zandstra, E. H., Miyapuram, K. P., & Tobler, P. N. (2013). "Chapter 12—Understanding Consumer Decisions Using Behavioral Economics". İçinde V. S. C. Pammi & N.

Srinivasan (Ed.), *Progress in Brain Research* (C. 202, ss. 197-211). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-444-62604-2.00012-5>

Zhang, H., Li, J., Shen, J., & Song, J. (2022). "Measurement of Supply-and Demand-Side Endowment Effects and Analysis of Their Influencing Factors in Agricultural Land Transfer". *Land*, 11(11), Article 11. <https://doi.org/10.3390/land11112053>

Zhang, Y., & Fishbach, A. (2005). "The Role of Anticipated Emotions in the Endowment Effect". *Journal of Consumer Psychology*, 15(4), 316-324.
https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1504_6

Zhao, J., & Kling, C. L. (2004). "Willingness to Pay, Compensating Variation, and the Cost of Commitment". *Economic Inquiry*, 42(3), 503-517.
<https://doi.org/10.1093/ei/cbh077>

Zouboulakis, M. (2014). *The Varieties of Economic Rationality: From Adam Smith to Contemporary Behavioural and Evolutionary Economics*. UK: Routledge.

EKLER

EK 1. Etik Kurul Onay Belgesi

 T.C. ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı Sayı : E-88656144-000-2300246904 <u>ETİK KURUL ONAY BELGESİ</u>		Oturum Sayısı : 15 Karar No : 205	Toplantı Tarihi: 11.08.2023
		Aşağıda bilgileri verilen proje ile ilgili çalışmanın, etik ilkeler açısından değerlendirilmesi isteği ile ilgili husus görüşüldü. Yapılan görüşmelerden sonra; söz konusu projeye alakalı yapılacak çalışma için, araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak konuyla ilgili çalışmanın gerçekleştirilmesinde <i>bilim etiği yönünden sakınca bulunmadığına</i>, Etik Kurulu oy birliği ile karar vermiştir.	
KARAR BİLGİLERİ	Proje- Tez Danışmanı : Prof.Dr. Yusuf AKAN		
	Proje- Tez Yürütücüsü : Doktora Öğrencisi Muhammed İkbâl TEPELER Proje -Tez Konusu: "DAVRANIŞSAL İKTİSAT ÇERÇEVESİNDE SAHİPLİK ETKİSİNİN DENEYSEL OLARAK İNCELENMESİ"		
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU			
Unvanı/Adı Soyadı		Görevi	İmza
Prof.Dr. Vedat KAYA		Etik Kurul Başkanı.	(İzlenli)
Prof.Dr. Dilaver DÜZGÜN		Etik Kurul Başkan V.	(İzlenli)
Prof.Dr. Gökalep Nuri SELÇUK		Etik Kurul Üyesi	(e-imza)
Prof.Dr. Ufuk ŞİMŞEK		Etik Kurul Üyesi	(İzlenli)
Prof.Dr. Musa BİLGİZ		Etik Kurul Üyesi	(e-imza)
Prof.Dr. Adem YILMAZ		Etik Kurul Üyesi	(e-imza)
Prof.Dr. Muhammet Dursun KAYA		Etik Kurul Üyesi	(e-imza)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Doğrulama Kodu: 8700406-e592-4661-a958-a8331ab9004 Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/ataturk-universitesi-ebys>



EK 2. Deney Formları

Sayın Katılımcı,

Deneyimiz “**Davranışsal İktisat Çerçevesinde Sahiplik Etkisinin Deneysel Olarak İncelenmesi**” başlıklı doktora tezi kapsamında yürütülmektedir. Deney sonucu elde edilen bulgular sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır. Sizden istenen kişisel bilgiler üçüncü taraf kişilerle **kesinlikle paylaşılmayacaktır**. Deneyimize zaman ayırdığınız ve katkı sağladığınız için çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Yusuf AKAN

Arş. Gör. Muhammed İkbāl TEPELER

- Öncelikle, üniversitemizin logosuna ile tasarlanan“ 500 ml Detoks Filtreli Su Şişesi” nin sahibi siz oldunuz. Ürününüzü güzel günlerde kullanmanızı dileriz.

