

**T.C.  
FIRAT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**



**TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİNİN TÜKETİM HARCAMALARI  
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: DAVRANIŞSAL İKTİSAT  
BAĞLAMINDA BİR ZAMAN SERİSİ ANALİZİ**

**Mehmet Anıl KITKIT**

Yüksek Lisans Tezi  
İKTİSAT ANABİLİM DALI

ELAZIĞ- 2022

**T.C.  
FIRAT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**İKTİSAT ANA BİLİM DALI**

**Yüksek Lisans Tezi**

**TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİNİN TÜKETİM HARCAMALARI ÜZERİNDEKİ  
ETKİSİ: DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA BİR ZAMAN SERİSİ  
ANALİZİ**

Tez Yazarı  
**Mehmet Anıl KITKIT**

Danışman  
**Dr. Öğr. Üyesi Yunus GÜLCÜ**

HAZİRAN- 2022  
ELAZIĞ

## BEYAN

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım “TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİNİN TÜKETİM HARCAMALARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA BİR ZAMAN SERİSİ ANALİZİ DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA BİR ZAMAN SERİSİ ANALİZİ” başlıklı Yüksek Lisans Tezimin içindeki bütün bilgilerin doğru olduğunu, bilgilerin üretilmesi ve sunulmasında bilimsel etik kurallarına uygun davrandığımı, kullandığım bütün kaynakları atıf yaparak belirttiğimi, maddi ve manevi desteği olan tüm kurum/kuruluş ve kişileri belirttiğimi, burada sunduğum veri ve bilgileri unvan almak amacıyla daha önce hiçbir şekilde kullanmadığımı beyan ederim.

...../.....2022

**Mehmet Anıl KITKIT**

## ÖNSÖZ

Bu çalışmam boyunca sabrıyla ve yardımlarıyla kendime değer katmamı sağlayan, bana yol gösteren, bilgi birikimleriyle aydınlatan değerli danışmanım, Fırat Üniversitesi Maliye Bölüm Başkan Yardımcısı Sayın Dr. Yunus GÜLCÜ hocama ve Dış İlişkiler Birim Koordinatörü Sayın Doç. Dr. İzzet TAŞAR hocama, kıymetli aileme anlayış ve hoşgörülerinden dolayı teşekkürlerimi sunarım.

**ELAZIĞ-2022**

**Mehmet Anıl KITKIT**



## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

### TÜKETİCİ HARCAMALARI ÜZERİNDE ETKİLİ FAKTÖRLER: DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA BİR ZAMAN SERİSİ ANALİZİ

Mehmet Anıl KITKIT

Fırat Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İktisat Anabilim Dalı  
Elâzığ – 2022, Sayfa: VIII+52

Davranışsal iktisat yaklaşımı ile tüketici davranışları incelendiğinde karar alma süreçlerinde psikolojik önyargıların varlığı bu alanda yapılan araştırmalar sonucunda görülmektedir. Geleneksel iktisada dayalı yaklaşımlar ve modellerin savunduğu rasyonalitenin aksine, karar alıcılar bilişsel önyargıları ile hareket ederek irrasyonel davranış sergileyebilmektedirler. Bu yaklaşım ile Neo-klasik İktisadın varsayımları tamamıyla reddedilmemekle birlikte bilişsel önyargıların dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Bu bağlamda çalışmada ilk olarak davranışsal iktisat kavramı, davranışsal iktisadın tarihsel gelişim süreci ve davranışsal iktisat yaklaşımıyla bilişsel önyargılara yer verilmiştir. İkinci bölümde tüketim teorileri öncelikle ele alınarak daha sonra tüketici güveni ve tüketim harcamaları ilişkisine değinilmiştir. Son olarak araştırmanın metodoloji kısmında bir zaman serisi analizi yapılarak değişkenler arasındaki eş bütünleşme ilişkisi ortaya konulmuştur. Veri seti olarak 2004Q1-2021Q3 dönemini kapsayan üçer aylık Zincirlenmiş hacim yöntemiyle hesaplanan GSYH ve yerleşik hanehalklarının tüketimi, tüketici güven endeksi, tüketici fiyat endeksi verileri kullanılmıştır. Tüketim harcamalarının bağımlı değişken olduğu gelir, tüketici güven endeksi ve tüketici fiyat endeksi bağımsız değişkenler olarak modele eklenmiştir. Kısa ve uzun dönemli ilişki ARDL sınır testi yaklaşımı kullanılarak incelenmiştir.

Sonuç bölümünde davranışsal iktisat yaklaşımı perspektifinden tüketicinin güveninin tüketim harcamalarına olan etkisi analizden elde edilen bulgular ışığında değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmanın amacı doğrultusunda güven olgusuna yönelik tüketicilerin harcamalarındaki yerine vurgu yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Davranışsal İktisat, Bilişsel Önyargılar, Tüketici Güveni, Tüketim Harcamaları, ARDL Sınır Testi

## **ABSTRACT**

### **Master Thesis**

#### **Behavioral Behavior with the Behavioral Economic Approach Evaluation of Cognitive Prejudices in the Context**

**Mehmet Anıl KITKIT**

**Fırat University  
Social Sciences Institute  
Department of Economics  
Elazığ - 2022, Page: VIII+52**

When consumer behaviors are examined with the behavioral economics approach, the existence of psychological biases in decision-making processes is seen as a result of researches in this field. Contrary to the rationality advocated by traditional economics-based approaches and models, decision makers can exhibit irrational behavior by acting with their cognitive biases. With this approach, although the assumptions of Neo-classical Economics are not completely rejected, it emphasizes that cognitive biases should be taken into account.

In this context, firstly, the concept of behavioral economics, the historical development process of behavioral economics and cognitive biases with the behavioral economics approach are included in the study. In the second part, consumption theories are handled first and then the relationship between consumer confidence and consumption expenditures is mentioned. Finally, in the methodology part of the research, a time series analysis was made and the cointegration relationship between the variables was revealed. As the data set, the GDP calculated by the quarterly chained volume method covering the period 2004Q1-2021Q3, and the consumption of resident households, consumer confidence index, consumer price index data were used. Income, consumer confidence index and consumer price index, where consumption expenditures are dependent variables, are added to the model as independent variables. The short- and long-run relationship was examined using the ARDL bounds test approach.

In the conclusion part, the effect of consumer confidence on consumption expenditures from the perspective of behavioral economics approach is evaluated in the light of the findings obtained from the analysis. In addition, in line with the purpose of the study, the place of trust in consumers' expenditures has been emphasized.

**Keywords:** Behavioral Economics, Cognitive Biases, Consumer Confidence, Consumption Expenditures

## İÇİNDEKİLER

|                                                                                    |      |
|------------------------------------------------------------------------------------|------|
| BEYAN .....                                                                        | I    |
| ÖNSÖZ .....                                                                        | II   |
| ÖZET .....                                                                         | III  |
| ABSTRACT.....                                                                      | IV   |
| İÇİNDEKİLER .....                                                                  | V    |
| TABLolar LİSTESİ .....                                                             | VII  |
| ŞEKİLLER LİSTESİ .....                                                             | VIII |
| 1. GİRİŞ.....                                                                      | 1    |
| 2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI VE TARİHSEL SÜREÇ .....                             | 2    |
| 2.1 Davranışsal İktisadın Tanımı .....                                             | 2    |
| 2.2 Davranışsal İktisadın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....                           | 3    |
| 2.3 Davranışsal İktisat Yaklaşımları .....                                         | 6    |
| 2.3.1. Sınırlı Rasyonalite.....                                                    | 6    |
| 2.3.2. Çerçeveleme Etkisi .....                                                    | 8    |
| 2.3.3. Kayıptan Kaçınma Davranışı.....                                             | 8    |
| 2.3.4. Sahiplik Etkisi.....                                                        | 9    |
| 2.3.5. Çıpalama Etkisi.....                                                        | 9    |
| 2.3.6. Beklenti Teorisi.....                                                       | 10   |
| 2.3.7. Zihinsel Muhasebe.....                                                      | 11   |
| 2.4. Literatür .....                                                               | 12   |
| 3. TÜKETİM KAVRAMI VE TÜKETİM HARCAMALARI İLE TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ İLİŞKİSİ..... | 23   |
| 3.3. Tüketim Kavramı ve Tüketim Teorileri.....                                     | 23   |
| 3.3.4. Zamanlar Arası Tüketim Tercihi .....                                        | 24   |
| 3.3.5. Mutlak Gelir Hipotezi .....                                                 | 24   |
| 3.3.6. Nispi Gelir Hipotezi.....                                                   | 26   |
| 3.3.7. Sürekli Gelir Hipotezi .....                                                | 27   |
| 3.3.8. Hayat Devresi Hipotezi.....                                                 | 28   |
| 3.3.9. Rassal Yürüme Hipotezi .....                                                | 30   |
| 3.3.10. Anlık Hazzın Cazibesi Hipotezi.....                                        | 30   |
| 3.4. Tüketici Güven Endeksi.....                                                   | 31   |
| 3.5. Tüketici Güveni ile Tüketim Harcamaları İlişkisi .....                        | 33   |

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| <b>4. METODOLOJİ.....</b>            | <b>35</b> |
| 4.3. Veri Seti ve Özellikleri .....  | 35        |
| 4.4. Tanımlayıcı İstatistikler ..... | 38        |
| 4.5. Korelasyon İlişkisi .....       | 39        |
| 4.6. Durağanlık Analizi.....         | 40        |
| 4.7. Eşbütünleşme Analizi .....      | 42        |
| <b>5. SONUÇ .....</b>                | <b>47</b> |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>                 | <b>48</b> |
| ÖZ GEÇMİŞ .....                      | 53        |



## TABLÖLER LİSTESİ

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1.</b> Literatürde Yer Alan Hipotezler .....                       | 23 |
| <b>Tablo 2.</b> Ekonomik güven endeksi (2021-Aralık) .....                  | 32 |
| <b>Tablo 3.</b> Sektörel endeksler ve değişim oranları (2021-Aralık) .....  | 23 |
| <b>Tablo 4.</b> Değişkenler ve Kısaltmaları .....                           | 35 |
| <b>Tablo 5.</b> Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....        | 39 |
| <b>Tablo 6.</b> Korelasyon Matrisi .....                                    | 39 |
| <b>Tablo 7.</b> Philips-Perron Birim Kök Test Sonuçları .....               | 41 |
| <b>Tablo 8.</b> ADF Birim Kök Test Sonuçları .....                          | 41 |
| <b>Tablo 9.</b> ARDL Sınır Testi Sonuçları .....                            | 43 |
| <b>Tablo 10.</b> ARDL Model Tahmin Sonuçları .....                          | 44 |
| <b>Tablo 11.</b> Breusch-Godfrey LM1 Testi .....                            | 44 |
| <b>Tablo 12.</b> Breusch-Pagan-Godfrey-White Heteroskedasticity Testi ..... | 44 |
| <b>Tablo 13.</b> Uzun Dönem Elastikiyet Katsayıları .....                   | 44 |
| <b>Tablo 14.</b> Hata Düzeltme Model Sonuçları .....                        | 46 |
| <b>Tablo 15.</b> Ramsey Reset Test Sonuçları .....                          | 46 |

## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1.Eski ve Yeni Davranışsal İktisat Temsilcileri.....                  | 5  |
| Şekil 2. Karar Alma Süreçleri.....                                          | 7  |
| Şekil 3.Tüketim Fonksiyonu.....                                             | 26 |
| Şekil 4.Hayat Devresi Hipotezi.....                                         | 28 |
| Şekil 5. Servetin, Tasarrufun, Tüketime ve Gelirin Yaşa Göre Değişimi ..... | 29 |
| Şekil 6.Değişkenlere ait Grafikler.....                                     | 36 |
| Şekil 7. Cusum Test Sonuçları (%5 Significance).....                        | 45 |
| Şekil 8. Cusum of Squares Test Sonuçları (%5 Significance).....             | 45 |



## 1. GİRİŞ

Geleneksel iktisat teorisinde tanımlanan irrasyonel birey rasyonel kararlar almakta ve kendi hatalarını tekrar etmekten kaçınmaktadır. Fakat iktisat biliminin temel aktörü olan insan aklıyla olduğu kadar sezgileriyle de hareket eder. Belirsizlik, risk gibi değişken koşullar altında öngörülemeyen davranışlar sergiler. Dolayısıyla karar verirken rasyonaliteden sapmış olur. Davranışsal iktisat varsayımı ise ifade edilen rasyonalite kavramına bir eleştiri niteliğindedir. Bireyin psikolojik eğilimlerin etkisinde, hatalarını tekrar eden, rasyonel olmayan davranışlar sergilemekte olduğunu savunur.

Zihinsel süreç ve davranışları araştırıp inceleyen bilim dalı psikoloji, bireylerin tercihlerinin nedenlerine odaklanmıştır. İktisat bilimi ise bireylerin iktisadi tercihleri ve bu karar alma süreçlerine dair incelemeler yaparken psikoloji, sosyoloji gibi bilim dallarının da temel unsuru olan insana özgü karar alma süreçlerindeki psikolojik etkileri de çalışma alanına dahil ettiğinde ortaya davranışsal iktisat bilimi çıkmıştır. Literatürde bu alan bireylerin farklı yapılarla sahip ve farklı davranışsal sergilediğini göz önünde bulundurarak iktisadi çalışmalarda ve analizlerde kendisine yer bulmuştur (Toıgonbaeva ve Eser, 2011).

Son dönemde piyasalarda geleneksel iktisat teorileri ile açıklanamayan ekonomik anomaliler davranışsal iktisat yaklaşımı ile açıklanmaya çalışılmıştır. Deneysel iktisat alanında yapılan çalışmaların sayısının artmasıyla birlikte teorisyenler sosyoloji ve psikoloji bilimlerinden de faydalanmaya başlamışlardır. Bu sayede insan davranışları göz ardı edilmeyerek ekonomik olguları açıklamaya çalışmışlardır.

Bu bağlamda ilk bölümde davranışsal iktisat kavramının tanımı yapılarak davranışsal iktisadın tarihsel gelişim süreci ele alınacaktır. Daha sonra geleneksel iktisat teorisinde yer alan rasyonalite esaslı modeller ile davranışsal iktisat modelleri karşılaştırılacaktır. İkinci bölümde ise davranışsal iktisat yaklaşımları psikolojik eğilimlerin temelini oluşturduğu etkiler başlıklar halinde incelenecektir. Akabinde tüketim kavramı ve tüketim teorilerine değinilerek tüketim harcamaları ile ekonomide güven kavramı üzerinde durulacaktır. Bu çalışmanın amacı da tüketici eğilim anketinde yer alan sorulardan da anlaşılacağı üzere , psikolojik faktörleri barındırdığı açıkça görülen ve doğrudan ölçülemeyen tüketicinin güveninin tüketici güven endeksi yardımıyla Türkiye’de tüketim harcamaları üzerindeki etkisinin anlaşılmasıdır.

Çalışmanın metodoloji bölümünde tüketim harcamaları ile tüketici güveni arasındaki ilişkiyi incelemek için model tahmini yapılmıştır. Modelde tüketim harcamaları bağımlı değişken olup tüketim fonksiyonuna uygun şekilde gelir verisi ve tüketici güven endeksi bağımsız değişkenler olarak eklenmiştir. Kısa ve uzun dönemli ilişki ARDL sınır testi yaklaşımı kullanılarak araştırılmıştır. Çalışmada kullanılan veri seti 2004:Q1-2021:Q3 dönemini kapsamaktadır.

## 2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI VE TARİHSEL SÜREÇ

Bu bölümde davranışsal iktisadın ortaya çıkışı, gelişimi ve davranışsal iktisat modelleri ele alınmıştır. Davranışsal iktisadın tarihsel süreçte gelişiminin ele alınmasıyla birlikte bu alanda literatürde yer alan çalışmalara değinilmiştir.

### 2.1 Davranışsal İktisadın Tanımı

Modern toplumlarda rasyonellik kavramı Fransızca dilinde “rationalité”, İngilizce dilinde ise “rationality” olarak kullanılmaktadır. Akıl ile düşünme sanatı olan rasyonellik, Fransızca “ratio” kökeninden türetilmiştir. “Ratio” kökü oran, orantı anlamında gelmekte olup, iki nicel büyüklük arasındaki oranlamayı tanımlamada kullanılır. Rasyo oranları, günümüzde çoğunlukla işletmelerin bilanço ve gelir defterlerindeki sayısal ifadelerin değerlendirilmesi ve karşılaştırılması anlamında kullanılmaktadır (TDK Türkçe Sözlük, 2011).

Davranışsal iktisadı açıklarken araştırmacılar çoğunlukla iktisadın baskın olduğu ancak davranışsal olgularında yer aldığı birleşim şeklinde ifade eder. Bu alanda çalışan araştırmacılar, temel iktisat teorisinin açıklama gücünü arttırmak amacıyla, diğer sosyal bilimlerden sosyoloji, psikoloji gibi bilim dallarından da istifade etmişlerdir. Yöntemleri birleştirmek suretiyle, psikolojik unsurlar araştırmaya dahil edilerek gerek deney gerekse de anket ve uygulamalar ile analiz edilmesi ile bu alan iktisat biliminde yer bulmuştur.

Sosyal disiplinler içerisinde yer alan iktisat ve psikoloji bilimleri temelde insan odaklıdır. Bu sebeple son dönemde iktisat bilimi sosyoloji, psikoloji bilimleri ile birlikte ele alınmaktadır. İktisat bilimi insanların ekonomik tercihlerini incelerken psikoloji bilimi insan davranışları ve bu davranışların nedenlerini inceler. İktisat bilimi son dönemde sadece matematiksel varsayım ve analizlerle sınırlı kalmaktan çıkmış insanların karar alırken farklı davranış biçimleri sergiledikleri gerçeğiyle ilgilenmeye başlamıştır. Bu durumun sonucunda iktisat ve finans literatürüne psikolojik faktörlerin etkisi dâhil edildiğinde davranışsal iktisat ortaya çıkmıştır. Bireyin iktisadi kararlarının altındaki psikolojik eğilimler ve bu ilişki ile ilgilenen davranışsal iktisat bu yönüyle iktisadın psikoloji biliminden istifade ettiğini göstermektedir (Eser ve Toıgonbaeva, 2011).

Ana-akım iktisada dayalı yaklaşımlar iktisadi bireylerin (irrasyonel birey neo klasik iktisadın insan modeli) çıkarını maksimize etme yönünde hareket ettiklerini, rasyonel davranış sergilediklerini göstermektedir. Bireyin karar alma noktasında yapmış olduğu hataları tekrarlamayacağı varsayılmaktadır. Bu varsayımların aksine davranışsal finans yaklaşımı, karar alıcıların rasyonel olmayan davranışları göstermekte ve tekrar etmekte olduğu durumlarını psikoloji bilimi temelinde açıklamaktadır (Barak, 2008).

Bireylerin kararlarını piyasadaki fiyatları yansıtan ulaşılabilir tüm bilgiler dışında doğrudan veya dolaylı etkileyen unsurlar vardır. Bu unsurlar bireyin psikolojik değişimleri ile doğrudan ilişkilidir. Davranışsal finansın çalışma alanı da zihindeki bu değişimlerin karar mekanizmasını nasıl etkilediği ile ilgilidir. Bu yaklaşım çerçevesinde yatırımcıların karar alma süreçleri incelendiğinde bilişsel önyargılar ile bu kararlar arasında güçlü bir bağ olduğu bu alandaki çalışmalar ile ortaya koyulmuştur. Bireylerin belirsizlik ve riskin ortamı altında verdikleri kararların incelenmiştir.

İrrasyonel birey tam anlamıyla kendi çıkarını düşünerek hareket eden, bulunduğu ortamdan tamamen izole karar alan, kesin ve net bir şekilde rasyonel, irade gücüne, zamansal tutarlılığa ve

öngörüye sahip olan insanı tarif etmektedir. Ancak bu varsayımlar esnetildiğinde, yani insanın tam anlamıyla, mükemmel bir biçimde değil de daha az olasılıkla bahsi geçen bu niteliklere sahip olduğu varsayımı altında, iktisadi analizin yapısı çeşitlenerek değişmektedir. Örneğin, neoklasik iktisat, insanların geleceklerini ve emeklilik dönemlerini dikkate alarak yeterince tasarruf edeceklerini öngörmektedir. Diğer yandan irade gücünün rasyonel bireyde varsayılan kadar iradesinin güçlü olmayabileceği olasılığını dikkate alan psikolojik temelli modeller, insanların düşük tasarruf etme ve aşırı borçlanma olasılığının araştırılmasına da imkân vermektedir (Rabin 2002).