Deney Adımları:

Adım 1: Sahip olduğunuz bu şişeyi satmak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı satış fiyatınız olarak seçerdiniz?

20₺	30₺	40₺	50₺	60₺	70₺	80₺	90₺	100₺	Belirtmek istediğiniz daha yüksek bir fiyat varsa aşağıya yazınız

Adım 2: Risk sever misiniz?

Evet () Hayır ()

Adım 3: Kişisel eşyalarınıza verdiğiniz önemi 1 ile 5 aralığında doldurunuz.

1. Hiç önemli değildir	2. Önemli değildir	3. Kararsızım	4.Önemlidir	5. Çok Önemlidir

Adım 4: Demografik Bilgiler

a). Cinsiyetiniz? () Kadın () Erkek b) Yaşınız? ()

c) Bölümünüz:

d) Gelir Durumunuz: 1000 TL ve altı () 1001 TL- 3000 TL arası ()

3001 TL - 5000 TL arası () 5001 TL- 7000 TL arası ()

7001 TL- 9000 TL arası () 9000 TL- 11000 TL arası ()

11001 TL-13000 TL arası () 13001 TL ve fazlası ()

Sayın Katılımcı,

Deneyimiz “**Davranışsal İktisat Çerçevesinde Sahiplik Etkisinin Deneysel Olarak İncelenmesi**” başlıklı doktora tezi kapsamında yürütülmektedir. Deney sonucu elde edilen bulgular sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır. Sizden istenen kişisel bilgiler (iletişim bilgileri) üçüncü taraf kişilerle **kesinlikle paylaşılmayacaktır**. Deneyimize zaman ayırdığınız ve katkı sağladığınız için çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Yusuf AKAN

Arş. Gör. Muhammed İkbāl TEPELER

- Öncelikle, üniversitemizin logosuna ile tasarlanan“ 500 ml Detoks Filtreli Su Şişesi” nin sahibi siz oldunuz. Ürününüzü güzel günlerde kullanmanızı dileriz.
- Adınız ve Soyadınız:
Telefon Numaranız (Daha sonra sizle iletişime geçilecektir):

Deney Adımları:

Adım 1: Sahip olduğunuz bu şişeyi satmak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı satış fiyatınız olarak seçerdiniz?

20₺	30₺	40₺	50₺	60₺	70₺	80₺	90₺	100₺	Belirtmek istediğiniz daha yüksek bir fiyat varsa aşağıya yazınız

Adım 2: Risk sever misiniz?

Evet () Hayır ()

Adım 3: Kişisel eşyalarınıza verdiğiniz önemi 1 ile 5 aralığında doldurunuz.

4. Hiç önemli değildir	5. Önemli değildir	6. Kararsızım	4.Önemlidir	5. Çok Önemlidir

Adım 4: Demografik Bilgiler

a). Cinsiyetiniz? () Kadın () Erkek b) Yaşınız? ()

c) Bölümünüz:

d) Gelir Durumunuz: 1000 TL ve altı () 1001 TL- 3000 TL arası ()

3001 TL - 5000 TL arası () 5001 TL- 7000 TL arası ()

7001 TL- 9000 TL arası () 9000 TL- 11000 TL arası ()

11001 TL-13000 TL arası () 13001 TL ve fazlası ()

Sayın Katılımcı,

Deneyimiz “**Davranışsal İktisat Çerçevesinde Sahiplik Etkisinin Deneysel Olarak İncelenmesi**” başlıklı doktora tezi kapsamında yürütülmektedir. Deney sonucu elde edilen bulgular sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır. Sizden istenen kişisel bilgiler (iletişim bilgileri) üçüncü taraf kişilerle **kesinlikle paylaşılmayacaktır**. Deneyimize zaman ayırdığınız ve katkı sağladığınız için çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Yusuf AKAN