## 2.2 Davranışsal İktisadın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İktisat ve psikoloji bilimlerinin ilgi alanlarının temelinde her zaman insan vardır. İktisat bilimi açısından tüketicilerin tercihleri, davranışları, talep, arz gibi birçok hususta temelde insan odaklıdır. Aynı zamanda psikoloji bilimi de insan davranışları ve bu davranışların nedenleriyle ilgilenmesi hasebiyle yine çalışmalarının merkezinde insan olgusu baskındır. Örneğin tüketicilerin satın alma tercihlerini inceleyen bir iktisadi çalışmada salt rasyonel birey bakış açısıyla yaklaşmak yetersiz olmuştur. Çünkü insan doğası gereği örnekteki satın alma kararını verirken ya da örnekteki tüketim ile benzer şekilde yatırım kararı verirken de bu tercihlerinde içerisinde bulunduğu psikolojik ruh halinin de etkisinde kalacaktır. Hal böyleyken iktisat biliminin insanın rasyonel davrandığını varsayarak yaptığı çalışmalarda bir müddet sonra görülmüştür ki arka planında bir davranışın dolayısıyla psikolojik faktörlerin yattığı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla iktisat biliminin psikoloji hatta sosyoloji bilimlerinin insanın karar alma süreçlerindeki araştırmalar sonucu bulgulardan etkilenmesinin bir sonucu olarak “davranışsal iktisat” doğmuştur.

Klasik iktisadın iktisadi analizlerde psikolojiye önem vermesi ile birlikte 19.yüzyılın ikinci yarısında psikoloji ve iktisat alanında çalışmalar yapan birçok iktisatçı da analizlerinde psikolojiye de yer vermiştir. Özellikle psikolojinin Viktoryan iktisatçılara etkisi sonucunda iktisat ve psikolojinin birlikte düşünölmeye başlanmış olup Margeret Schabas (2005) Viktoryan iktisatçıları tanımlarken insan psikolojisi ile ilgilenmenin yeterli olacağını savunmuştur. Viktoryan iktisatçıların bu çalışmalarına öncölük eden İngiliz ünlü psikolog Alexander Bain (1818-1903) olmuştur (Eser, Toigonbaeva,2011).

Davranışsal iktisat, geleneksel iktisat okulunun göz ardı ettiğı bireyin aslında “sınırlı bilişsel yeteneklerini” ekonominin sınırları içerisinde dahil etmiştir. Yani salt fayda maksimizasyonu temeli üzerine kurulu, çıkarları ön planda, duygusuz birey kavramından farklı olarak gerçek dünya ile daha uyumlu bir yaklaşım geliştirmiştir. Böylece psikoloji unsuru iktisat yazınına eklenerek geleneksel iktisatta göz ardı edilmiş insana özgü kısıt ve karmaşık yapıda piyasa aktörlerinin nasıl ve ne yönde hareket ettiklerini ortaya konulmuştur (Sendhill ve Thaler, 2004).

Davranışsal iktisat ilk olarak bu alanda Adam Smith in “Ahlaki Duygular Kuramı” kitabı ile öne çıkmıştır. Bu çalışmada Adam Smith bireylerin iktisadi davranışlarını değerlendirirken psikolojik temellere dayandırmıştır. Klasik İktisat görüşünün prensiplerini benimseyen ve öncülerinden sayılan Smith, Mill ve Bentham gibi önemli iktisatçılar da çalışmalarında psikolojik faktörlere yer vermişlerdir. Sonraları J.Mard Keynes ‘in piyasa aksaklarına yönelik yatırımcılara tavsiyelerde bulunduğu kitabı “The General Theory of Employment, Interest and Money ”’yine bu alandaki çalışmaların öncüsü niteliğindedir. 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde Neo-klasik teorinin

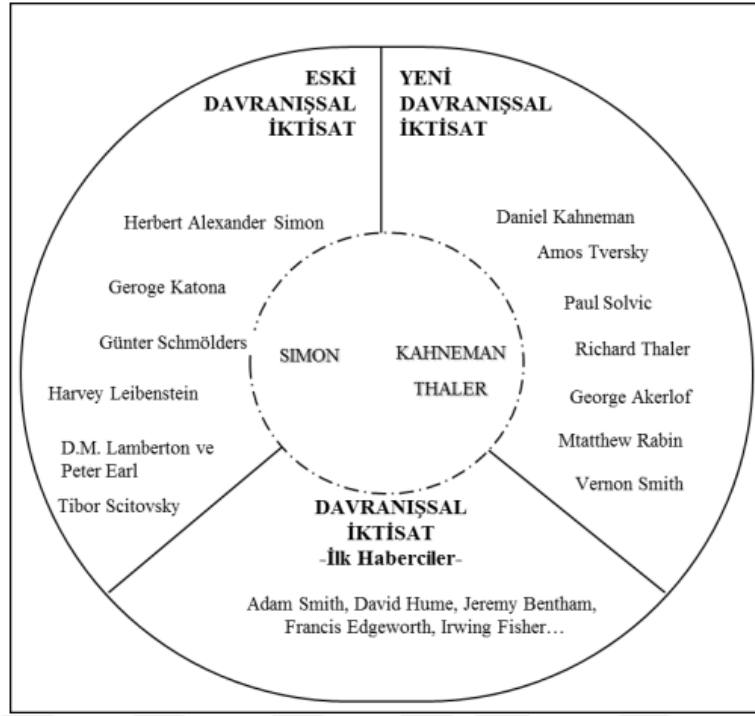
insan davranışlarını açıklamakta yetersiz kaldığı ve öngörülemeyen psikolojik etkilerin varlığı tartışılmaya başlanmıştır.

Adam Smith (1979), The Theory of Moral Sentiments kitabında toplumsal çıkar ve düzeni irdelerken aynı zamanda toplumsal düzenin temel ilkeleri olarak ahlak ve empatiyi öner çıkarmıştır. Adam Smith'e göre toplumsal düzeni sağlamak ancak insanın bir karar alırken ahlaklı bir şekilde davranmasıyla ve karşısındaki kişiye empati duyması ile mümkün olacaktır. İnsanın empati duyması ve ahlaklı davranış sergilemesi sayesinde toplumsal çıkar ortaya çıkacaktır. Dolayısıyla kendi çıkarını tatmin ederken aynı şekilde karşısındaki kişinin de çıkarları tatmin olmak suretiyle toplumsal çıkar sağlanmış olacaktır. Adam Smith bu yaklaşımı ile insan davranışında tarifini yaptığı ahlaklı davranış rasyonellik ile bütünleştirmiştir. Yani rasyonel davranan bir insanın ticaret yaparken kendini karşısındakinin yerine koyup, empati kurması gerekmektedir. Adeta bir başka göz kendilerini izliyormuşçasına her iki tarafta kendi çıkarlarını tatmin ederek, ahlaklı bir şekilde bu ticareti gerçekleştirmelidir. Bu sayede sadece bireysel anlamda bir çıkar değil, toplumsal çıkar sağlanmış olacaktır. A. Smith'e göre rasyonelliğin gerektirdiği de budur (Sungur,2016).

Davranışsal iktisadın mihenk taşlarından olduğu bilinen Simon (1955) 'in "tatmin edici davranış"ı şu şekilde açıklanır; "karar alıcılar kendileri için maksimum faydanın kararını vermenin mümkün olmadığı veya maksimizasyonun hesaplama noktasındaki maliyetine katlanmamak adına ideal olan alternatif kararın yerine kendilerini en çok tatmin eden seçeneği tercih ederler." Simon (1955) bu kavram ile rasyonel bir karar vermenin kompleks yapıda problemlerin çözümünde insanoğlunun zihinsel kapasitesinin yetersiz kalacağını ifade etmiştir. İfade edilen insanoğlunun zihninin sınırlı kapasitesi ile "sınırlı rasyonalite" kavramına vurgu yapılmıştır. Aynı zamanda Simon 'un tatmin edici davranış kuramı Sigmund Freud'un 1911 yılında yazdığı "Zihinsel İşleyişin İki İlkesi Üzerine Formülasyonlar" isimli makalesinde belirttiği " gerçeklik ilkesi" ve "haz ilkesinin" iktisat alanındaki uygulaması şeklindedir (Önder, 2004).

Birinci nesil davranışsal iktisatçılar olarak tanımlanan iktisatçılardan Rabin (2002), Sent (2004), Angner ve Loewenstein (2006) Rabin, (Camerer (1999b), neoklasik iktisadın rasyonalite kavramına psikoloji bilimi temelli eleştirilerde bulunarak davranışları açıklamada yetersiz gördüklerini vurgulamışlardır. (Angner ve Loewenstein, 2006). Rabin (2002)'e göre birinci nesil davranışsal iktisatçıların esasında yetersiz gördükleri geleneksel iktisadın insan davranışlarında gerçeklikten ayrıldığı noktadır. Bu bakımdan birinci nesil iktisatçılar geleneksel iktisadın sadece faydasını maksimize etme eğilimindeki rasyonel birey varsayımında bu davranışların açıklanmasında birtakım deneysel kurallara ortaya koymuştur. Yani bir başka ifadeyle davranışsal iktisat özelinde bu durum değerlendirildiğinde genel olarak geleneksel iktisada eleştirel yaklaşımın sonuçlarını incelerken, birinci nesil davranışsal iktisatçılar daha çok içerik ve şekil itibarıyla deneysel kanıtlara odaklanmışlardır. Davranışsal iktisat verilen alternatifleri ve bilinen sonuçları incelerken, birinci nesil davranışsal iktisatçılar fayda fonksiyonunun içeriği ve şekli hakkındaki deneysel kanıtlara odaklanmışlardır. Birinci nesil davranışsal iktisada katkı sunan ABD'den Carnegie Mellon Üniversitesi ile Michigan Üniversitesi ve İngiltere'den Oxford Üniversitesi ile Stirling Üniversitesi olmak üzere 4 grup okul bulunmaktadır. ABD'den Carnegie okulu sınırlı rasyonalite, firma davranışları, tatmin, simülasyon gibi konularda çalışma yapmıştır. Michigan okulu daha çok tüketici davranışlarına, Oxford okulundaki araştırmacılar ise belirsizlik konularına odaklanmışlardır. Ayrıca Stirling okulu da eklektizm ve entegrasyona vurgu yapmıştır. Bu okullar arasında önde gelen

temsilciler olarak Herbert Alexander Simon (1916-2001), George Katona (1901-1981), D.M. Lamberton ve Peter Earl sayılabilir (Sent, 2004).



**Şekil 1.**Eski ve Yeni Davranışsal İktisat Temsilcileri

(Aktan, C. C., & Yavuzaslan, K. (2020).

Şekil 1’de Davranışsal iktisadın gelişim sürecine ait ilk temsiller, eski ve yeni davranışsal iktisat dönemi olarak üçe ayrılmış ve bu alanda çalışmalar yapmış önemli isimler yer almaktadır.

Davranışsal iktisadın özellikle 1980’den sonra kurumsallaşma adımları yayın hayatın başlayan uluslararası dergiler, kitaplar ve konferanslar sayesinde olmuştur. Bunlardan ilki sayılabilecek 1981’de ‘Journal of Economic Behavior and Organization’ ve 1982’de ‘Journal of Economic Psychology’ dergilerinin yayın hayatına başlamasıdır. Daha sonra 1982’de özellikle davranışsal ekonomik analiz geliştirmeye kendini adanmış bir akademisyenler topluluğu olan yaratıcı çalışmalar için bir forum, farklı disiplinlerden akademisyenlerin buluşabileceği ve üretken işbirlikleri geliştirebileceği bir toplum olmayı amaçlamayan Society for the Advancement of Behavioral Economics’ (Davranışsal İktisadın Gelişimi Topluluğu)’nun kurulması ile ve akabinde 1985’te iki yıllık konferans sersisi olan ‘The Behavioral Foundations of Economic Theory’ ile birlikte kurumsallaşma süreci hız kazanmıştır. Dergiler, kurulan topluluk ve konferansların yanı sıra bu alanda kitaplarda yayınlanmaya başlamıştır. Bu kitaplar Earl’ün 1988’deki iki ciltlik davranışsal iktisat seçkisi, Gilad ve Kaish’in 1986’da yayınladığı ‘Handbook of Behavioral Economics’ isimli rehber kitabı, Green ve Kagel’in alandaki ilerlemeleri gösteren 1987’deki kitabı ve yakın dönemde Camerer, Loewenstein ve Rabin’in editörlüğünü üstlendiği ‘Advances in Behavioral Economics’ kitabı gösterilmektedir (Sent, 2004).

Bilim dünyasında bu bağlamdaki çalışmalardan Daniel Kahneman ve Amos Tversky tarafından oluşturulan “Beklenti Teorisi” adlı çalışma kuşkusuz davranışsal finansın ortaya çıkışında

etkilidir.10 Aralık 2002 yılında bu çalışma Nobel Ekonomi ödülüne layık görülmüş olup bu alandaki birçok çalışmayı da destekler niteliktedir (Sefil & Çilingiroğlu, 2011). 2001’de ise Matthew Rabin, sıra dışı ve orijinal bir teorisyen olarak insan davranışlarına yönelik psikolojik bulguları iktisat modellerine entegre ederek iktisat teorisini zenginleştirmesi nedeniyle aynı ödüle layık görülmüştür.

## **2.3 Davranışsal İktisat Yaklaşımları**

Tarihsel sürece bakıldığında davranışsal iktisadın gelişim gösterdiği bilhassa 1980, 1990’lı yıllarda geleneksel iktisat teorisine eleştiri olarak irrasyonelite vurgusu ile davranışsal iktisat, psikoloji biliminden aldığı destekle güç kazanmıştır. Özellikle yapılan çalışmalarda bireyin içerisinde bulunduğu duygusal durumlarının dahil edildiği uygulamalar, analizler vasıtasıyla test edilmiştir. Tüketim, tasarruf, yatırım gibi konularda sınırlı rasyonelite etkinliğini göstermiş, bu sayede davranışsal iktisadın kurumsal kimliğe kavuşma süreci hızlanmıştır (Küçüksucu, Konya, Karaçor, 2017).

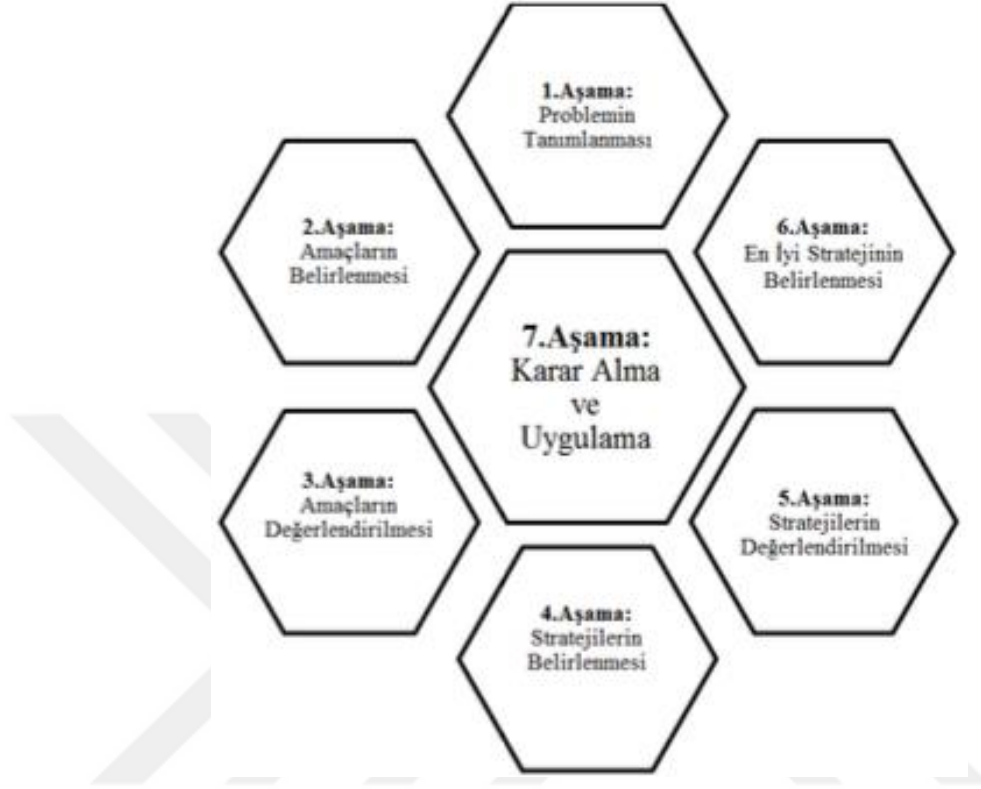
Davranışsal iktisat yaklaşımlarının temelinde insanların yeteneklerinin sınırlı olması nedeniyle sınırlı rasyonelliğe sahip olmaları yatar. Yeteneklerin sınırlı olması nedeniyle sistematik olarak bir yanlış algıya kapılabileceği gibi öz denetim vasıtasıyla kendilerine sınırlama getirebilirler. Yaşamları boyunca karşılaştıkları farklı farklı olaylarda birden fazla seçenek arasından tercih yapma durumunda kalabilirler. Bu durum doğal olarak bireylerin kaybetme kazanç elde etme gibi ön planda tutacakları anlık güdülerini doğurabilir. Elbette ki bu tercihler sırasında bireyin içerisinde bulunduğu toplumunda etkisi olacaktır. Bu durumda sadece çıkarları doğrultusunda insanı karar vermekten alıkoyacaktır. Bu şekilde ifade edilen bireyin ekonomik kararlarında birçok bilişsel önyargısı bulunmaktadır. Bu bilişsel önyargılar davranışsal iktisat yaklaşımıyla çoğu araştırmaya konu olmuştur. Bu yaklaşım ile bireyin içinde bulunduğu psikolojik durum “kayıptan kaçınma, sahiplik, çerçeveleme, asimetrik bilgi, zihinsel muhasebe, referans noktası” gibi birçok bilişsel yanlgı ile açıklanmaktadır.

Psikolojik önyargılar ya da yanlgılar karar alma aşamasında bireyin sistematik bir biçimde yapmış olduğu hataları tekrar etmesi ve bu şekilde hatalar yapması şeklinde tanımlanmaktadır. Çalışmamızda olduğu gibi tüketim kararlarını etkileyen bilişsel önyargılar incelendiğinde “sınırlı rasyonelite”, “çerçeveleme etkisi”, “çıpalama etkisi”, “zihinsel muhasebe”, “kayıptan kaçınma”, “beklenti teorisi”, sahiplik etkisi” gibi psikoloji temelli yanlgılar görülmektedir. Bazı yazarlar önyargıları ‘höristik (kısa yol)’ olarak isimlendirirken bazıları ‘inançlar’, ‘kararlar’ ya da ‘tercihler’ olarak, bazıları da ‘bilişsel’ ya da ‘duygusal’ faktörler olarak adlandırmaktadır (Yürük,2017). Bu çalışmada da bu bölümde literatürde, davranışsal iktisat çalışmalarında yer alan ele alınmış kısayollar incelenecektir.

### **2.3.1. Sınırlı Rasyonelite**

İktisadın insan davranışlarını inceleyen, karar alma süreçlerine yoğunlaşan alanındaki yapılan çalışmalar göstermiştir ki bireyin sadece rasyonel davranışsal sergilediğini varsaymak hata olacaktır. Çünkü karar alıcı sunulan seçenekler arasından bir tercih yaparken sadece geleneksel iktisadın temel aldığı maksimum faydayı ön plana çıkarmaktan ziyade psikolojisinin de etkisinde kararlar verebilmektedir. Eksik bilgi nedeniyle ya da duygularının etkisinde bazen de bilişsel önyargılarıyla hareket edebilmektedirler. İşte bu noktada sınırlı rasyonellik insan davranışlarını anlamaya ve

açıklamaya çalışılması yönüyle tamamen rasyonellik kavramından ayrılmaktadır. Tam olarak Sınırlı rasyonelliğin anlaşılması için en iyi seçenek karar vericilerin laboratuvar şartlarında veya gerçek hayat içerisindeki davranışlarını incelemek olacaktır (Akdere ve Büyükboyacı, 2015).



Şekil 2. Karar Alma Süreçleri

(Robbin ve Coulter,2012)

Şekil 2’deki şemanın anlattığı aslında; karar alma sürecinin başlangıcında il olarak yapılacak iş sorunu tanımlamak ya da o sorunu belirlemektir. Çünkü dünya üzerindeki bütün sorunlar kompleks yapıdadır ve bu sorunları çözüme kavuşturmak için daima net bir şekilde sorunun tanımlanması şarttır (Rosanas, 2013). Her karar alma sürecinde mevcut ve istenen durum arasındaki tutarsızlık olması nedeniyle bir sorunla başlamaktadır. Bir kararın etkili bir biçimde alınabilmesi için sorun ya da fırsatın belirlenmesi ya da tanımlanması ilk ve en önemli aşamayı oluşturmaktadır (Robbins ve Coulter, 2012).

1950’li yıllarda iktisat ve psikoloji bilimleri arasındaki ilişki yeniden canlanmıştır. Erken dönem davranışsal iktisadın ortaya çıkması ve gelişmesi noktasında Herbert Simon’un ciddi katkıları olmuştur. Çalışmalarında insan bilgisayar etkileşimine değinen Simon karmaşık yapıların analiz edilmesi için yapay zekanın gerekliliği vurgusunu yapmıştır. Aynı zamanda Simon 1960’lı yıllara kadar yine davranışsal iktisat alanındaki çalışmalarını sürdürmüş, sınırlı rasyonellik kavramını davranışsal iktisat literatürüne eklemiştir. Rasyonellik anlayışının kurumlarda karar alma sürecindeki belirsizliğe doğru bir biçimde açıklamadığını minimum gereksinimlere cevap verecek kararı almayı kapsayan bir süreç olduğunu ifade etmiştir. Bu çalışmaları sonucunda Herbert Simon 1978 yılında iktisat alanında Nobel ödülü almıştır (Ruben, E., & Dumludağ, D. (2015).

### 2.3.2. Çerçeveleme Etkisi

Çerçeveleme etkisinde karar verici birime yöneltilen seçenekler arasında seçim yapması istenir. Burada önem arz eden sunulan seçeneklerde kullanılan dildir. Çünkü risk üstlenmeyi gerektiren durumlarda karar verici sayısal getiriye göre cevap verirken ifadelerin etkisinde kalabilmektedir. Aşağıda Kahneman ve Tversky çalışmalarında iki farklı gruba ifade açısından farklılıklar barındıran ancak sonuç itibarıyla aynı anlamı içeren iki soru örneği bulunmaktadır. Şöyle ki;

“Problem 1 (N = 152): Birleşik Devletler’in 600 kişiyi öldürmesi beklenen olağandışı salgın bir Asya hastalığına hazırlandığını hayal edin. Hastalıkla savaş için iki ayrı program önerilmiştir. Farz edin ki programların kesin bilimsel sonuçları aşağıdaki gibidir:

Eğer A Programı kabul edilirse, 200 insan kurtarılacak. (%72)

Eğer B Programı kabul edilirse, 1/3 olasılıkla 600 insan kurtarılacak ve 2/3 olasılıkla hiç kimse kurtarılamayacak. (%28)

İki programdan hangisini seçerdiniz?” (Kahneman ve Tversky, 1981)

Sonuçlara göre açıkça katılımcıların riskten kaçınmak suretiyle yani kesin olarak 200 kişinin kurtarılacağı seçeneğe yöneldikleri görülmektedir.

Bir diğer örnekte ise yine iki farklı ifadeyle sorular yöneltilmiştir;

“Problem 2 (N = 155):

Eğer C Programı kabul edilirse 400 insan ölecek. (%22)

Eğer D Programı kabul edilirse 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek ve 2/3 olasılıkla kişi ölecek. (%78)

İki programdan hangisini seçerdiniz?” (Kahneman ve Tversky, 1981).

Cevaplar değerlendirildiğinde bu defa karar vericiler ifade itibarıyla risk almak durumunda kaldıkları görülmektedir. %78 ile D seçeneğini tercih eden katılımcılar 1/3 olasılığı hesaba katarak risk almışlardır. Görülmektedir ki ifade bakımından farklılıklar karar vericiler üzerinde bu şekilde etkiler yaratmaktadır.

### 2.3.3. Kayıptan Kaçınma Davranışı

Karar alıcının risk karşısındaki davranışını ölçen Kahneman ve Tversky’in çalışmalarında bireylere kazanç ve kaybın içeren iki ihtimalin bulunduğu iki seçenek sunulmuştur. Bunlardan ‘ilk kesin olarak bin dolar kazanacaksınız’ seçeneğidir. İkincisi ise ‘yüzde elli ihtimalle iki bin beş yüz dolar kazanacaksınız’ seçeneğidir. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların tercihlerin ilk seçenekten yana olmuştur. Karar alıcı kesin kazancı tercih ederek riskten kaçınma davranışı sergilemiştir. Bu örnekte görüleceği üzere yatırımcının kayıp karşısındaki üzüntüsünün, kazanç karşısındaki memnuniyetinden baskın olduğu önyargısı görülmektedir (Karan, 2004).

Bireylerin belli bir risk altında karar verme süreçlerinde kayıptan kaçınma ve kazanç elde etme durumlarında tepkilerinin eşit olmadığını deneysel iktisat alanındaki çalışmalar göstermektedir. Örneğin 10TL kazanç elde etme ve 10TL kaybetme ihtimaline ilişkin oranlar bireyler için aynı anlama gelmemektedir (Ruben ve Dumludağ, 2015). Bir başka örnekte bireylerin içerisinde bulunduğu toplumda iş ortamında ya da akrabalık ilişkilerinde o ortamdaki şahıslarla kendilerini karşılaştırdıklarında mutluluğun etkilendiği görülmüştür. Bulgulara bakıldığında kendisinden daha iyi diye tabir ettiği (iş durumu vs. dahil edilebilir) birisi ile kıyas ettiğinde mutsuz olduğu ve kötü

durumdakilerle kıyas ettiğinde ise mutsuz olduğu ölçüde mutlu olamadığı görülmüştür. Hatta çoğu kez bu karşılaştırma (aşağı doğru karşılaştırmanın-downward comparison) sonucunda herhangi bir şekilde mutluluğunu etkilemediği söylenebilir. Sonuç olarak kayıp ve kazançlar arasındaki asimetri bulunması kayıpların kazançlara oranla daha büyük etki yarattığı görülmektedir (Ruben ve Dumludağ, 2015).

#### 2.3.4. Sahiplik Etkisi

Sahiplik etkisinin ölçülmesinin amaçlandığı çalışmalar incelendiğinde bireylerin sahip oldukları ya da olmadıkları malların değerini esas değerlerinden farklı olarak zihinlerinde tasarladıklarından sahiplik tuzağına düştükleri görülmektedir. Burada bireyin malın değerine esas değerinden farklı bir değer addetmesi sahiplik etkisini açıklamaktadır. Bir grup insana iki farklı hediye vererek sahiplik tuzağını ölçtüğü çalışmasında Ariely (2019) grubun yarısına bardak diğer yarısına ise İsviçre çikolata hediye edilmiştir. Değer itibarıyla bu iki hediye aynıdır. Gözlemlenen grupta katılımcıların birbirleriyle hediyeleri değiştirmeleri istenmiştir. Bu değişime 1/10'u olumlu yanıt verirken geriye kalanlar bu değişimi kabul etmemişlerdir. Bu örnekte bireylerin sahiplenme etkisinde kalarak sahip oldukları mala bir değerinden daha fazla değer addettikleri için değişimi kabul etmedikleri ve dolayısıyla sahiplenme tuzağına düştükleri görülmektedir (Solak, T., 2019).

Yine bu alanda Knetsch, Thaler ve Kahneman'ın yaptıkları çalışmaya göre; bireylerin bir şeye sahip olduklarında, sahip oldukları varlıklara diğer bireylerden daha fazla değer biçtikleri görülmüştür (Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1991.).

Kayıpların bireylerde yarattığı üzüntünün aynı düzeyde kazanç elde edildiğinde yarattığı yoğunluktan daha fazla olması bireyin sahip olduğu nesneden vazgeçmesinin ne kadar zor olduğunu ve dolayısıyla sahiplik etkisini açıklamaktadır.

Bu durumu Richard Thaler öğrencilerle yaptığı deneyde şu şekilde açıklamaktadır; Thaler öğrenciler iki gruba ayırmış bir gruba, üzerinde üniversitelerinin logoları olan kupalar verilirken, diğer gruba ise kupa verilmemiştir. Kupaya sahip olan gruba kupayı satmaları durumunda talep ettikleri fiyat ve kendilerine kupa verilmeyen gruba kupa için fiyat biçmeleri istendi. Sonuçlar değerlendirildiğinde kupaya sahip olan tarafın satmak için istedikleri fiyatın satın almak isteyen grubun razı oldukları fiyatın iki katı olduğu görülmüştür. Yani kupaya sahip olanlar, ona, sahip olmayanlara oranla iki kat değer atfettikleri görülmektedir (Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2019).

#### 2.3.5. Çıpalama Etkisi

Karar verme sürecinde çıpalama kavramı ilk olarak tercihlerin tersine dönmesi üzerine çalışmalar yapan Slovic (1967) tarafından tanıtılmıştır (Chapman ve Johnson, 1999). Ancak bununla birlikte ilk olarak Tversky ve Kahneman (1974) tarafından belirsizlik altında karar alma üzerine yaptıkları eserlerinde tanıtılan çıpalama-ve-düzeltilme (anchoring-and-adjustment) zihinsel kısa yolu literatür taramasında kullanılacak temel çıpalama etkisi olacaktır. Kahneman (1974)'e göre Çıpalama etkisi, insanların bilinmeyen bir niceliği tahmin etmeden önce, belirli bir değeri dikkatte almasıdır.

İnsanlar daha önce hiç bilmedikleri bir değer hakkında fikir beyan etmek durumunda kaldıkları zaman genellikle zihinlerinde bir referans noktası canlandırır ve bu şekilde analiz yaparak tahminde bulunurlar. Yapılan deneylerde de görüleceği üzere bu tahminler her halükârda başarısız olmaktadır. Burada bahsi geçen başlangıç noktasının ne olduğu değerlendirildiğinde bireyin zihninde bir hesaplamasının sonucu şeklinde ortaya çıkabildiği görülmüştür. Bu yönüyle birbirinden farklı

başlangıç noktaları haliyle farklı tahmin ve sonuçları da beraberinde getirecektir. İşte bu zihinsel kısayol çıpalama şeklinde açıklanmaktadır (Kahneman ve Tversky,1974).

Tüketiciler piyasada gerek internet üzerinden satış yapan firmalardan gerekse fiziki olarak market vs. gibi yerlerden alışveriş yaparken satın alma aşamasında ya da satın almasa bile birçok fiyatla muhatap kalmak durumundadır. Tüketicinin karşılaştığı bu fiyat veya fiyatlar daha önce hiç görmediği, hakkında bilgi sahibi olmadığı ürünler hakkında referans görevi görmektedir. Bu şekildeki davranış “çıpalama” şeklinde açıklanırken zihinde bu bilgilerde çıpa görevi görmektedir. (Solak, 2019)

Kahneman ve A.Tversky lise öğrencilerinden oluşan iki gruba uyguladıkları testte ilk gruba 1’den 8’e kadar rakamların yazılı olduğu, diğer gruba da tam tersi şekilde 8’den 1’e kadar rakamların yazılı olduğu kağıtları göstererek bu sayıların çarpımını 5 saniyede tahmin etmeleri istenmiştir. Tahmin sonuçlarına bakıldığında ilk grubun verdiği cevapların medyanı 512 iken ikinci grubun ise 2250 sonucu çıkmıştır. Görülmektedir ki 1’den 8’e kadar rakamların gösterildiği grup referans noktasını 1 almış iken 8’den 1’e kadar yazılı rakamların olduğu kağıt gösterilen grup için referans noktası 8 olmuştur ( Grup A: 1 x 2 x 3 x 4 x 5 x 6 x 7 x 8, Grup B: 8 x 7 x 6 x 5 x 4 x 3 x 2 x 1). Aslında bu sayıların çarpımı 40320’dir (Kahneman, 2018).

### 2.3.6. Beklenti Teorisi

Bireyler belirsizlik altında karar verdiklerinde duygularının etkisi altında kalarak rasyonellikten uzaklaşmaktadırlar. Bir diğer deyişle bilişsel önyargılar karar aşamasında baskın gelmektedir. Beklenti teorisinin konusu da risk ve belirsizlik altındaki karar verme süreçleridir. Bu konuda davranışsal iktisadın gelişmesine deneysel yöntemlerle katkı sağlamış Kahneman ve Tversky’nin çalışmaları bulunmaktadır. Deneysel psikoloji alanında karar vermeye ilişkin çeşitli örnekler üzerinde ulaştıkları bulgular ile beklenti teorisini desteklemektedir (Tekin, B. 2016).

Daniel Kahneman ve Amos Tversky 1979 yılında belirsizlik altında karar verme davranışını açıklayan beklenti teorisini ileri sürmüşlerdir. Beklenen fayda teorisine karşı bir başkaldırı şeklinde açıkladıkları beklenti teorisine şöyle bir örnek vermişlerdir; Farzedelim ki bir madeni parayı havaya atıyorsunuz ve şayet yazı gelirse 100TL tura gelirse de 50TL kazanacaksınız. Bir diğer seçenek ise direkt 70TL kazanıyorsunuz. Bu örnekte beklenen fayda teorisinin varsayımları altında bir tercih yapan biri her seçeneği ihtimaliyle birlikte değerlendirmesi sonuçta getiri hesaplaması beklenir.  $\%50 \times 100 + \%50 \times 50 = 75$  TL Fakat beklenti teorisi tercihi doğrudan 70TL kazanma seçeneğine yönelmek olacaktır ki birçok insanın bu şekilde belirsizlik altında öngörülen beklenen fayda teorisinden farklı karar verdiği dolayısıyla kesin ve doğrudan tercihi yaptıkları görülmektedir (Kahneman ve Tversky,1979).

Beklenti teorisi temel üç temel davranış üzerine oturuyor. Bunlardan ilki insanlar karar alma sürecinde refahlarının son haline değil hem belirli bir referans noktasına hem de değişime (kayıp ya da kazanç) odaklandığını ifade eder. Örneğin, Kahneman’ın Thinking, Fast and Slow isimli kitabındaki örneğe bakalım farzedelim ki bir elimizi sıcak, bir elimizi soğuk suya bırakıyoruz. Daha sonra da iki elimizi de oda sıcaklığında bir suyu bıraktığımızda göreceğiz her iki elimizde de farklı sıcaklıklar hissediyoruz. Yani burada referans noktası şeklinde ifade edilen mevcut durumdur. Yine başka bir örnekten hareketle: Bir prim bekleniyor olsun bu primden de vergi alınacağını varsayalım. Az önce bahsi geçen mevcut durum burada beklenen prim tutarı olacaktır ve bu mevcut durumdan bir kaybın yaşanacağını bilmek beklenen fayda teorisine zıt olarak daha az bir kazancı zihinde

canlandıracaktır. İkinci olarak kayıp ve kazanca verdiğimiz tepkiyi incelediğimizde sahip olduğumuz bir hisse senedinin 100 birimden 200 birime yükseldiğinde yaşadığımız mutluluk 1000 birim iken 1100 birim olduğunda hissettiğimizden daha fazla olduğu yapılan araştırmalarla sabittir. Beklenen fayda teorisinde refahın son durumu ile ilk durumu arasındaki fark hesaplanarak fayda değişime ulaşıyor iken beklenti teorisinde kaybedildiğinde yaşanan his kazanmanın verdiği o mutluluk hissinden daha güçlüdür. Kayıptan kaçınma eğilimi şu soruya verdiğimiz cevaba göre şekillenecektir. “Herhangi bir yatırım aracına yapmış olduğum yatırım sonucu 1000TL kaybetmenin üzüntüsü mü? Bir başka yatırım aracına yapmış olduğum yatırım sonucu 1000TL kazanmanın mutluluğu mu?” (Kahneman D. ,2017).

### 2.3.7.Zihinsel Muhasebe

Thaler’in beklenti teorisine yaptığı katkıların yanı sıra yine klasik ekonomi teorisine eleştiri olarak zihinsel muhasebe kavramını sunmuştur. Finansal kararlara ilişkin süreçlerimizdeki temel yansımalarını ve irade kavramı ile ilişkisini incelemiştir.

Zihinsel muhasebe nedir? Belki de onu tanımlamanın en kolay yolu, onu finansal ve yönetsel kavramlarla karşılaştırmaktır. İşletmeler tarafından uygulanan muhasebenin sözlük tanımına göre 'sistemi' ticari ve finansal işlemlerin defterlere kaydedilmesi ve özetlenmesi ve analiz edilmesi, doğrulanması ve sonuçları raporlanması şeklindedir. Bir işletmenin temel olarak harcama-yatırım, gelir-gider gibi bütçe kalemlerini kontrol altında tutmak amacıyla muhasebeyi kullanması ile bireyin zihinsel muhasebeyi kullanışı aynıdır. Organizasyonları yönetim muhasebesini kullanmaya motive eden: paralarının nerede olduğunu takip etmek gitmek ve harcamaları kontrol altında tutmak. Bir işletmenin temel olarak harcama-yatırım, gelir-gider gibi bütçe kalemlerini kontrol altında tutmak amacıyla muhasebeyi kullanması ile bireyin zihinsel muhasebeyi kullanışı aynıdır. Zihinsel muhasebe, bireyler ve haneler tarafından finansal faaliyetleri düzenlemek, değerlendirmek ve takip etmek için kullanılan bilişsel işlemler kümesidir (Thaler R. ,1999).

Zihinsel muhasebe üzerine yapılan çalışmalardan birinde, katılımcılar iki gruba ayrılıp, ilk gruba geçen hafta bir basketbol maçında 50 dolar harcadıkları, diğer gruba ise yine aynı tutarda bir trafik cezası ödedikleri varsayımı altında bir tiyatro oyununa gidip gitmeyecekleri sorulmuştur. Sonuçlara bakıldığında basketbol maçına gidenlerin tiyatro oyununa gitmek için daha az istekli oldukları görülmüştür. Bu davranış aslında basketbol maçına gidenler özelinde değil genel olarak bireylerin sınırlarını bilerek buna göre bir refleks geliştirdikleri şeklinde açıklanabilir. Zihinsel muhasebe bu argümanı ile klasik ekonomi teorisinin göz ardı ettiği bir olguya işaret etmiş oluyor (Thaler R., 1999).

Thaler referans noktası ve tercihlere ilişkin seçeneklerin sunuluş şekli ile ilgili olarak “yerel bakış açısı” kavramını kullanmıştır. Bu bakış açısını şu örnekle açıkladığımızda: bir AVM’ye gittiniz, bir cep telefonu bir de defter satın alacaksınız. Cep telefonunun fiyatı 2.000TL iken defter 20TL’dir. Satın alma sırasında 15 dakika yürüme mesafesindeki bir başka teknoloji mağazasında telefonun fiyatının 1.990TL, defterin ise 10TL olduğu indirim duyurusu yapılıyor. Salt kazanç değerlendirildiğinde hem cep telefonunda hem de defterde şayet indirimli mağaza tercih edilirse 10TL kazanç elde edilecektir. Yani Thaler’in yerel bakış açısı bu sonuçları karar bağlamında ve mevcut refah noktasına göre karşılaştırarak değerlendiriyor. Yani İki durumda da kazancımız 10 TL olduğu halde, 2000 TL’lik cep telefonunda 10 TL’lik bir indirim bizi diğer mağazaya götürmeye yeterli olmayacak. Ancak defterde yapılacak aynı miktardaki indirim için diğer mağazaya gitme ihtimalimiz çok daha yüksek (10 TL’lik indirimin defterin fiyatının yarıya indiğini düşünürsek). Yani

sonuçları tamamen aynı olan iki farklı seçenek, farklı bağlamlarda sunulduğunda farklı tercihlere yol açabiliyor (Thaler ve Sunstein, 2019). Yine referans noktası ve tercihlere ilişkin seçeneklerin sunuş şekli ve durumun tercihlere etkisini göstermesi yönüyle verilebilecek bir başka örnekte Thaler, yaptığı deneyde referans fiyatın etkisini vurguluyor. Farz edelim ki bir arkadaşınız sizin yanınıza gelirken yol üzerinde bir beş yıldızlı ve küçük bir büfeden size su almayı teklif ediyor. Arkadaşınızın sorusu şu: su için beş yıldızlı otel ve büfeye en fazla ne kadar ödemeyi kabul edersin? Deneyin sonucunda cevaplar şu şekilde; beş yıldızlı otelden alınacak su için insanlar en fazla 2,65\$, büfe için ise 1,5\$ ödemeyi kabul ediyorlar. Aslında klasik modeldeki suyun alındığı yerin çokta önemli olmaması ve dolayısıyla tüketimin aynı olup olmamasıyla ilgili iken deneyde referans fiyatın etkisiyle bireyin verdiği karar sanıldığı gibi rasyonel davranmadığını göstermektedir (Thaler ve Sunstein, 2019). Thaler burada fiyatın farklılaşmasını tüketicinin o alışverişte elde etme (acquisition) ve işlem faydası (transaction) olarak iki fayda elde etmesi şeklinde açıklıyor. Elde etme faydası klasik ekonomideki tüketici fazlasına benzetiyor. Yani ürünün bizim için harcadığımız paraya göre oluşan değerine odaklanıyor. İşlemden faydasını ise önceki örnekte açıklanan referans fiyat ile gerçekte ödenen fiyat arasındaki fark olarak tanımlıyor. Örnekte iki farklı yerden alınan suya ödenen ya da ödemeyi kabul edilen tutarlar Thaler'in sözünü ettiği işlem faydasındaki farklılıklar nedeniyle ortaya çıkıyor (Thaler R., 1985).