Arş. Gör. Muhammed İkbāl TEPELER

- Öncelikle, üniversitemizin logosuna ile tasarlanan“ 500 ml Detoks Filtreli Su Şişesi” nin sahibi siz oldunuz. Ürününüzü güzel günlerde kullanmanızı dileriz.
- Adınız ve Soyadınız:
Telefon Numaranız (Daha sonra sizle iletişime geçilecektir):

Deney Adımları:

Adım 1: Risk sever misiniz?

Evet () Hayır ()

Adım 2: Kişisel eşyalarınıza verdiğiniz önemi 1 ile 5 aralığında doldurunuz.

7. Hiç önemli değildir	8. Önemli değildir	9. Kararsızım	4.Önemlidir	5. Çok Önemlidir

Adım 3: Demografik Bilgiler

a)Cinsiyetiniz? () Kadın () Erkek b) Yaşınız? ()

c) Bölümünüz:

d) Gelir Durumunuz: 1000 TL ve altı () 1001 TL- 3000 TL arası ()

3001 TL - 5000 TL arası () 5001 TL- 7000 TL arası ()

7001 TL- 9000 TL arası () 9000 TL- 11000 TL arası ()

11001 TL-13000 TL arası () 13001 TL ve fazlası ()

Sayın Katılımcı,

Deneyimiz “**Davranışsal İktisat Çerçevesinde Sahiplik Etkisinin Deneysel Olarak İncelenmesi**” başlıklı doktora tezi kapsamında yürütülmektedir. Deney sonucu elde edilen bulgular sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır. Sizden istenen kişisel bilgiler üçüncü taraf kişilerle **kesinlikle paylaşılmayacaktır**. Deneyimize zaman ayırdığınız ve katkı sağladığınız için çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Yusuf AKAN

Arş. Gör. Muhammed İkbāl TEPELER

- Size göstermiş olduğumuz üniversitemiz logosu ile tasarlanan “500 ml Detoks Filtreli Su Şişesi” , deneyimiz kapsamında üniversite öğrencilerine dağıtılmıştır. Deney kapsamında maalesef ürünün sahibi siz olamadınız.

Deney Adımları:

Adım 1: Size göstermiş olduğumuz bu şişeyi almak isteseydiniz aşağıdaki fiyat tablosuna göre hangi fiyatı alış fiyatınız olarak seçerdiniz?

20₺	30₺	40₺	50₺	60₺	70₺	80₺	90₺	100₺	Belirtmek istediğiniz daha yüksek bir fiyat varsa aşağıya yazınız

Neden bu fiyatı seçtiniz?

Adım 2: Risk sever misiniz?

Evet () Hayır ()

Adım 3: Kişisel eşyalarınıza verdiğiniz önemi 1 ile 5 aralığında değerlendiriniz.

10. Hiç önemli değildir	11. Önemli değildir	12. Kararsızım	4.Önemlidir	5. Çok Önemlidir

Adım 4: Demografik Bilgiler

a) Cinsiyetiniz? () Kadın () Erkek b) Yaşınız? ()

c) Bölümünüz:

d) Kişisel Gelir Durumunuz:

1000 TL ve altı () 1001 TL- 3000 TL arası ()

3001 TL - 5000 TL arası () 5001 TL- 7000 TL arası ()

7001 TL- 9000 TL arası () 9000 TL- 11000 TL arası ()

11001 TL-13000 TL arası () 13001 TL ve fazlası ()

EK 3. Deneyde Kullanılan Atatürk Üniversitesi Logolu Detoks Filtreli Su Şişesi

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Muhammed İkbāl TEPELER
Doğum Yeri ve Tarihi	
Lisans Öğrenimi	
Yüksek Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Dil	
Bilimsel Faaliyetler	
İş Deneyimleri	
İletişim	