Zihinsel muhasebenin bir yansıması olarak hesaplar arası kafamızda para transferinin yapamıyor olmamız şeklinde ortaya çıkıyor. Yani klasik ekonomi teorisinin öngördüğü gibi bireyin örneğin bireysel emeklilik hesabından beklenmedik harcamalar hesabına aktarım yaparken sınır ve kural bulunmaması söz konusu değildir çünkü bu aktarım esnasında beyin karar verme sürecinde oldukça katıdır. Dolayısıyla zihinsel muhasebenin yansıması tam olarak bu aşamada görülür. Bu hususta verilen örneği daha somut hale getirmek gerekirse tasarruf hesabında görece düşük faiz kazandığı parasını bozmak yerine daha yüksek faizle kredi kartından borçlanmak olabilir (Thaler R. ve Sunstein C.R. , 2019).

## **2.4. Literatür**

Ampirik literatür incelendiğinde uzun yıllardır başta ABD olmak üzere birçok gelişmiş ülkeye bakıldığında tüketici güven endeksinin tüketim harcamalarını açıklamadaki ve tahmin etmedeki etkisi birçok araştırmaya, tartışmaya konu olmuştur. Özellikle bu konuda gelişmekte olan ülkelerde ise veri eksikliğinden dolayı ya da bu endekslere ilişkin verilerin yakın tarihte açıklanmaya başlanmış olması hasebiyle yapılan çalışmaların sayısı daha azdır.

Türkiye’de Davranışsal iktisat alanında yapılan tüketici davranışlarını konu edinen tez çalışmaları sunulmuştur.

Erman (2019), Çalışmada çevre dostu tüketim anlayışı kapsamında hazırlanan birbiri ile doğrudan ilişkili soruların bulunduğu anket yöntemi ile Beşiktaş ilçesini kapsayan 23 mahallede gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda elde bulgular değerlendirildiğinde genel anlamda anketin amacına uygun şekliyle çevre dostu tüketim anlayışı çerçevesinde doğal ve organik, doğa ile uyumlu doğal kaynakları koruma algısı ile bu ürünleri satın almak suretiyle bu inancı çevre dostu uygulamalarda ve satın alma davranışlarına taşıyamadıkları görülmüştür.

Şen (2019), Araştırmada yöntem olarak anket uygulaması kullanılarak kısıt olarak İstanbul’daki kamu çalışanları seçilmiş olup katılımcıların davranışsal iktisat bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen bulgulara göre; ankete katılanların psikolojik ve sosyolojik faktörlere ilişkin verdikleri cevaplar ile ailenin gelir düzeyi

arasında herhangi bir farklılığa rastlanmazken meslekleri anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca sosyolojik faktörlere yönelik sorulara katılımın psikolojik faktörlerden baskın olduğu görülmüştür. Bu bulgular ışığında tüketim tercihleri değerlendirildiğinde katılımcıların psikolojik unsurlar etkilenecek her zaman rasyonel davranış sergilemedikleri vurgulanmıştır.

Solak (2019), Çalışmada Pamukkale Üniversitesi İ.İ.B.F'ne kayıtlı 8200 öğrencinin katılımı ile gerçekleştirilen anket yöntemi kullanılmıştır.(n=385)Bulgulara bölümünde literatürde yer alan çalışmalarla benzer nitelikte risk belirsizlik altında bireylerin rasyonellikten uzak bilişsel önyargılarla hareket ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sonuç bölümünde kamuda benimsenen davranışsal politikalara vurgu yapılarak davranışsal iktisat yaklaşımının sadece özel sektörün değil aynı zamanda kamu kesiminin de dikkatinin çektiği ifade edilmiştir.

Özel (2019), Çalışmada anket yöntemine başvurulmuş olup 2019 yılında gerçekleştirilen anket Malatya'da yaşayan 500 katılımcıya uygulanmıştır. Yapılan anket sonucunda katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde demografik özelliklerden kaynaklı satın alma davranışlarının farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Mutlak suretle rasyonel ya da irrasyonel davrandıklarına dair net sonuçlara ulaşılamazken bireylerin hayatlarının bazı evrelerinde sorumluluklar neticesinde rasyonel davrandıkları, aylık kullanılabilir gelirlerindeki artış sonrasında ise irrasyonel davrandıkları görülmüştür.

Akboz (2019), Çalışmada yöntem olarak iki kısımdan oluşan anket formu ile katılımcılara tüketicilerin kişisel bilgileri, internet kullanımları ile ilgi ve Tüketici Tarzları ölçeğinde sorular yöneltilmiştir. Sonuç bölümünde internetten alışveriş yapan tüketicilerin kaliteli ürün, fiyat, kampanyalar ve promosyonlar ile ilgili rasyonel tüketim ile ilgili sorulan sorulara çoğunlukla katılıyorum cevabı verdikleri görülmektedir. Bu durum internet üzerinden yapılan alışverişlerde, satıcı baskısının olmayışı, ürün çeşitliliğinin fazlalığı ve insanların alışverişlerini yaparken farklı markalara ait aynı ürünler ile ilgili kıyaslama yapabilme şansının olması nedeniyle tüketicilerin rasyonelliğe uygun cevaplar verildiği görülmüştür. Bu nedenle Mersin ilinde yapılan bu çalışmada, tüketicilerin çoğunlukla rasyonel davranışlar sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Kurt (2019), Çalışmada anket yöntemi kullanılmış olup bu anket formu Batman Üniversitesi'nde eğitim gören 267 (0.10 örneklem hata payı ile) öğrenciye uygulanmıştır. Sonuç olarak Batman üniversitesinde yapılan anket ile tüketicilerin kararlarında her zaman rasyonel hareket etmediği, bazen irrasyonel hareket ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Tüketicilerin irrasyonel kararlar vermesinin sebebi ise özellikle psikolojik etkenli durumlarda gerçekleştiği fark edildi. Ana akım iktisat teorisyenlerinin “insan rasyonel hareket eden canlıdır” ifadesi gerçek yaşamda her zaman geçerli olmadığı görüldü . İktisat literatüründe yer alan analizlerde insan psikolojisinin göz ardı etmeyerek analizlerde yer verilmesiyle öngörülebilir sonuçların geçerliliği daha doğru olacaktır.

Dağtekin (2019),Çalışmada anket yöntemi kullanılmış olup katılımcılara 5'li likert tipi soruların yer aldığı beş ölçekten oluşan ilk defa uygulanan çevrimiçi olarak anket formu uygulanmıştır. Çalışmanın sonuç bölümünde kripto paralardan yüksek kullanım payına sahip Bitcoin özelinde kişilerarası ve kurumlara duyulan güven olgusu karşılıklı etkiler ve ilişkiler bağlamında verilen cevaplar incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre kişilerarası güven ve Bitcoin'e yaklaşım arasında bir anlamlı ilişki bulunmaz iken kurumlar karşı duyulan güven ve Bitcoin'e yaklaşım arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Çetinkaya (2019), Çalışmada yöntem olarak saha araştırması benimsenmiş olup müziğin tüketici davranışlarına etkisine dair bu araştırmadan elde edilen bulgular Kruskal Wallis Testi ile

analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların klasik müziği tercih ettikleri durumda verilen siparişlerde kişi başına artış gözlemlenmiştir. İlgili literatür ile de paralel yönde bulgulara ulaşılan analiz sonucunda aynı zamanda müziğin tüketici davranışlarına olan etkisi istatistiksel olarak vurgulanmıştır.

Yıldız (2019), Araştırmada yüz yüze gerçekleştirilen, basit tesadüfi örneklem anket yöntemi kullanılmıştır. Anket Dumlupınar Üniversitesi'ndeki 430 öğrenci ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda katılımcıların akılcı ilaç kullanma davranışını tüketme noktası sergilemedikleri tespit edilmiştir. Sergilenen bu davranış demografik faktörlere göre değişmekle birlikte temin edilen ilaçların neredeyse tamamına yakının doktorların tavsiye ettiği sürede kullanılmayıp yüksek miktarda çöpe atılması, evde saklanıyor olması da bulgular arasındadır. Bu bulgular katılımcıların Akılcı olmayan İlaç Tüketimi davranışı sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Filazi (2019), Araştırmada anket yöntemi kullanılmış olup tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 144 kişiye internet üzerinden 24 adet çoktan seçmeli soruların bulunduğu bir anket formu uygulanmıştır. Yapılan anket sonucunda bankaların ekstra fırsat, promosyon gibi çeşitli avantajlar uyguladıklarında kredi kartı sahibi tüketicilerin kesin kazancı tercih edip adeta nakit bir edim gibi algıladıkları dolayısıyla kayıptan kaçınma davranışı sergiledikleri, yaş, cinsiyet ve gelir düzeylerinde eşit dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca nakit ve benzeri şeklinde tanımlanan bonuslara ve taksitli alışverişlere de katılımcıların sıcak baktığı, aylık geliri yüksek olan kredi kartı kullanıcısı tüketicilerin nakit benzeri şeklinde tanımlanan bonuslara ve taksitli alışverişe karşı düşük oranda tercihte bulundukları gözlemlenmiştir.

Atabeyli (2019), Araştırmanın yöntemi anket olup Erzincan ili merkez ilçe ve ilçeye bağlı olan beldeler evreninde 396 örneklem büyüklüğü belirlenerek anketten edilen yatay kesit verileri değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde Erzincan ilindeki kadın ve erkeklerin konut tercihleri davranışsal iktisat yaklaşımı ile değerlendirildiğinde irrasyonel bir tutum içerisinde olmadıkları, tercihlerinde anlamlı sayılabilecek bir farklılık göstermedikleri bulgularına ulaşılmıştır.

Şenveli (2019), Çalışmada Kocaeli şehrinde medeni durum kısıtı altında tüketici davranışlarını ölçmek amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda medeni durumun tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisi farklı olarak ortaya çıkarken, evli katılımcıların bekar katılımcılara nazaran gıda harcamaları özelinde daha irrasyonel davrandıkları gözlemlenmiştir.

Ünal (2019), Çalışmada Bartın Üniversitesi'nde X, Y ve Z kuşağı ayrımında anket yöntemi tercih edilerek tüketicilerin tercihleri davranışsal iktisat yaklaşımı ile ele alınmıştır.

Çalışmanın analizinde elde sonuçlara göre kuşaklar arası farklılıklardan kaynaklı tüketim tercihlerinde farklı davranışlar sergiledikleri görülmüştür. X ve Y kuşaklarının tüketim tercihlerinde ürünlerdeki marka algısına hassasiyet gösterdikleri ve taksitli ürünlere daha çok yöneldikleri görüldükçe, bu kuşaklar arasında birçok kategoride en fazla irrasyonel eğilimi Z kuşağının sergilediği değerlendirme sonucunda görülmüştür.

Güngör (2019), Araştırmada anket yöntemi tercih edilerek davranışsal iktisat bakış açısıyla özgeciliğe bağlı rasyonelite belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler sonucunda empati, etik kurallar, mutluluk ve dini değerler ile özgecilik arasında doğru bir orantı tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonuç kısmındaki genel değerlendirme neticesinde özgeciliğe bağlı sınırlı rasyonelliğin ortaya çıktığı ifade edilmiştir.

Tüzel (2019), Çalışmanın yöntemi anket olup psikolojik yanılgılara katılımcıların düşüp düşmeyeceği hazırlanan 17 soru ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde

katılımcıların alternatif maliyet, çıpalama ve çerçeveleme yanılışı etkisinde irrasyonel eğilim gösterdikleri tespit edilmiştir. Öneriler kısmında uygulanan ekonomi politikalarına vurgu yapılmıştır.

Koç (2018), Çalışmada anket yöntemi tercih edilerek davranışsal iktisat perspektifinden Van ili özelinde bireylerin cinsiyete göre satın alma kararlarının ne yönde farklılık gösterdiği ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda yapılan analizlerde elde edilen bulgular erkeklerin tercih ettikleri marka ve üründe istikrarlı davranarak, kadınlar ise moda, trend gibi popüleriteye uygun şekliyle ve anlık verdikleri kararlar neticesinde lüzumsuz sayılabilecek satın alma kararları verdikleri görülmüştür. Bu bağlamda birbirlerinde cinsiyet anlamında farklı davranışlar sergiledikleri görüldükçe her iki durumda da irrasyonel eğilimde bulundukları gözlemlenmiştir.

Karaca (2017), Bu araştırmada Yamauchi ve Templer (1982)'nin geliştirdiği para tutum ölçeği yöntemi kullanılmıştır. Davranışsal iktisadi temsilen yüz yüze görüşülerek katılımcılara 29 maddeden oluşan beşli likert türü sorular yöneltilmiştir. Bu yöntem sonucunda yüzde analizi ve ki kare analizi ile bulgular değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda dikkat çeken bulgulardan biri erkeklerin piyasadaki geçerli kurallara davrandıklarıdır. Bir diğer bulgu ise genç bireylerin yaşlılara nazaran daha çok risk alma eğiliminde olduğu dolayısıyla bu sonuç yaşlı bireylerin duygu ve davranışlarını çok daha düzenleyebilir olduğunu göstermiştir. Ayrıca Tokat ili ekonomisi açısından önem arz eden bir grup olan kamu çalışanlarını kapsaması ayrıca önemine vurgu yapılmıştır.

Tepeler (2017) Çalışmada ultimatòm oyunu kullanılarak bireylerin başarılı bir yatırım deneyiminin ardından artan risk alma eğiliminde olduğu bir model şeklinde açıklanan “House Money Etkisi” test edilmiştir. Veriler SPSS.22 programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Çalışmada kullanılan ultimatòm oyunu sonucunda klasik iktisadın tanımladığı insanın aksi yönünde sadece kendi çıkarlarını düşünen değil başkalarının da çıkarlarını göz önünde bulunduran birey profili gözlemlenmiştir.

Yürük (2017) Çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Daha sonra hipotezler sınanmıştır. Analizlerden elde edilen bulgulara göre insanların bilinmeyen bir niceliği tahmin etmeden önce, belirli bir değeri dikkatte alması şeklinde açıklanan çıpalama davranışı sergilediklerini görülmüştür.

Çekiç (2016) Araştırmada anket uygulaması ile davranışsal iktisat yaklaşımı ile tüketici tercihlerindeki değişim incelenmiştir. Sonuç kısmında anket uygulamasından elde edilen veriler değerlendirilmiş olup değişken olarak belirlenen hususlarda psikolojik faktörlerin cinsiyetler için farklı tüketim kararlarına neden olabileceği görülmüştür. Kadınların moda etkisinde alışverişlerinde erkeklere göre, erkeklerin ise elektronik ürünlerde kadınlara göre daha çok rasyonel eğilimden uzak davrandıkları tespit edilmiştir.

Sevgin (2020) çalışmasında Wrocław Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'ndek öğrenimine devam eden öğrencilerle yaptığı deneyde bireylerdeki bazı bilişsel önyargıları deney yöntemi ile test etmiştir. Bu yöntemle denekler üç gruba ayrılarak kendilerine sunulan seçenekler arasında tercih yapmaları istenmiştir. Bu yolla kayıptan kaçınma, çıpalama etkisi gibi bilişsel yanılışları karşısındaki bireylerin rasyonelliğinin ölçülmesini hedeflemiştir. Çalışmanın bulguları incelendiğinde kayıptan kaçınma davranışı ve çıpa etkisi gösterdikleri tespit edilmiş olup literatürde yapılmış çalışmalar ile paralel sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca bu alanda bu ön yargıları anlamak için daha fazla deneysel çalışmaya ihtiyacın olduğu vurgusu yapılmıştır.

Ayhan (2022), yaptığı çalışmada anket yöntemi kullanılarak tüketicilere sunulan farklı senaryolar altında kendilerine en uygun olanı seçmeleri istenmiştir. Erzurum ile özelinde gerçekleştirilen bu ankette katılımcılara davranışsal iktisat kuramları çerçevesinde sorular yöneltilmiştir. Anketten elde edilen veriler de yine temel davranışsal iktisat kuramları çerçevesinde

değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmede hipotezler Ki kare anlamlılık testi ile sınanmıştır. Bu değerlendirme sonucunda karar almada psikolojik faktörlerin etkisinde kalan insanın, iktisat biliminde psikolojiden bağımsız düşünülemediği vurgulanmıştır

Zengi (2022), çalışmasında bireylerin satın alma kararlarındaki davranış eğilimlerini tespit etmek amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen verilerin faktör analizi ve diğer testlere tabi tutulmuştur. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde davranışsal iktisat yaklaşımından demografik etkenlere ilişkin farklılıkların tüketicilerin satın alma kararlarında da farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Aydın ili özelindeki bu çalışma için katılımcıların sınırlı rasyonel ya da irrasyonel eğilim sergiledikleri bulgularla desteklenmiştir.

Edirnegil (2021), çalışmasında davranışsal iktisat perspektifinden Konya ili merkez ilçeleri özelinde elektrik tüketimi davranışını açıklamayı amaçlamıştır. Tüketicilerin bu davranışlarına ilişkin etki eden unsurları tespit etmek için oluşturduğu anket ve saha deney uygulamalarını kullanmıştır. Ayrıca kullanılan anket ve deney ayrı ayrı değerlendirmiş olup bulguları sunulmuştur. Saha deneyinin sonuçlarına dair bulgular incelendiğinde görülmektedir ki sosyal anlamda teşvik edici uygulamalar hane halklarının elektrik tüketiminde bir azalmaya sebep olmaktadır. Tam tersi şekilde çevresel anlamda elektrik tüketimini azaltmaya yönelik teşvikler ise elektrik tüketimini azaltmak için başarılı olamamıştır. Bunun yanı sıra anket uygulamasından elde edilen bulgular tüketicilerin psikolojik unsurların etkisinde enerji tüketimlerinde bir azalma oluşturduğu yönündedir.

Karakuş (2021), çalışmasında 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 virüsü sonrasında yaşanan pandemi sürecinde tüketici davranışlarının nasıl etkilendiği, ne derecede değiştiği ve yönelimlerini incelemiştir. Bu amaçla yaşanan bu sürecin başlangıcı sayılan 2019 yılı itibarıyla 2020 yılı da dahil olmak üzere dijital bankacılık verilerini kullanarak ürün ve hizmetlerin tercih edilmesinde dijital dönüşümün etkisi Türkiye için incelenmiştir. Çeşitli gıda, market ve alışveriş merkezleri, eğitim kırtasiye ve ofis malzemeleri, elektrik elektronik eşya ve bilgisayar, giyim ve aksesuar, havayolları, konaklama vb. sektörlerle ilişkin veriler davranışsal iktisat bağlamında değerlendirilmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda yaşanan pandemi sürecinde belirsizliğin altında tüketicilerin ciddi bir biçimde tercihlerinde değişim yaşandığı ve irrasyonel davranışlar sergiledikleri görülmüştür.

Cevizli (2021), yaptığı çalışmada algıların sebebiyet verdiği rasyonel davranışlardan uzaklaşma eğilimini deney yöntemi ile analiz ederek açıklamıştır. Kullanılan yöntemde seçilen bir askeri birlikte deneklere sunulan seçenekler arasında tercih yapmaları istenmiş, tat duyusu üzerinden tüketim tercihleri incelenmiştir. Ayrıca bu sayede erkeklerin fiyattan etkilenme davranışları da test edilmiştir. Deney sonucunda elde edilen veriler anlamlılık testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda aynı şartlar altında kendilerine sunulan seçenekler içinden tüketicinin algısı nedeniyle ve fiyatın da etkisi altında farklı kararlar vererek irrasyonel davranış sergilediği gözlemlenmiştir.

Erdoğan (2021) , çalışmada zihinsel muhasebe yanlıgısının bireyler üzerindeki etkisi tespit edilmek amacıyla anket yöntemine başvurulmuştur. Sonuçlar literatürdeki ana çalışmalar ile benzer niteliktedir. Yapılan anket sonucunda verilen cevaplar bireylerin zihinsel muhasebe ile karar vererek sınırlı rasyonel cevaplar verdiğini göstermektedir. Bireylerin içerisinde bulunduğu psikoloji ile kayıp ve kazanç durumunda karar verirken zihninde yaptığı hesaplamada çeşitli duyguların etkisinde kalarak irrasyonel davranış gösterdiği tespit edilmiştir.

Bilir (2021), çalışmasında anket yöntemini kullanarak cinsiyet ve yaş faktörleri kısıtı altında tüketicilerin satın alma kararlarını davranışsal iktisat bağlamında incelemiştir. İlk olarak davranışsal iktisat kavramına değinilmiş olup daha sonra tüketici davranış modelleri yer verilmiş ve Adıyaman ilinde gerçekleştirilen anket çalışması sunulmuştur. Anketten elde edilen veriler güvenilirlik analizi,

frekans analizi, normallik testlerine tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda ulaşılan bulgular literatürde yapılan çalışmalar ile benzer nitelikte olup cinsiyet ve yaş faktörleri tüketicinin satın alma kararında rasyonellik hususunda farklılıklar meydana getirmektedir. Aynı zamanda tüketicilerin yer yer rasyonel bazen de irrasyonel davranış eğiliminde oldukları gözlemlenmiştir. Genel olarak çalışmada ulaşılan kanı sınırlı rasyonelliğin geçerli olduğu yönündedir.

Yunusov (2021), Davranışsal iktisat yaklaşımından tüketici davranışlarını ele aldığı çalışmasında, davranışsal iktisat yaklaşımlarına uygun şekliyle oluşturduğu hipotezler ile marka ürün tercihinin nedenlerini ortaya koymuştur. Bu amaçla Azerbaycan'da 347 kişi ile gerçekleştirilen anket çalışması ile tüketicilerin satın alma kararlarındaki davranışlarını etkileyen unsurlar incelenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde davranışsal iktisat, sınırlı rasyonellik gibi kavramlara değinilirken devamında tüketici davranış modelleri üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise anket çalışmasına ve analizlere yer verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda Azerbaycan özelinde tüketimde marka ürün tercihinde markanın imajı, farkındalığı, yenilik ve fiyat gibi değişkenlerin etkili olduğu görülmüştür. Tüketicinin ürün ve hizmetleri tercih ederken gösterişin etkisinde hem irrasyonel davrandığı hem de rasyonel davranış sergilediği sonucuna vurgu yapılmıştır.

Muharrem (2021), çalışmasında Manisa il ve ilçelerinde ikamet eden 400 kişiye uygulanan anket ile kurumsal değerleri tüketicilerin tercihlerine olan etkisini araştırmıştır. İlk olarak çalışmada davranışsal iktisat ve bilişsel önyargılara değinilmiş, akabinde tüketici davranışları modellerine ve etkileyen unsurlara yer verilmiş olup son olarak anket ve bulguları değerlendirilmiştir. Analiz kısmında IBM SPSS 25 paket programında veriler analiz edilmiş olup, Pearson Ki Kare ve Ki Kare homojenlik testleri kullanılmıştır. Oluşturulan 11 hipotezi sınamak üzere yöneltilen sorulara verilen cevaplardan elde edilen bulgulara göre gelir düzeyi ile bireysel değerler arasındaki anlamlı bir ilişki görülürken toplumsal değerler ile arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Manisa ilinde ve ilçelerinde bireylerin muhafazakarlık eğiliminde değişime müsaade etmeyen bir yapıda olduklarına vurgu yapılmıştır.

Yeşilçöllü (2021), çalışmasında sınırlı rasyonalitenin bireylerin ekonomik kararlar alma noktasındaki etkisini araştırmak üzere oluşturduğu anket ile bilişsel ön yargılardan hiperbolik indirgeme, zihinsel muhasebe, batık maliyet ve kayıptan kaçınma davranışlarını sekiz soru ile ölçmeyi hedeflemiştir. Analizde T.Y. Anova, Pearson Korelasyon testlerini kullanılarak hipotezler sınanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular demografik özelliklere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Araştırmada amaçlandığı gibi hiperbolik indirgeme, zihinsel muhasebe ve kayıptan kaçınma ön yargılarına ilişkin sonuçlar beklendiği gibi bireylerin sınır rasyonel davranışlar sergilediği yönündedir.

Savaş (2021),Çalışmada anket yöntemi tercih edilmiş olup, faktör, fark ve bağımsızlık analizleri ile araştırmanın hipotezleri sınanmıştır. Veriler SPSS 25 ve AMOS 21 Programları kullanılarak test edilmiştir. Sonuç kısmında çalışmanın amaçladığı bilişsel yanılgıları, tüketici tercihleri ve kültür bağlamında açıklamaya yönelik yapılan ankete verilen yanıtlar değerlendirilmiştir. Bu analizler ışığında bilişsel önyargıları ölçmeye yönelik sorulara verilen yanıtlar ile farklı kültürlerde olmak arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenirken yine bu sorulara verilen yanıtlar ile bazı demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Aydoğdu (2021), Çalışmada anket yöntemi tercih ederek Manisa ilinde ikamet eden 563 kişilik örneklem grubu ile uygulama online olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen anketin bulguları SPSS 20 programında Ki-kare analizi ile test edilerek hipotez sınanmıştır. Sonuç bölümünde tüketicilerin

elektrik enerjisi tüketen eşyaların satın aldıklarında tasarruf sağlayanların tercih edilmesini sağlaması düşünülen davranışsal iktisat kuramlarının etkili olduğu tespit edilmiştir.

Şentürk (2020) Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. İstanbul ilinde tüketicilerle yüz yüze gerçekleştirilen bu anket çalışması ile İstanbul'da yüz yüze bir tüketici anketi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra elde edilen veriler t-testi ve çoklu regresyon analizi ile incelenmiştir.

Araştırmada yapılan anket ile amaçlanan Türkiye'de, 1 Ocak 2019 itibarıyla yürürlüğe giren plastik poşet ücreti uygulamasının tüketici davranışlarına etkisini belirlemektir. Anket çıktılarından elde edilen verilerin analiz edildiğinde uygulanan müdahalenin başarıya ulaştığı görülmüştür. Ayrıca tezde davranışsal iktisat politikaları destekleyici öneriler arasında sunulmuştur.

Doru (2020), çalışmasında anket yöntemini kullanarak çipalama etkisini seçilen ürünler ile sınamıştır. Birinci bölümde davranışsal iktisat ve neoklasik iktisada dair teorik alt yapıya değinilmiş, ikinci bölümde sınırlı rasyonalite kavramı üzerinde durulmuş ve son olarak bilişsel kısa yollardan olan çipalama etkisi anket çalışması ile incelenmiştir. Hazırlanan anket 432 kişiye uygulanarak IBM SPSS Statististik 20 programında normallik ve korelasyon analizleri ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde bireylerin karar alma aşamalarında özellikle ürünler arasında yeterli derecede bilgi sahibi olunamayan ve dikkat maliyetine katlanılmayanlarında çipa etkisinin görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç ve öneriler kısmında bireylerin bilişsel yanılgıların etkisi altında, örneğin bu çalışmada çipalama etkisinde kalarak rasyonaliteden uzaklaştığı vurgusu yapılmış olup bu husus göz önünde bulundurularak iktisadi politikalar geliştirilmesi öneri olarak sunulmuştur.

Gültekin (2019), davranışsal iktisat çerçevesinde güven kavramına ilişkin ekonominin ne yönde şekillendiğine dair bir inceleme yaptığı çalışmasında tüketici davranışlarındaki güven faktörünü ele almıştır. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle davranışsal iktisat ve gelişim sürecine değinilmiş, devamında tüketici davranışları, karar alma süreçleri ve satın alma kararlarında demografik faktörlerin etkinliğine vurgu yapılmıştır. Son bölümde güven olgusunun tüketicilerin harcamalarında ne derece önem arz ettiği piyasada güven kaynaklı sorunları yol açabileceği sorunlara atıf yapılarak öneriler sunulmuştur.

Bu çalışmaların yanı sıra tüketici güveninin tüketim harcamaları ile ilişkisinin irdelendiği yurt içi ve yurt dışı çalışmalar şu şekilde sıralanmıştır;

Erdoğan (2007) çalışmasında ömür boyu gelir hipotezi temelinde tüketim harcamalarına hane halkı beklentilerinin açıklama öngörüsünü analiz etmiştir. Veri seti olarak 2003:12-2006:05 dönemine ait aylık özel nihai tüketim harcamaları, gayri safi milli hasıla, tüketici güven endeksi serilerini kullanmıştır. Birim testleri ile serilerin durağanlığı sınanmış olup regresyon analizi sonuçlarına tüketici güven endeksinin hane halkı tüketim harcamaları üzerinde bir etkisinin bulunmadığı görülmüştür. Bu duruma karşın hane halkının satın alma gücü ve iş bulma imkanları konusundaki beklentilerinin hane halkı tasarruf etme eğilimine olumlu etki yarattığı sonucuna ulaşmıştır. Çalışmanın sonuç bölümünde hane halkı tüketim eğilimini açıklamada beklentilerin rolüne vurgu yapılmıştır.

Arısoy (2012) yapmış olduğu çalışmada Türkiye'de güven endekslerinin reel ekonomiye etkilerini araştırmak için tüketici güven endeksi ve reel kesim güven endeksi ile istihdam oranı, tüketim harcamaları, sanayi üretim endeksi arasındaki ilişkileri VAR analizi kapsamında incelenmiştir. Aylık verilerin kullanıldığı çalışma 2005:1-2012:1 dönemini kapsamaktadır. Ekonometrik yöntem kısmında ilk aşamada iki farklı VAR modeli oluşturulduktan sonra etki-tepki ve varyans ayrıştırma yöntemleri kullanılmıştır. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre tüketim harcamalarının tüketici güven endeksinden, sanayi üretiminin ve borsa endeksinin ise reel kesim

güven endeksinden etkilendiği bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca bu sonuç tüketim, üretim ve yatırım kararlarında güven endekslerinin tüketici ve yatırımcı açısından önemli ölçüde etkili olduğuna işaret etmektedir.

Ceritoğlu (2013) Türkiye örneğinde hane halkı tüketim harcamaları ile finansal kaynaklar arasındaki ilişkiyi piyasadaki gelişmeler ve hane halkı beklentileri bağlamında analiz etmiştir. Hane halkı duyarlılığının tüketim ve tasarruf davranışlarına etkisini oluşturduğu denklemlerde Genelleştirilmiş Momentler Yöntemi (GMM) metodolojisi ile tahmin etmiştir. Analizde 2004:Q1-2012:Q3 dönemi TCMB ve TÜİK'ten alınan Tüketici Eğilim Anketi hanehalkı beklentileri, büyüme oranı, reel faiz oranı, reel tüketici kredisi ve iş olanakları endeksi verilerini kullanmıştır. Makalenin bulguları şu şekildedir; İlk olarak, hane halkı beklentileri hakkında istihdam ve gelir beklentileri, tüketim ve tasarruf davranışları üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. İkinci ampirik analiz, kredi kanalının faiz oranı kanalından daha önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca rasyonel beklentiler sürekli gelir hipotezi araştırılmış ve Türkiye için geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Özdemir (2013) tüketicinin güveninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisinin araştırdığı çalışmada 2004:2-2012:1 dönemi çeyreklik verileriyle toplam tüketim harcama ve alt harcama kalemlerinin yalnızca makroekonomik değişkenlerle öngörüldüğü bir baz model geliştirilmiş olup, modele bağımsız değişkenler olarak tüketici güven endeksi ve alt endeksler eklenerek Kısmi En Küçük Kareler regresyon yöntemi kullanılarak öngörü modeline tüketici güveninin açıklama gücü incelenmiştir. Ayrıca tüketici güven endeksinin modele eklenmesi ile birlikte öngörü hatasını azalttığı gözlemlenmiştir. Çalışmada analiz sonucunda EKK Regresyon Yöntemi ile tüketici güven endeksinin alt kalemleri kullanılarak elde edilen endekslerin ortak hareketi içeren bileşen ile araştırmanın problemi olan tüketim harcamaları üzerindeki ilişki güçlü çıkmıştır. Bu durumun aksine toplam tüketici güven endeksi ile tüketim harcamaları ilişkisi bu denli güçlü olmadığı görülmüştür.

Karasoy ve Yüncüler (2015) çalışmalarında tüketici duyarlılığı göstergelerinin gelecekteki tüketim harcamalarını tahmin etme gücünü ampirik olarak değerlendirmiştir. Analizde veri seti olarak 2002:Q1-2014:Q4 dönemi Türkiye'ye ilişkin özel tüketim harcamaları ve alt kalemleri, tüketici güven endeksi olarak CNBC-e tüketici güven endeksi, TÜİK-TCMB Anketleri, tüketici beklentileri endeksi ve tüketim eğilimi endeksi, reel hisse senedi fiyatları, reel faiz oranı ve reel işgücü geliri verileri kullanmışlardır. Modelde bağımlı değişken özel tüketim, bağımsız değişkenler tüketici güveni, reel hisse senedi, reel faiz oranı ve reel emekten oluşmaktadır. Yapılan analiz sonucundaki bulgular Türkiye 'de sürekli gelir ve ihtiyati tasarruf hipotezlerini desteklemez iken tüketici güveninin tüketim büyümesi için açıklayıcı nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Modelde kullanılan tüketici güven endekslerinin hem özel toplam tüketimi hem de dayanıklı ve dayanıksız tüketimi açıklamadaki gücü ortaya konmuştur.

Arısoy ve Aytun (2014) çalışmalarında tüketici güven endeksi, tüketim harcamaları, faiz oranı ve tüketim kredileri arasındaki ilişkiyi nedensellik testleri ve regresyon analizleriyle incelenmişlerdir. Toda-Yamamoto (1995) nedensellik sınaması sonucunda tüketici güven endeksi, tüketim kredileri ve faiz oranından tüketim harcamalarına doğru nedensellik tespit edilmiştir. Yine aynı şekilde tüketim harcamaları ve faiz oranının ise reel tüketim kredilerinin Granger nedenseli olduğu sonucuna ulaşmışlar. Ayrıca regresyon analizi sonuçlarına göre tüketici güven endeksi, tüketim kredileri ve tüketim harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanı sıra analizler doğrultusunda sonuç bölümünde tüketici güven endeksi, reel tüketim kredileri ve reel faiz oranında gözlenen değişiklikler tüketim harcamalarının açıklama noktasında önemli role sahip olduğu vurgusu yapılmıştır.

Yaşar ve Ceylan (2020) çalışmalarında tüketici güven endeksini kullanarak GSYH'nin gelecek dönem değerleri açısından öncü nitelikte olup olmadığını araştırmışlardır. Bu doğrultuda analiz kısmında GSYH ile Tüketici güven endeksi arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiyi analiz etmişlerdir. Veri seti olarak 2004:1-2019:3 dönemi üçer aylık verileri kullanmışlardır. ARDL sınır testi ve Toda Yamamoto nedensellik testlerinin sonuçlarına göre GSYH ve tüketici güven endeksi arasında uzun dönemli ilişki olduğu görülürken kısa dönemde tüketici güven endeksinden GSYH'YA doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular ile araştırmanın konusu olan tüketici güven endeksinin GSYH'nin gelecek dönem değerlerini belirlemede öncü nitelikte olduğunu doğrulamaktadır.

Yazıcı (2019), Türkiye ekonomisinde güveninin tüketim harcamalarına etkisini araştırdığı çalışmada 2004 Ocak-2018 Haziran dönemi verilerini kullanarak bu ilişkiyi ampirik bir uygulama ile incelemiştir. Michigan Okulu Davranışsal İktisat yaklaşımı temelindeki bu çalışma aynı zamanda sunduğu literatür taraması açısından alandaki çalışmalar arasında önem arz etmektedir. Elde edilen bulgular tüketici güveninin tüketim harcamaları için temel belirleyici olduğu ve aynı zamanda tüketim harcamaları üzerinde pozitif etkisi bulunduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca metodoloji kısmında nedensellik analizi de araştırılmış olup elde edilen bulgular regresyon modeli tahmin sonuçları ile paraleldir. Toda Yamamoto Nedensellik Testi sonuçlarına göre tüketici güven endeksinden tüketim harcamalarına doğru tek yönlü ve pozitif bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Demirel ve Artan (2017) çalışmalarında, güven düzeyi ile temel makroekonomik göstergeler arasındaki nedensellik ilişkileri, 2000: 1-2014: 12 dönemi için 13 Avrupa Birliği ülkesi için panel veri analizi kullanılarak analiz etmişlerdir. Öncelikle yatay kesit bağımlılığı incelenmiş daha sonra yatay kesit bağımlılığını hesaba katan Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF (Cross-sectional Augmented Dickey Fuller) panel birim kök testi ile kök testi kullanılmıştır. Son olarak, panel birim kök testi sonuçları dikkate alındığında Dumitrescu ve Hurlin (2012) tarafından geliştirilen panel Granger nedensellik nedensellik testi kullanılmıştır. Analizden elde edilen bulgulara göre güven düzeyi ile tüketim harcamaları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi, endüstriyel üretim ve enflasyon; güven düzeyinden işsizlik oranına (UNE) tek yönlü bir ilişki ve faiz oranlarından güven düzeyine doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Dees ve Brinca (2013), Amerika Birleşik Devletleri ve Euro bölgesi için tüketici duyarlılığı ve tüketim harcamaları arasındaki bağlantıyı ampirik olarak değerlendirmişlerdir. Veri seti 1985Q1-2010Q2 dönemini kapsamaktadır. Birim kök, Granger Nedensellik ve Eş bütünleşme testlerini uyguladıkları analizde değişken olarak güven endeksi, reel tüketim harcamaları, harcanabilir gelir; zenginlik, reel hisse senedi fiyatları, kısa vadeli faiz oranları, işsizlik oranı, petrol fiyatları verileri kullanılmışlardır. Sonuçlara bakıldığında tüketici güven endeksi belirli durumlarda tüketimi açıklayan iyi bir göstergedir. Ayrıca makalede 2008-09 mali krizinde güven erozyonuna atıf yapılırken, ABD güven endeksleri Euro bölgesindeki tüketici duyarlılığını tahmin etmeye yardımcı olduğundan, uluslararası şok iletiminde bir "güven kanalı" olduğuna dair bulgulara bulunmuştur.

Gülcan ve Akkuş (2018) yapmış oldukları çalışmada tüketim ve üretim kanadının piyasa olan güveninin uzun dönemde beraber hareket edip etmediklerini araştırmışlardır. Çalışmalarında Tüketici Güven Endeksi tüketicilerin geleceğe yönelik beklentilerinin, Reel Kesim Güven Endeksi ise üreticilerin gelecek adına tutum ve davranışlarını temsilen kullanılmaktadır. Bu endeksler arasındaki uyum Phillips-Ouliaris (1990) eş bütünleşme testi ile incelenmiştir. Eş bütünleşme testi sonuçlarına göre iki değişkenin eş bütünleşik olduğu ve uzun dönemli ilişkiye rastlanmışlardır.

Bunun yanı sıra nedensellik testlerinden Granger (1969) Testi kullanılarak iki değişken arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Tüketici Güven Endeksinden Reel Kesim Güven endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Sarı ve Yıldırım (2021) çalışmalarında Türkiye ekonomisinde özel tüketim harcamalarının belirleyicilerini incelemişlerdir. Veri seti olarak 2000:3 ile 2020:2 çeyreklik özel tüketim harcamaları, kamu tüketim harcamaları, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla, faiz oranı, Reel döviz kuru, Enflasyon değişkeni ve ise serveti temsilen net varlıklardaki değişim verisi olarak kullanılmıştır. Analiz kısmında öncelikle değişkenlerin durağanlıklarının araştırılması için geleneksel birim kök testleri ve Fourier birim kök testleri kullanılmıştır. Birim kök testlerinin sonuçlarına göre serilerin durağan olmadıkları birim kök içerdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonra seriler arasındaki uzun dönemli ilişki eş bütünleşme testlerinden Fourier-Shin ve ARDL Sınır Testi ile sınanmıştır. Eş bütünleşme testlerinin bulgularına istinaden seriler arasındaki uzun dönemli ilişkiye rastlandığı görülmüştür. ARDL sınır testine göre GSYH değişkeni ve varlıklardaki net değişimi yansıtan seriler beklenildiği gibi özel tüketim harcamalarını pozitif yönde etkilemiştir.

Çetintürk (2020) çalışmasında anket yöntemi kullanılarak davranışsal iktisat yaklaşımıyla Y ve Z kuşakları özelinde tüketim harcamalarında sosyal medyanın etkisini araştırmıştır. Bu doğrultuda çalışmada davranışsal iktisat yaklaşımlarına değinilmiş olup tüketicinin tüketim kararlarını etkileyen psikolojik temelli çevresel faktörler üzerinde durmuştur. Daha sonra analiz bölümünde anket yöntemini kullanarak sosyal medya kullanımına, moda ve reklamın harcamaya yönelik etkilerine ilişkin katılımcılara sorular yöneltilerek, Y ve Z kuşağında olduğu kabul edilen bireylerin sosyal medyada yer alan reklamlar, trendler vs. gibi etkiler ile tüketim kararlarının ne ölçüde etkilendiği incelenmiştir. Bulgular kısmında sosyal medyada yaratılan moda akımları ve sosyal medyada tanıtılan markalar ile harcama tercihleri arasında ilişkinin olduğu tespit edilirken aynı zamanda markalara yönelik tanıtımların Y ve Z kuşakları arasında farklılık arz ettiği sonucu ulaşılmıştır.

Fan ve Wong (1998), yapmış oldukları çalışmada tüketim için tüketici güven endekslerinin tahmin kapasitesini ve tüketim ve tüketici duyarlılığı arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemişlerdir. Çalışmanın veri setini 1985-1997 dönemi çeyreklik veriler oluşturmaktadır. Analiz sonunda Hong Kong'daki tüketici güven endekslerinin tüketim büyümesini tahmin etmede çok az veya neredeyse hiç açıklayıcı güce sahip olmadığını gösteriyor. Bu bulgularla birlikte bu makalenin oldukça şaşırtıcı bir bulgusu, ABD'deki durumla keskin bir tezat içinde olmasıdır. Yani ABD veya İngiltere'dekinin aksine Hong Kong'daki tüketici güven endekslerinin tüketim büyümesini tahmin etmede çok az veya neredeyse hiç açıklayıcı güce sahip olmadığını gösteriyor.

Ludvigson (2004) çalışmasına tüketici güveninin nasıl ölçüldüğü ve raporlandığına ilişkin genel bir bakışla başlamaktadır. 1968: Q1- 2002: Q4 dönemi ABD'ye ilişkin Michigan Üniversitesi ile Conference Board tüketici güven endeksleri, tüketim harcamasının çeşitli alt kalemleri, S&P 500 fiyat endeksi, gelir ve hazine bonusu faiz oranı çalışmanın veri setini oluşturmaktadır. Analizde regresyon modeline tüketici güven endeksinin yalnız olduğu modelde yani güven endeksinin büyümeyi tahmin etme gücü yüksektir. Fakat diğer değişkenlerin olduğu modelde açıklama gücünün düştüğü gözlemlenmiştir. Kanıtlar, popüler anket önlemlerinin gelecekteki toplam tüketici harcama büyümesi hakkında bazı bilgiler içerdiğini gösteriyor. Bununla birlikte, bu bilgilerin çoğu diğer ekonomik ve finansal göstergelerde bulunur ve tüketici güveni tarafından sağlanan bağımsız bilgi, gelecekteki tüketici harcamalarında nispeten mütevazı miktarda ek değişiklik öngörür.

Bryant ve Macri (2005) tarafından yapılan bu çalışma, genellikle tüketim fonksiyonu üzerine yapılan çalışmalarda ihmal edilen bir değişken olan “tüketici duyarlılığının” Avustralya için tüketim

harcamalarını açıklayıp açıklamadığını incelemektedir. Veri seti olarak 1979:04-2000:01 dönemi tüketici güven endeksi, reel tüketim harcamaları, gelir, özel sektör serveti, özel tüketim fiyatları, işsizlik oranı, nüfus ve uzun dönem tüketim harcamalarındaki büyüme değişkenlerini kullanarak tüketici duyarlılığının tüketim harcamalarını neden etkileyebileceğini gösteren teorik bir model geliştirmişlerdir. Çalışmanın bulguları tüketici duyarlılığının tüketim harcamalarındaki değişiklikleri etkilediğini göstermektedir.

Gündüz, Sönmezler ve Akduğan (2017) Türkiye örneğinde 2004:1-2016:1 dönemi aylık tüketici güven endeksi ve kredi kartı harcamaları verileri kullanılarak aralarındaki nedensellik ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmanın analiz bölümünde nedensellik ilişkisi Granger nedensellik analiziyle sınanmıştır. Testin bulgularına göre tüketici güven endeksinden kredi kartı harcamalarına doğru tek yönlü ve anlamlı nedensellik bulunmuş olup ilişkinin yönüne yakından dikkat edildiğinde, yukarı yöndeki değişiklikler Tüketici güven endeksinde önceki dönemlerde hane halkı kredi kartı harcamaları incelenen dönemde arttığı görülmüştür. Ayrıca EKK (OLS) yöntemi ile kurulan regresyon analiziyle kredi kartı harcamaları üzerinde tüketici güven endeksinin anlamlı etkisinin olduğu ve olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

İpek ve Akyazı (2017) Türkiye ekonomisi için tüketici güven endeksi ve hane halkı harcamaları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında 2009Q1-2017Q2 dönemi hane halkı beklentilerini temsilen tüketici güven endeksi ve tüketimi temsilen dayanıklı, yarı dayanıklı, dayanıksız ve hizmet harcamalarını içeren toplam harcamalar verilerini kullanmışlardır. Çalışmada bu model Vektör Otoregresif tahmin yöntemini kullanarak tahmin edilmiş olup tüketim harcamaları tüketici güven endeksinin Granger nedeni olup dayanıklı tüketim harcamaları ve tüketici güven endeksi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu, kontrol değişkeni olarak sadece gelir ve nominal altın getiri oranının anlamlı olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bicil vd. (2018) yaptıkları çalışmada makro iktisadi ve finansal göstergeler ile tüketicilerin güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisini incelemişlerdir. 2012:1-2018:6 dönemine ilişkin aylık tüketici güven endeksi, sanayi üretim endeksi, BIST100 kapanış fiyatları, tüketici fiyat endeksi ve dolar kuru değişkenleri kullanılarak Granger nedensellik testi ve VAR modeli tahmin edilmiştir. Nedensellik analizi bulguları tüketici güven endeksinden sanayi üretim endeksine doğru nedensellik ve BIST100 endeksi, dolar kuru ve tüketici fiyat endeksinden tüketici güven endeksine doğru nedensellik olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.

Acemoğlu ve Scott (1994), Rasyonel Beklentiler Sürekli Gelir Hipotezini ampirik olarak açıkladıkları çalışmalarında, tüketici güvenin gelecek dönem tüketim harcamalarını açıklama gücünü araştırmışlardır. Çalışmada Birleşik Krallık verilerini kullanarak uyguladıkları OLS (En Küçük Kareler) yöntemiyle regresyon analizi sonucunda tüketici güven endeksi değişkeninin katsayısı anlamlı tespit edilmiş, tüketimde meydana gelen artışlara tüketici güveninin yön verdiğini belirlemişlerdir. Analizin bulgularına göre tüketicinin duyarlılığının gelecek dönem hane halkı tüketim harcamalarını açıklama gücünün bulunduğu, Rasyonel Beklentiler Sürekli Gelir Hipotezinin geçerli olmadığını ifade ederken tüketim harcamaları ile tüketici güveni endeksi arasındaki güçlü bir korelasyon ilişkisi tespit edilmiştir.

### 3. TÜKETİM KAVRAMI VE TÜKETİM HARCAMALARI İLE TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ İLİŞKİSİ

#### 3.3. Tüketim Kavramı ve Tüketim Teorileri

İktisat teorisinde tüketim olgusunun bireyin hayatında önemli bir yere sahip olması hasebiyle buna bağlı olarak tüketim harcamaları konusunda hem ekonometrik hem de teorik anlamda çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Tüketim konusunda yapılan çalışmalar Türkiye özelinde incelendiğinde bilhassa İkinci Dünya Savaşı sonrası farklı açılardan ele alınmış daha detaylı çalışmalar olduğu görülmektedir. Türkiye’de bu yapılan çalışmalardan ilki ise Sabri Ülgener’e ait Keynesyen tüketim fonksiyonunu zaman serisi analiziyle Türkiye ekonomisine uygulamış ve 1948-1955 yılları arasında kişi başına gelir ve kişi başına tüketim arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasıdır (Ülgener,1986)

Ülkelerin iktisadi büyümelerinin bir göstergesi olan milli gelir içerisinde tüketim harcamaları önemli bir paya sahiptir. Tüketim harcamalarını ülke içerisinde hane halklarının yapmış olduğu toplam harcamalar oluşturur. Bireylerin gelirlerinde meydana gelecek bir artış Keynes’e göre psikolojik olarak tüketim harcamalarını arttıracaktır. Gelir arttıkça tüketim harcamaları da artar. Keynes  $C = f(Y_d)$  formülü ile harcanabilir gelirin belirleyici olduğuna vurgu yapmıştır. Bu formulüzyon ile Keynes toplam tüketim ile harcanabilir gelir arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koymuştur. Elbette ki tüketim harcamalarını harcanabilir gelirin yanında beklentiler, servet, alışkanlıklar, faiz ve vergi oranları gibi birçok etken etkilemektedir. Tüketim harcamalarında gelirden ziyade harcanabilir gelir daha belirleyicidir.

Tüketim ve tüketim harcamaları alanında yapılan çalışmaların dünyada ilki 18.yy. sonlarında David Davies (1795) ile başlamış olup Davies’i Sir Frederick Motron Eden ‘in (1797) çalışmaları izlemiştir. Hane halklarının gelirlerini giyim, kira, sağlık, yakıt, gıda ve diğer harcamalar şeklinde nasıl dağıldığını incelemişlerdir. Daha sonra bu çalışmalar ışığında gelir-tüketim ilişkisini açıklayan birtakım hipotezler geliştirilmiştir. Literatürde geniş yer bulan hipotezler kronolojik olarak Tablo 1’de sıralanmıştır.

**Tablo 1.** Literatürde Yer Alan Hipotezler

| Hipotez Adı                           | Araştırmacı      |
|---------------------------------------|------------------|
| Zamanlar arası Tüketim Tercihi (1930) | I.Fisher         |
| Mutlak Gelir Hipotezi (1936)          | J.Maynard Keynes |
| Nispi Gelir Hipotezi (1949)           | J.Duesenberry    |
| Yaşam Boyu Gelir Hipotezi (1950)      | Modigliani       |
| Sürekli Gelir Hipotezi (1957)         | M. Friedman      |
| Rassal Yürüyüş Hipotezi (1970)        | R.Hall           |
| Anlık Hazzın Cazibesi (2001)          | D.Laibson        |

Mutlak gelir hipotezinde Keynes (1936) hane halkı tüketim harcamalarının belirleyicisinin cari kullanılabilir gelir olduğunu savunur. Duesenberry (1952) ise tüketim harcamalarının belirleyicisini sadece cari kullanılabilir gelire bağlı olmayıp geçmişteki elde edilmiş gelire de bağlı olduğunu ifade etmiştir. Modigliani ve Brumber(1954)’e göre tüketim servetin bir fonksiyonudur. Friedman (1957)

geliri ikiye ayırmış geçici ve sürekli gelir olarak tanımlamıştır. Hane halkı tüketiminin sürekli gelire bağlı olduğunu ifade etmiştir. Hall (1978) gelir hipotezini bireylerin rasyonel beklentilere sahip olduğu bir model içerisinde ele aldığı tesadüfi yürüyüş modeline göre cari tüketim harcamaları sadece kendi geçmiş dönem değerleri ile açıklanabilmektedir (R.Yamak, N.Yamak:2018).

### **3.3.4. Zamanlar Arası Tüketim Tercihi**

Tüketim fonksiyonu ile ilgili teorik yaklaşımlar incelendiğinde ilk olarak Irving Fisher'in çalışmasına rastlanmaktadır. Irving Fisher (1930) tüketicilerin tercihlerinin iki dönemden ibaret olduğunu ifade eder. Tüketiciler ya tasarruf edecektir ya da borçlanmak suretiyle daha fazla tüketimde bulunacak ve bu şekilde zamanlararası tüketim kararı vereceklerdir (Mankiw 1992:397).

Fisher (1930), mevcut durumu ve gelecek dönem tüketim kararını içerisinde barındıran bir model geliştirmiştir. Fisher'in bu teorisine göre bireyler gelecekteki gelirlerini de dikkate alarak mevcut ya da gelecekteki tüketimlerine ilişkin iki farklı şekilde karar verebilirler. İlk durumda mevcut tüketimden yana karar verip dolayısıyla gelirlerinden daha fazla bir harcama yapacakları için borçlanmak durumunda kalacaklardır. Fakat tam tersi bir şekilde gelecekteki tüketimi düşünerek mevcut tüketimden kısıtıklarında ise bu defa gelirlerinden harcama yapmayarak önemli ölçüde tasarruf eğiliminde olacaklardır. Bu kararı etkileyen unsurlar göz önünde bulundurulmadan önce rasyonel bireyin daha doğrusu rasyonel davranması beklenen bireyin vereceği karar faydasını maksimize etmek olacaktır. Çünkü rasyonel birey önündeki süreçte elde etmeyi planlandığı gelirin ve bu süreçte tüketim harcamalarının bugünkü değeri ile mevcut dönemde elde ettikleri gelirin ve tüketim harcamalarının değerini karşılaştırarak bir karar verecektir. Şayet bu durumda maksimum fayda harcama yapıldığında gerçekleşecek ise tüketim, tam tersine bireyin faydası gelirden tasarruf ederek gerçekleşecekse tasarruftan yapmak isteyecektir. Bu noktada mevcut dönemde gerçekleşen borçlanma faizi ile tasarrufların gelecekte sağlayacağı faiz getirisi önem taşımaktadır. Çünkü haliyle borçlanma faiz oranının yüksek olması ile birlikte tüketim daha pahalı, eğer tasarrufa sunulan faiz oranı daha yüksek ise mevcut durumda tasarruf etmek gelecek dönem açısından daha kârlı olacaktır. Aynı zamanda Fisher'in bu teorisi Modigliani'nin yaşam boyu gelir hipotezine ve Friedman'ın sürekli gelir hipotezine dayanak teşkil etmiştir (Taşdemir, 2006: 117).

### **3.3.5. Mutlak Gelir Hipotezi**

Keynes'e göre belirli bir dönem varsayımı altında o dönemin tüketimi yine aynı dönem gelirine bağlıdır. Bu varsayım ekonominin geneli için olduğu gibi en küçük ekonomik birim hane halkı içinde geçerlidir. Keynes tüketim fonksiyonda gelir haricinde tüketim harcamalarını belirlemede öznal ve nesnel başka belirleyicilerin varlığına vurgu yaparak ekstrem bir durum olmadığı müddetçe bu bahsi geçen başka belirleyicilerin tüketime gelir kadar etki edemeyeceğini savunmuştur (Keynes, 1936: 90-91). Fisher'den sonra J.Maynard Keynes (1936) mutlak gelir hipotezini geliştirmiş ve bu hipotezini temelde üç varsayımdan inşa etmiştir. Bu varsayımlar şu şekildedir;

- Tüketicilerin gelirleri arttığında tüketimlerini reel gelirdeki artıştan daha az arttıracaklar
- Tüketicilerin harcanabilir gelirleri arttığında gelirlerinde tüketim amacıyla ayrılan kısmının (yani ortalama tüketim eğilimi şeklinde ifade edilebilir) azalacağı
- Gelir tüketimi belirleyen en önemli fonksiyonudur (Keynes,1936:96-97).

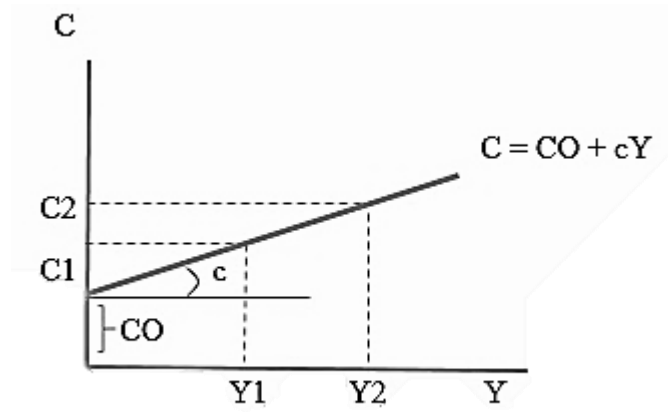
Keynes tüketim fonksiyonunu;  $C = C_0 + cY_d$ ,  $c < 1$ , şeklindeki denklemle formülize etmiştir. Bu denklemde C toplam tüketimi (gelirden bağımsız tüketim), c marjinal tüketim eğilimi  $Y_d$  ise harcanabilir geliri temsil etmektedir. Keynes, tüketicinin net gelirinde meydana gelecek herhangi bir artışın tüketim harcamalarına ne ölçüde etki ettiğini gösteren marjinal tüketim eğilimin 0 ve 1 arasında bir değer alması gerektiğini ifade etmiştir (Keynes, 1936: 86-90).

Fisher ve Keynes'in teorileri incelendiğinde ortak nokta olarak temelde her ikisinde bugünkü gelir-bugünkü tüketim esas alınarak tüketim modeli kurdukları gözlemlenmektedir. 1939 da başlayıp 1945 yılında sonra eren İkinci Dünya Savaşı'nın yaşandığı bu dönemde Keynes'in öne sürdüğü hipoteze göre savaş sonrası ekonomide beklenen durgunluk gerçekleşmemiştir. Bu sebeple ilk olarak mutlak gelir hipotezine bu yönüyle eleştiriler getirilmiştir. Bunun yanı sıra yapılan ampirik çalışmalarda tüketicilerin gelirlerinin arttığı durumda ortalama tüketim eğilimini azaldığı görülürken uzun vadede ortalama tüketim eğiliminin sabit kaldığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Keynes'in tüketim fonksiyonunun tüketim harcamalarını açıklama gücünün yetersiz kaldığı görülmüştür (Güreşçi Pehlivan, G. & Utkulu, U. (2007),41-42).

Makroekonomik değişkenler kategorisinde yer alan tüketim harcamalarını inceleme hususunda Keynes'in teorisi, harcanabilir gelirin tüketim harcamalarının en önemli belirleyici olduğunu ortaya koyması, stratejik bir rol atfetmesi yönüyle önemlidir (Miller, 1996: 1 2).

Keynesyen Genel Teori tüketim harcamalarını açıklarken üç konunun üzerinde durmuştur. Bunlardan birincisi olan Keynes'in "temel psikolojik" kanun olarak adlandırdığı varsayımda harcanabilir gelirle tüketim arasında doğru orantı olduğu dolayısıyla gelir arttıkça tüketimin artacağını fakat tüketimde meydana gelen nispi artışın gelirden oluşan nispi artıştan daha düşük olacağını ve marjinal tüketim eğiliminin 0-1 arasında bir değer alacağını öngörmüştür. İkincisi ise harcanabilir gelir arttıkça gelirden tüketim için ayrılan yani tüketim maksadıyla kullanılan kısmının azalacağını ve bu varsayım altında ortalama tüketim eğiliminin azalacağını ifade etmiştir. Üçüncü mutlak gelir hipotezi olarak adlandırılan Keynes'in tüketim fonksiyonudur. Tüketim harcamaları otonom ve uyarılmış olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Tüketim fonksiyonunda Keynes, cari harcanabilir gelirin, tüketim harcamalarını belirleyen önemli bir faktör olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca klasiklerin savunduğu gibi faiz haddinin tüketim harcamaları üzerinde etkili olmadığını ifade etmiştir (Keynes, 1936: 91-97).

Bu grafikte dikey ekseninde C ile gösterilen tüketim harcamaları, yatay ekseninde ise Y ile gösterilen gelir yer almaktadır. Başlangıç 0 noktası ile C1 arası kadarlık kısımda C0 ile gösterilen otonom tüketim yani tüketim harcamalarının gelirden bağımsız kısmı yer alıyor. Grafikte gelirin yani Y0 noktasında da dikkat edilecek olursa bir tüketim söz konusudur.



Şekil 3. Tüketim Fonksiyonu

(Eğilmez, 2016)

### 3.3.6. Nispi Gelir Hipotezi

Mutlak gelir hipotezine yine bir başka eleştirel yaklaşımda sonraları Duesenberry tarafından geliştirilecek Dordy S. Brady ve Rose D. Friedman (1947) tarafından öne sürülen nispi gelir hipotezinden gelmiştir. Duesenberry en önemli fark olarak psikolojik bir yaklaşımı tüketim fonksiyonuna dahil etmiş olup tüketim kararlarının birbirinden bağımsız düşünülmemeyeceğini, bireylerin yaşadıkları sosyal ortamdaki nispi gelir düzeyinden etkilendiğini ifade etmiştir (Parasız, 1988:84).

J. Duesenberry'in nispi gelir hipotezinin temel varsayımı bireylerin tasarruf etme ve tüketim yapma eğilimlerinin yaşadıkları toplumun sosyal ve psikolojik özelliklerine bağlı olarak şekillenmesiyle ifade edilir. Tüketicinin tüketim kararında etkisi olduğu düşünülen psikolojik ve sosyal faktörler modele eklenerek, bu yönüyle mutlak gelir hipotezinin göz ardı ettiği unsurları ön plana çıkarmaktadır. Tüketicinin, cari gelirin ve geçmişteki en yüksek gelir düzeyinin bir fonksiyonu olduğunu söylemiştir. Bu, aşağıdaki şekilde yazılabilir.  $C_t = f(Y_t, Y_0)$ ,  $C_t$  : cari tüketim  $Y_t$  : cari gelir  $Y_0$  : geçmişteki en yüksek gelir düzeyini ifade eder. Bunun yanı sıra ortalama tüketim eğilimini, cari gelirin geçmişte ulaşılmış en yüksek gelir düzeyine oranının  $\left(\frac{Y_t}{Y_0}\right)$  bir fonksiyonu olarak göstermiştir:  $\frac{C_t}{Y_t} = \alpha + \beta \left(\frac{Y_t}{Y_0}\right) + v$ . Fonksiyonda  $C_t/Y_t$  ortalama tüketim eğilimini,  $Y_t$  cari dönem geliri,  $Y_0$  daha önce ulaşılmış en yüksek gelir düzeyini ifade etmektedir. (Pehlivan, 2006; 36-38) Fonksiyonda  $Y_0$ 'ın dahil edilmesinin sebebi hem birey hem de toplum için nispi gelirdeki oransal değişimi ifade etmesidir. Şayet gelir dağılımına ilişkin verilere ulaşılmaz ise burada geçmişte ulaşılan en yüksek geliri ifade eden  $Y_0$  yerine ortalama gelir kullanılabilir (Özer, 1992).

Tüketim davranışlarının incelenmesinde psikolojik etkileri de tüketim fonksiyonuna dahil eden ve tüketim kararlarının birbirinden bağımsız düşünülmemeyeceğini hareket eden bu yaklaşım “nispi gelir hipotezi” olarak adlandırılmaktadır Nispi Gelir Hipotezi, temel olarak iki temel varsayıma dayanır (Duesenberry, 1949: 17-46).

Nispi Gelir Hipotezinin birinci varsayımı tüketicilerin gerçek tüketimlerinin içerisinde bulundukları ortama oranla yaptıkları tüketimle ölçülebileceğini savunur. Farz edelim ki bireyin yaşadığı sosyal çevre yüksek gelire sahip bir komşularının bulunduğu bir çevre olsun. Bu ortamda bireyin yapacağı tüketim daha düşük gelir düzeyindeki bir çevrede yapacağı tüketimden daha fazla

olacaktır. Yani tüketici çevrenin gelir düzeyine bağlı bir tüketim modeli oluşturmuş olacaktır. Dolayısıyla tüketici sahip olduğu sosyoekonomik sınıfı kaybetmek istemeyecektir demek yanlış olmayacaktır. İkinci varsayımda Dueseberry'e göre hanehalkının ulaştığı tüketim seviyesinden daha düşük bir tüketim seviyesine geri dönmesi gelirlerinden tasarruf edebilmesinden çok daha zordur. Çünkü tüketicinin bu eğilimi bir alışkanlık haline gelerek sürekli halde devam edecektir. Öyle ki tüketici belli bir ekonomik standarda sahip olduğunda geliri düşse dahi alışkanlık haline getirdiği tüketimini devam ettirmek isteyecektir. Geliri artarken de ekonomik olarak daralma sürecinde geliri azalırken da ortama tüketimi artacaktır. Kısa dönemde tüketim fonksiyonunun gelir düşerken gelirden daha az azalması, gelir artarken ise artması durumuna “zemberek etkisi” ya da “tüketim davranışlarının tersine döndürülemezliği” adı verilmektedir (Wonnacott, 1984: 226- 230).

### 3.3.7. Sürekli Gelir Hipotezi

1950’li yılların sonlarına gelindiğinde Milton Friedman’ın geliştirdiği sürekli gelir hipotezi ile birlikte modern tüketim teorilerine öncü nitelikte tüketimde bekleyişler kavramı eklenmiştir. Bu açıdan Friedman zamanlararası tüketim tercihi çerçevesinde tüketimin yalnız cari gelire bağlı olmadığını sürekli gelirin bir fonksiyonu olduğunu ve tam bu noktada gelecekteki gelirden beklenen artış ya da azalışlara bağlı olduğunu vurgulamıştır. Sürekli gelir hipotezine göre tüketim fonksiyonu şu şekildedir;

$$C_p = K Y_p$$

Burada C: tüketim harcamalarını, k: sürekli gelirden yıllık tüketim harcamalarına ayrılma oranı,  $Y_p$  ise sürekli geliri temsil etmektedir. Sürekli gelirden tüketim harcamalarına ayrılan oran uzun dönemde sabit iken tüketim, ortalama tüketim eğilimi ve sürekli gelirden tüketim harcamalarına ayrılan oran birbirine eşittir. Sürekli gelir hipotezine eleştirel yaklaşımlar açısından bakılınca en önemlisi şudur ki burada bireylerin elde etmeyi planladıkları bir gelir olması nedeniyle ampirik çalışmalarda kullanılamayacak yani ölçülemeyen gelir olmasıdır (Ünsal, 2011 akt. Kaya, 2018).

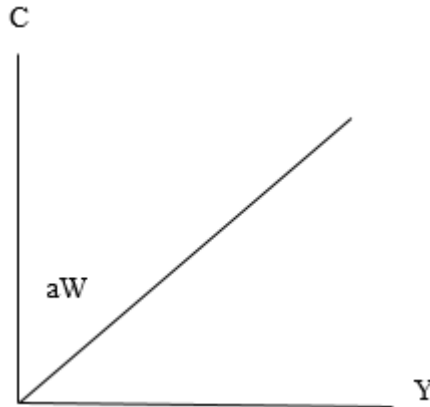
Milton Friedman’ın 1957 yılındaki ‘A Theory of the Consumption Function’ (Tüketim Fonksiyonu Teorisi) çalışmasında serveti yetenek, eğitim, deneyim gibi emek gücü öğeleri ile finansal ve reel zenginlikler şeklinde tanımlamıştır. Hanehalklarının tüketimi ise sahip oldukları bu servet öğelerine bağlı olarak ve yaşam boyu elde etmeyi planladıkları ortalama bir gelir beklentisine göre şekillenecektir. Dolayısıyla servetin artmasıyla birlikte tüketim harcamaları da artacaktır. Tüketim harcamaları içerisinde cari tüketim harcamaları ve gelecek dönemde yapılması planlanan tüketim toplam talebi oluşturan önemli iki etmendir. Geçici gelir ve geçici tüketimin birbiriyle ilişkisiz olup bu nedenle de geçici gelir üzerinden marjinal tüketim eğiliminin sıfır olduğu yönündeki görüş hipotezin en önemli varsayımıdır. Geçici gelir ve tüketimin birbiriyle ilişkisinin olmadığı gibi ek olarak gelir ve tüketim kalıcı unsurları ile de bir ilişki bulunmamaktadır. Friedman sürekli gelir hipotezinde geliri ve tüketimi sürekli ve geçici olarak ikiye ayırmıştır. Bireyin gelecekte ve şu an tek amacı yaşam boyu elde ettiği kazançları ile refah maksimizasyonunu sağlamaktır. Friedman sürekli geliri bireyin servetlerinden elde ettiği ya da etmesi planan faiz vb. gelirler ve sürekli geliri olarak tanımlar. Friedman’a göre geçici gelir ise miras, fazla mesai, prim, şans oyunlarından elde edilen kazançlar şeklinde iken bu gelirin negatif olması hastalık, işten çıkarılma vb. durumlara bağlıdır. Tam tersi durumda ise örneğin sabit maaşın üzerine eklenecek bir prim, bonus gibi ödemelerin artmasıyla beraber pozitif değer almış olacaktır. Benzer şekilde tüketim olgusunu da iki

kısma ayıran Friedman’a göre sürekli tüketim sürekli gelir tarafından belirlenirken geçici tüketim ise toplam gelir tarafından belirlenir. Sürekli gelir hipotezinin odaklandığı nokta ekonomik karar biriminin elde ettiği gelirin yapısı hakkındaki beklentisidir. Yani bu ifadeyi özetlemek gerekirse tüketim sadece kullanılabilir gelire bağlı değil öncelikle sürekli gelirlere bağlıdır, çünkü tüketiciler genel olarak geçici gelirlerini tasarruf etme davranışı sergilerler. Dolayısıyla cari tüketim düzeyi cari gelirden daha yüksek veya daha düşük olabilmektedir (Laumas ve Mohabbat, 1972:730).

### 3.3.8. Hayat Devresi Hipotezi

Yaşam boyu gelir hipotezi gelirdeki büyüme oranı arttıkça tasarruflarında aratacağını savunur. Tasarrufların etkileyen birçok değişken olmakla birlikte yapılan birçok ampirik çalışmada bu hipotezi destekler nitelikte olup gelir ve ekonomik büyüme değişkenleri ile tasarruflar arasında istatistiksel olarak pozitif bir korelasyon bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. (Modigliani ve Brumberg, 1954).

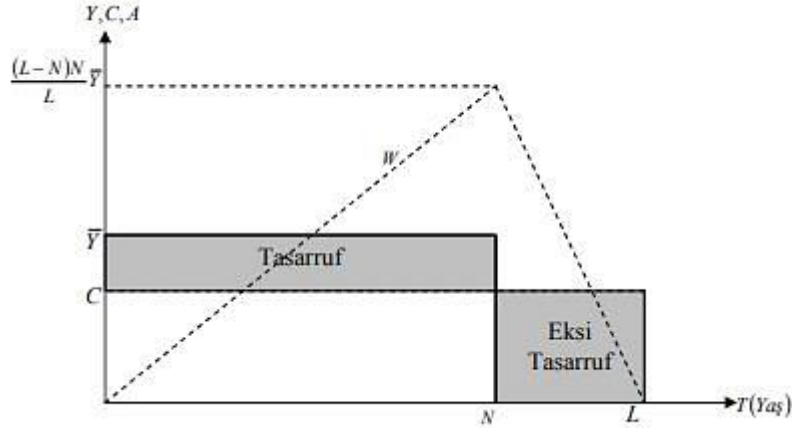
Grafikte de görüleceği gibi Hayat Devresi Hipotezinde tüketim fonksiyonu Keynesyen Tüketim Fonksiyonu gibi Dikey eksende tüketim, yatay eksende gelir yer alıyor. Hipoteze göre tüketim fonksiyonu bireyin T yıl daha yaşamayı planladığı varsayımı altında  $C = W \cdot 1/T + R \cdot Y \cdot 1/T$  şeklindedir. Fonksiyonda W cari serveti ve R emekliliğe kadar geçen süreyi ifade etmektedir. (Aras,2014;114)



Şekil 4. Hayat Devresi Hipotezi

Modigliani ve Brumberg (1954/2005,1979) ve Ando (1963/2005)’in geliştirdiği yaşam döngüsü hipotezinde rasyonel tüketicilerin yaşlarının dikkate alınarak yaşam boyu gelirleri ve varlıklarını tüketime başka bir deyişle tasarrufa nasıl optimal bir şekilde tahsis ettiklerini incelemektedir. Modele göre rasyonel birey yaşamı boyunca faydasını arttırmak için çabalayacaktır. Ortalama tüketimini korumak ve beklenmedik durumlar ya da emeklilik dönemindeki eksi tasarrufu karşılayabilmek adına birey tasarruf yapma eğilimindedir. Modigliani ve Brumberg ile Ando rasyonel karar alan tüketicilerin yaşamları boyunca gelirlerini tüketimleri ile nasıl optimize edeceklerini incelemiştir. Bu amaçla tüketici tüketimini yaşamının her dönemine eşit bir biçimde yayacak bir başka deyişle “tüketim düzleştirmesi” kavramına uygun hareket edecektir. Tüketim düzleştirmesi yaparken ya cari geliri beklenen ortalama yaşam ömrü dikkate alındığında ya tasarruf edecek ya da borçlanacaktır (Serim, Öztürk,2018).

Hayat Devresi Hipotezine yönelik ilk ampirik çalışmalarını Modigliani ve Ando 1963 yılında yaptıkları çalışmalarında tüketimi açıklamada kurdukları regresyon denkleminde servetin etkisini de dahil etmişlerdir.  $C = c_1 Y_d + k_1 W$  şeklinde kurulan modelde  $Y_d$  = Kullanılabilir emek geliri  $W$  = Hane halkının finansal serveti  $c_1$  = Kullanılabilir emek geliri üzerinden marjinal tüketim eğilimi  $k_1$  = Servet üzerinden marjinal tüketim eğilimini ifade eder. Yaptıkları bu ampirik çalışma sonucundaki bulgular Hayat Devresi Hipotezini destekler nitelikte olup marjinal  $c_1$  ve  $k_1$  'i 1'den küçük bulmuş ve tüketim eğiliminin sadece cari gelire ilintili değil faiz gelirinden de fazlasını tükettiği sonucuna ulaşmışlardır (Pehlivan,2006;48-49).



Şekil 5. Servetin, Tasarrufun, Tüketimin ve Gelirin Yaşa Göre Değişimi

(Modigliani, 1986; 300)

Bu çalışmaların bir sonucu olarak da Franco Modigliani, 1986 yılında Nobel İktisat Ödülünü almaya hak kazanmıştır.

Modigliani öncülüğünde geliştirilmiş Ömür Boyu Gelir Hipotezinin (Life Cycle Hypothesis)'in referans noktası Fisher'in Zamanlar Arası Tüketim Tercihi Analizidir. Bireylerin istikrarlı bir tüketim olgusunu tercih ettikleri varsayımı altında gelirlerinde ya da tüketimlerinde meydana gelecek geçici sürekli artış ve azalışların meydana getirdiği çelişkiden uzak olarak tıpkı Friedman gibi hatta daha öte insanların ömür boyu tüketimlerini sabitleme çabasında olduklarını iddia etmiştir. Yani tüketicilerin gerek tüketim gerekse tasarruf tercihlerinde esas amaçlarının yaşam boyu tüketimlerini en iyi şekilde sağlamak olduğunu vurgulamıştır. Bu iddiasını desteklerken tüketicilerin tüketim ve tasarruf tercihlerinde sadece cari gelire değil yaşamları boyunca elde etmeyi planladıkları ortalama gelire odaklanmış tüketicilerin bu ortalama geliri kıstas aldıklarını savunmuştur. Bireylerin tasarruf etmedeki esas amaçlarının ise ileriki yaşlardaki tüketimlerini amorti etmek olduğunu eklemiştir. Dolayısıyla bireyin gelirinin ne kadarını harcayıp ne kadarını tasarruf edeceğini yaşı belirleyecek olup yaşamının hangi aşamasında bulunduğuyla bağlı olarak tüketimin gelire oranı da değişecektir. Modigliani bu yaklaşımı ile tüketimi araştırdığında gençlik ve yaşlılık dönemlerine nazaran orta yaşlarda tüketicinin psikolojik eğiliminin bir sonucu olarak daha fazla tasarruf etme eğiliminde olduğu sonucuna ulaşmıştır (Modigliani and Brumberg, 1954: 388-436; Modigliani and Ando, 1963: 55-84; Modigliani, 1985: 153-154).

### 3.3.9. Rassal Yürüme Hipotezi

John Muth tarafından geliştirilen ekonomik sistemin içerisinde karar alıcıların gelecek döneme dair kararları aldığı varsayımından hareketle tüketim teorisine uyarlanmış haliyle Rassal yürüme hipotezi, 1970 yılında Robert Hall tarafından öne sürülmüştür. Hall (1970), ekonomik yapıda herhangi dalgalanma, ekstrem bir olay ya da politika değişimi yaşanmadığı müddetçe karar alıcıların geçmişte edindiği bilgi ve birikimleri doğrultusunda sürekli gelir ile ilgili karar vereceklerini ve de tüketimlerinde bir değişme gerçekleşmeyeceğini savunmuştur. Şayet bahsi geçen olağan dışı bir durumların yaşanması halinde ise karar alıcıların tahmin noktasında hatalı çıkarımlarda bulunacaklarını ve buna bağlı olarak tüketim düzeyi hatalı tahmin edilmiş olup tüketimde değişme meydana gelmiş olacaktır. İşte bu noktada tüketimin öngörülemediği bu duruma literatürde rassal yürüme adı verilmiştir.

Hall (1978)'e göre tüketiciler her dönemde cari ve gelecekteki gelirleri ile ilgili kullanılabilir tüm bilgilere sahiptirler. Rasyonel beklentiler hipotezine göre tüketim harcamalarında meydana gelecek değişimler rassal yürüyüş sürecinde gerçekleşecektir. Tüketim kararlarını rasyonel beklentiler altında ele alan Hall yaşam boyu gelir hipotezine yönelik bu yaklaşımıyla Davidson, Hendry, Srba ve Yeo (1978), Hall (1978) ve Muellbauer ve Lattimore (1995) nazaran ampirik literatürde ön plandadır (Hall, 1978).

Ekonomide sürpriz durumlar yaşanmadığı sürece bir sonraki dönem için gerçekleşen tüketim cari dönem tüketimi  $C_t$  ile bireylerin hata payının ( $e$ ) toplamına eşittir.  $C_{t+1} = C_t + e$ .

Ekonomik yapının normal seyri dışında, öngörülemeyen ya da tahmin edilmesi mümkün olmayan olağandışı durumların yaşanması halinde tüketim harcamalarının değişiklik göstermesi söz konusudur. Ekonomide yaşanan bu sürpriz şokların iktisat yazınındaki karşılığı “tüketimin rassal yürümesi” şeklindedir. Hall (1978) ‘in tüketimin rassal yürümesi hipotezine göre ekonomik yapıda bahsi geçen şokların yaşanmadığı varsayımı altında bir sonraki dönem için gerçekleşen tüketim cari dönem tüketimi  $C_t$  ile bireylerin hata payının ( $e$ ) toplamına eşittir. Yani  $C_{t+1} = C_t + e$  şeklinde ifade edilir. Rassal yürüme hipotezinin uygulanan politikaların öngörülüp öngörülemediği durumlara göre iki tane görüşü vardır. Bunlardan ilki sürekli gelir düzeyinin belirlenmesinde yaşanacak öngörülemeyen değişimler bireyin tüketimini etkileyecektir. İkinci görüş ise sürekli gelir düzeyinin belirlenmesinde beklentilere yönelik beklenen haliyle tüketim gerçekleşeceğinden bireylerin tüketimleri etkilenmeyeceği yönündedir. Bu hususta yapılan ampirik çalışmalar incelendiğinde ekonomik yapıda karar alıcılar yaşanan beklenmeyen, öngörülemeyen değişimler karşısında bireylerin tüketiminin etkilenmediği yönünde sonuç vermiştir. Bir diğer sonuç ise karar alıcıların gelirinde bir değişme meydana gelmesi halinde tüketimin bu durumdan etkilendiği şeklindedir. Literatürde bireyin tüketiminin etkilenmediği duruma “aşırı düzeltirme adı verilirken, tüketimin etkilendiği senaryodaki duruma “tüketimin aşırı duyarlılığı” adı verilmektedir (Atalay, Peker, 2018:77-78).

### 3.3.10. Anlık Hazzın Cazibesi Hipotezi

Laibson (2001) sonraları literatürde Davranışsal İktisat olarak nitelendirilen tüketicilerin psikolojik süreçlerini de fonksiyona dahil ederek ileri sürdüğü hipotezinde aslında tüketicilerin rasyonel davranıp davranmadığını sorgulamıştır. Laibson ‘ın irdelediği husus tüketicinin rasyonel davranıştan uzak anlık olarak mal ve malların cazibesine kapılarak hareket ediyor olmasıydı. Çünkü böyle bir varsayımdan hareketle tüketici faydasını öne çıkarmaktan ziyade malın cazibesine

kapılarak psikolojik bir eğilim göstermiş olacaktır. Nitekim ilerleye süreçte davranışsal iktisat alanında yapılan çalışmalarda göstermiş oldu ki tüketici irrasyonel birey davranışında uzak eğilim gösterebiliyordu (Durmuş & Şahin,2019,99:100).

Laibson (2001)'ın Anlık Hazzın Cazibesi Hipotezi tüketici tercihlerinin dört temel unsura göre belirlediklerini varsaymaktadır. İlk varsayım tüketicilerin tamamen keyiflerine bağlı olarak ve marjinal faydasının etkisi ile karar verdiğidir. İkincisi de tüketicinin ihtiyaçlarını kategorize edip yönetme noktasında ne kadar planlı olursa olsun o anlık bir etki ile (ki bu etkinin tüketici için hassasiyet taşıması yeterlidir) karar bir anda değişecektir ve neredeyse gelirinin tamamını harcayabilecek durumda kalacaktır. Üçüncü varsayım tamamen tüketici kararlarında birbiriyle çelişecek şekilde davranabileceğini vurgular. Laibson (200)'in örneğinde bu durum; “sigara içen bir kişiyi görmediğinize siz de sigara içmezsiniz” şeklindedir. Dördüncü varsayım kısa vadede tüketicinin kolayca sabırsızlık nedeniyle tercihlerini esnetebileceğidir. Yani uzun vadede tüketici tercihlerini sabırla koruyabiliyor iken kısa vadede kararını her an değiştirme eğilimindedir. Laibson (2001) bu durumu “kişinin kendini ödüllendirme varlığının, ihtiyaçları karşılama zorluğunu ortadan kaldıran itici güçlerle karşılaştığını göstermektedir.” şeklinde açıklar (Laibson, 2001).

Laibson (2001)'ın modeline “Anlık Hazzın Cazibesi” adı verilmesinin esas nedeni tercihlerin çoğu kez anlık veriliyor olması ve bireylerin o an memnuniyet karşısında duyduğu hazzın diğer unsurlardan baskın gelmesidir. Örneğin bir kurabiye'nin pişme kokusunun, bazen parfüm / kolonya kokusu, bazen viski bardağına düşen bir buz sesinin bireyin cezbetmesi ya da bazen bir kâse dondurma görmenin cezbediyor olması gibi. Böyle zamanlarda bireyler o anki memnuniyet ile kısa dönemde tercihler hususunda uzun döneme nazaran sabırsız karar vermektedir (Pamir, 2020:37-38).

### 3.4. Tüketici Güven Endeksi

Tüketici Güven Endeksi, hane halkının ve devletlerin ekonomik açıdan içerisinde bulundukları mevcut durum geçmiş ve gelecek 12'şer aylık periyotlar şeklinde geleceğe ilişkin beklentileri değerlendirme ve hali hazırda tasarruf etme ve harcama yapma eğiliminin ölçülmesi ile oluşturulur (Kaygısız, 2019: 316).

Ekonomiye duyulan güven tüketiciler açısından daha fazla ekonomik faaliyete geçmek dolayısıyla buna bağlı beklentilerin olumlu olduğu bir ortamda tüketici davranışlarının sergilenmesi demektir. Bu doğrultuda gazetelerde, televizyonlarda ve günümüzde popülaritesi olan sosyal medyada hem ekonomiye duyulan güveni destekleyici hem de tam aksi yönde zedeleyici yayınlar görülebilmektedir. Bu haberler içerisinde olumsuzları doğal olarak tüketicinin piyasaya olan güvenini zedeleyeceğinden tüketim yerine daha az tüketme ya da tasarruf etme eğiliminde bulunacaklardır. Elbette ki bu mecralarda manipüle edici asılsız haberlerde dolaşmakta tüketici duygularının da etkisinde algısı bu yönde hareket etmektedir.

*Güven endeksleri, ekonomik birimlerin gelecekle ilgili tutum ve beklentilerini yansıtan önemli göstergelerdir. Aylık tüketici eğilim anketi ile; tüketicilerin kişisel mali durumları ve genel ekonomiye ilişkin mevcut durum değerlendirmeleri ve gelecek dönem beklentileri ile yakın gelecekteki harcama ve tasarruf eğilimlerinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Anketin örnek büyüklüğü aylık 4884 hanedir. Örneğe çıkan hanede, haneyi temsil eden 16 ve daha yukarı yaştaki bir fert kapsamaktadır. Fert, veri giriş programı tarafından tesadüfi olarak seçilmektedir. (TÜİK) Denge katsayısı her bir eğilim sorusu için; pozitif cevap verenlerin yüzdesinden negatif cevap verenlerin yüzdelerinin farkı alınarak hesaplanmaktadır. Denge katsayısına 100 eklenerek her bir soru için ayrı yayılma endeksi oluşturulmaktadır. Daha sonra seçilen soruların yayılma endekslerinin aritmetik ortalaması alınarak Tüketici Güven Endeksi hesaplanmaktadır. Endeks 0 ile 200 aralığında değer almaktadır. Endeksin 100'den*

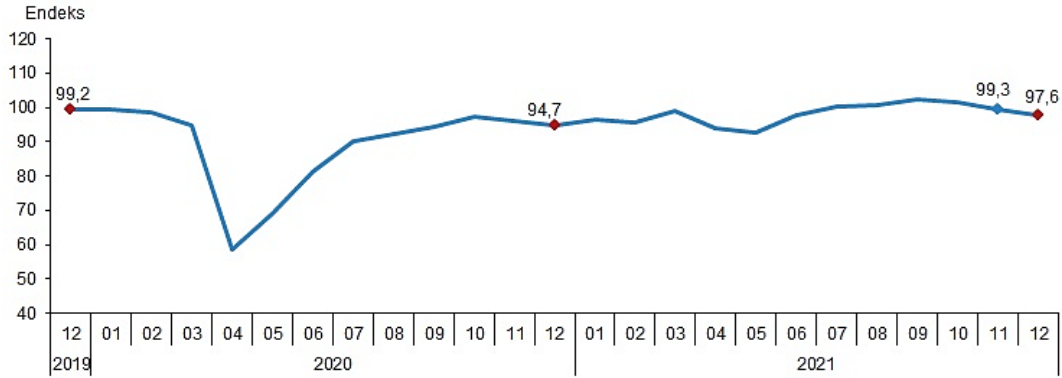
*büyük olması tüketici güveninde iyimser durum, 100'den küçük olması tüketici güveninde kötümser durum olduğunu göstermektedir.*

*TÜİK ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası iş birliğiyle yürütülen tüketici eğilim anketi sonuçlarına göre tüketici güven endeksi, 2020 yılının mayıs ayında, nisan ayına göre %8,5 artarak %54,9'dan %59,5'a yükselmiştir. Aynı dönemde hanenin maddi durum beklentisi endeksi, %79,2, genel ekonomik durum beklentisi endeksi %81,8, işsiz sayısı beklentisi endeksi %55,3 ve tasarruf etme ihtimali endeksi ise %21,7 olarak gerçekleşmiştir. (TÜİK)*

Finansal piyasalarda yer alan enstrümanların hareketleri yönünde ön görüde bulunmak ekonomistlerin ve bilhassa yatırımcıların ilgisini çekmektedir. Bu yönüyle ekonomistlerde piyasada beklentilerin yarattığı ortamda bazı varsayım altında çeşitli analizler gerçekleştirir. Bu analizlerde beklentilerin piyasa yansımaları tam manasıyla ortaya koymak için Türkiye'de 2003 yılından bu yana açıklanan "Tüketici Güven Endeksi" verileri önemli bir referans oluşturmaktadır ( Sarı, S. S., & Ilgın, K. S. 2018:394-395)

Tüketici Güven Endeksi hem ülkedeki hem de bireysel olarak hane halkının içerisinde bulunduğu ekonomik koşullar ve ekonomik beklentilerini yansıtmak üzere yönetilen soruların bulunduğu bir ankete dayanmaktadır. Hem ekonomik hem de istatistiksel bir ölçüt olan tüketici güven endeksi, tüketicinin davranışları, gelir ve faiz oranlarındaki mevcut durumda dahil olmak üzere söylenildiği gibi beklentileri göre değişkenlik göstermektedir (Fuhrer, 1993: 32,33).

**Tablo 2.** Ekonomik güven endeksi (2021-Aralık)



(TÜİK,2021)

**Tablo 3.** Ekonomik güven endeksi, sektörel endeksler ve değişim oranları (2021-Aralık)

|                                         | Endeks      |             | Bir önceki aya göre değişim oranı (%) |             |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|---------------------------------------|-------------|
|                                         | Kasım       | Aralık      | Kasım                                 | Aralık      |
| <b>Ekonomik güven endeksi</b>           | <b>99,3</b> | <b>97,6</b> | <b>-2,0</b>                           | <b>-1,8</b> |
| Tüketici güven endeksi                  | 71,1        | 68,9        | -7,3                                  | -3,1        |
| Reel kesim güven endeksi                | 112,0       | 110,1       | 0,6                                   | -1,7        |
| Hizmet sektörü güven endeksi            | 119,4       | 118,8       | -0,7                                  | -0,5        |
| Perakende ticaret sektörü güven endeksi | 121,9       | 121,5       | 0,6                                   | -0,4        |
| İnşaat sektörü güven endeksi            | 93,6        | 90,0        | 1,0                                   | -3,9        |

Endeks değerleri mevsim etkilerinden arındırılmış değerlerdir.

(TÜİK,2021)

### 3.5. Tüketici Güveni ile Tüketim Harcamaları İlişkisi

Temel haliyle tüketim fonksiyonu  $C = C_0 + cY$  şeklindedir. Bu fonksiyonda tüketim harcamaları C harfiyle gösterilirken gelirden bağımsız olan tüketim harcamalarını yani otonom tüketimi  $C_0$ , gelire bağımlı tüketim harcamalarını ise  $cY$  şeklinde ifade edilir. Bu denklem incelendiğinde açıklanan değişken (bağımlı) C, bağımsız değişken yani bir diğer ifade ile açıklayıcı değişkeni göstermektedir.  $C=f(Y)$  fonksiyonunda görüldüğü üzere C ile gösterilen tüketimin gelire bağımlı olması dolayısıyla Y'ye bağımlı, Y'nin de tüketim harcamalarından bağımsız olması nedeniyle fonksiyonda bağımsız değişken olarak yer almaktadır. Grafik formunda gösterimde iki katsayı bulunmaktadır. Bunlardan dikey eksen kesen  $C_0$  (otonom tüketim harcamaları), c ise eğim katsayısı olarak ifade edilir (Eğilmez,2016). Literatür incelendiğinde tüketim kavramını açıklayan teorilerin çoğunlukla ölçülebilen ve ampirik analizlerde ekonometrik modele dahil edilebilecek nitel ifade edilen makroekonomik değişkenler kullanıldığı görülmektedir. Fakat tüketiciyi rasyonel insanın dışında duygularının da tüketime etkisi görülmeye başlandığında artık psikolojik faktörlerin kullanılması söz konusu olmuştur. Bu aşamada tüketicilerin psikolojik eğiliminin modele temsilen dahil edilebilmesi ancak tüketici eğilimleri ölçümleriyle mümkün olabilmektedir. Tüketici eğilimlerini gösteren endekslerin çalışmalarda kullanılmasıyla beraber artık makroekonomik değişkenlerin dışında bu endekslerinde tüketimi açıklamadaki etkisi elde edilen sonuçlarla sabittir (Özdemir, 2013, s. 2).

Literatürde tüketici güveninin toplam tüketim harcamaları üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalarda kısa ve uzun dönemli ilişki, nedensellik ilişkisi gibi birçok ampirik yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemlerden biri de eşik değer analizi yöntemidir. Bu konu özelinde tüketici güven endeksinin tüketim harcamalarını açıklayıcı tahmin gücünü ortaya koyan eşik değer analizi yöntemini kullanan Dées ve Brinca (2011), Descroches ve Gosselin (2002) gibi araştırmacılar harcanabilir gelirin olduğu modele tüketici güvenini temsilen tüketici güven endeksini dahil ettiklerinde özellikle kayda değer değişimlerin yaşandığı dönemlerde gelir değişkeninin de ilerisinde açıklayıcı güce sahip olduğunu gözlemlemişlerdir. Kaldı ki böylesi dönemleri belirsizliğin yaşandığı

örneğin kriz dönemleri varsayımı altında değerlendirdiğimizde aslında araştırmacıların ABD gibi gelişmiş bir ülke verileriyle yaptıkları çalışmalarda güvenin harcamaları açıklamada ne denli önemli faktör olduğu daha net görülmektedir (Özdemir,2013)

*Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ve Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ortak olarak yayımlanan Tüketici Eğilim Anketinde elde edilen tüketici güven endeksi serisi tüketicinin güvenine ilişkin psikolojik faktörleri içermektedir. Ankette Hanenin maddi durumu (12 ay öncesine göre mevcut dönemde) Hanenin maddi durum beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde) Genel ekonomik durum (12 ay öncesine göre mevcut dönemde) Genel ekonomik durum beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde) İşsizlerin sayısı beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde) Yarı-dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi (geçen 3 aylık döneme göre gelecek 3 aylık dönemde) Mevcut dönemin dayanıklı tüketim malı satın almak için uygunluğu Dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi (geçen 12 aylık döneme göre gelecek 12 aylık dönemde) Mevcut dönemin tasarruf etmek için uygunluğu Hanenin içinde bulunduğu mali durumu Tasarruf etme ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde) Tüketicinin finansmanı amacıyla borç kullanma ihtimali (gelecek 3 aylık dönemde) Tüketici fiyatlarının değişimine ilişkin düşünce (geçen 12 aylık dönemde) Tüketici fiyatlarının değişimine ilişkin beklenti (geçen 12 aylık döneme göre gelecek 12 aylık dönemde) Ücretlerin değişimine ilişkin beklenti (geçen 12 aylık döneme göre gelecek 12 aylık dönemde) Otomobil satın alma ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde) Konut tamiratına para harcama ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde) Konut satın alma veya inşa ettirme ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde) şeklinde sorulara verilen cevapla yer almaktadır.*

Garner (1991), Fan ve Wog (1998), Croushore (2005) ve Haniffi and Masih (2016) tarafından yapılan çalışmalarda bu denklemde tüketici güven endeksine yer verildiğinde tüketim harcamalarını öngörme noktasında yetersiz kalacağı ve dolayısıyla ek bir katkıda bulunmayacağı ortaya konan bulgularla savunulmuştur. Bu öngörülerin aksine tüketici güveninin tüketim harcamalarını açıklamadaki öngörü gücünün olduğunu savunan çalışmalarda literatürde mevcuttur. Bu çalışmaların başında Muller(1963), Carroll vd.(1994), Ludvigson (2004), Acemoğlu ve Scott (1994), Bryant ve Macri (2005), Cuenca vd. (2013) ‘un yapmış oldukları çalışmalar gelmektedir. Birçok ülkeye oranla Türkiye’de 2003 yılından bu yana açıklanmaya başlanan yeni sayılabilecek tüketici güven endeksi ile tüketim harcamaları ilişkisine yönelik çalışmalar literatürde az sayıda bulunmaktadır. Literatürde bu çalışmalar incelendiğinde Erdoğan (2007)’nın özel nihai tüketim harcamaları, gayri safi milli hasıla, tüketici güven endeksi serilerini kullanarak yapmış olduğu çalışma bunların başında geldiği kabul edilebilir. Çalışmada analiz sonucu tüketici güven endeksinin hanehalkı tüketim harcamalarını açıklamada etkisiz olduğu sonucuna ulaşılsa da sonraki dönemde yapılan birçok çalışma bu sonucun aksine tüketici güveninin tüketim harcamaları üzerindeki öngörüsünü önemli ölçüde ortaya koymuştur. Bu çalışmalardan Yamak ve Abdioğlu (2007), Ceritoğlu (2013), Arısoy (2012) ve Arısoy ve Aytun (2014), Karasoy ve Yüncüler (2015), Özdemir (2013’in ampirik bulguları tüketici güven endeksinin tüketim harcamalarının en iyi tahmincilerinden biri olduğu ve modele dahil edildiğinde önemli ölçüde açıklama gücünün var olduğu sonucunu vurgulamaktadır (Yamak, R., Yamak, N. & Erkan, E.,2019:513:514).

#### 4. METODOLOJİ

Bu bölümde çalışmanın amacı, yöntemi ve verilerin tanıtımına değinilecektir. Daha sonra regresyon modeli, durağanlık analizi, eş bütünleşme analizi ve hata düzeltme modeli tahmin sonuçlarına yer verilecektir. Ardından 2004Q1-2021Q3 arası dönem için Türkiye ekonomisinde tüketim harcamalarının belirleyicilerinden tüketici güven endeksi kurulan model ile ARDL Sınır Testi eş bütünleşme analizi kullanılarak değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişki incelenmiştir.

##### 4.3. Veri Seti ve Özellikleri

Çalışmada Türkiye ekonomisine ait 2004;Q1-2021;Q3 dönemleri için üç ayda bir açıklanan tüketim harcamaları verileri, yine aynı şekilde üçer aylık açıklanan ülkemizde de 2004 yılından itibaren açıklanmaya başlanmış tüketici güven endeksi verileri ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) verilerinin de çeyreklik verileri değişken olarak kullanılarak tüketici güveninin tüketim harcamaları ile ilişkisi incelenmiştir. Değişkenlere ait tanım ve kaynak bilgileri Tablo 4’de sunulmuştur. Değişkenler, moving average yöntemine göre mevsimsellikten arındırılmıştır. Çalışmanın devamında kullanılacak olan model (Yamak, R., Yamak, N., & Erkan, E. (2019). Tüketim fonksiyonu ve tüketici güven endeksi, Arısoy, I., & Aytun, C. (2014). Türkiye’de Tüketim Harcamaları, Krediler ve Tüketici Güveni Arasındaki İlişkilerin Analizi, Yaşar, G., & Ceylan, S. (2020). Tüketici Güven Endeksi ile Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İlişkisi ) çalışmalarını takip ederek oluşturulmuştur. Değişkenler modele, doğal logaritmaları alınarak dahil edilmiştir.

$$LNTUKTM = f(LNTGE, LNENF, LNGSYIH)$$

Modelde kullanılabilir gelirin hesaplanmasındaki güçlükler nedeniyle GSYİH kullanılmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları: Koç, Smith, Fuller ve Fabiosa (1998), Robinson (2001), Leong (2001), Banerjee ve Batini (2003). Tüketim Harcamaları TCMB, EVD internet sitesinden Harcama Yöntemiyle-Zincirlenmiş Hacim yöntemi (Bin TL) (Üç Aylık) ile elde edilen veri grubundan yerleşik hanehalklarının toplam tüketim serisi alınarak elde edilmiştir. Ratio to moving average yöntemiyle mevsimsellikten arındırılmıştır. TCMB tarafından Tüketici Eğilim Anketi ile oluşturulan Tüketici Güven Endeksinin üçer aylık serisi çekilerek elde edilmiştir. Gelir değişkeni TCMB, EVDS internet sitesinden Harcama Yöntemiyle-Zincirlenmiş Hacim yöntem ile elde edilen veri grubundan Gsyih(Bin TL) serisi alınarak elde edilmiştir. Ratio to moving average yöntemiyle mevsimsellikten arındırılmıştır. Enflasyon değişkeni TCMB, EVDS internet sitesinden Fiyat Endeksi (Tüketici) (2003=100) veri grubundan genel düzey serisi çekilerek elde edilmiştir

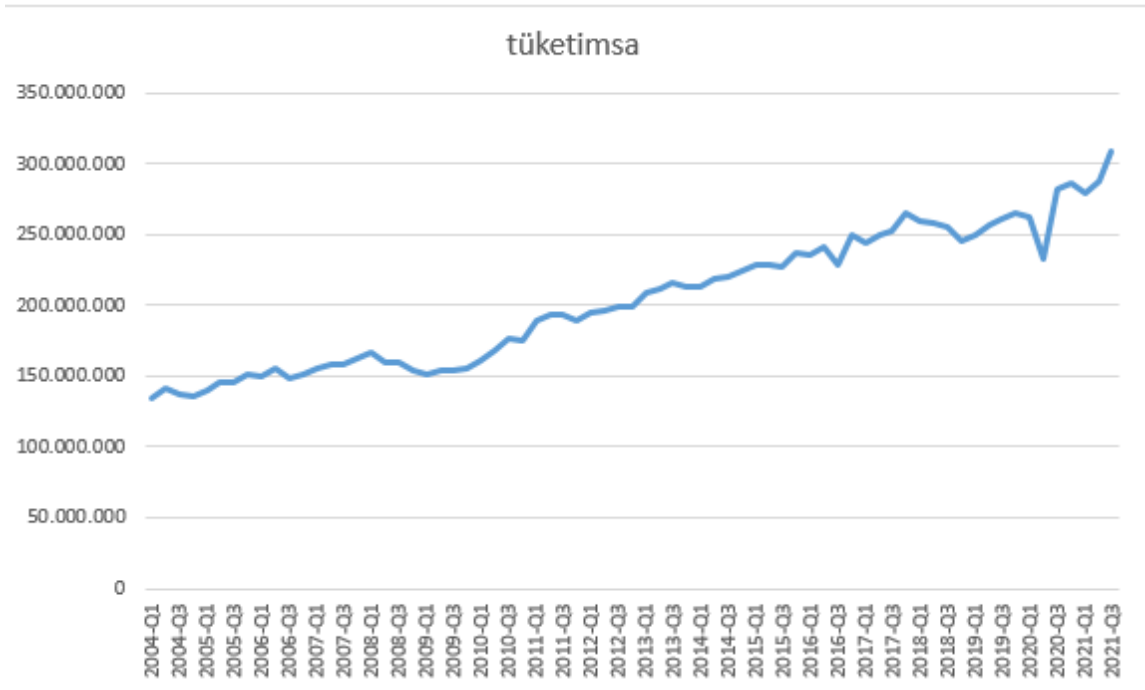
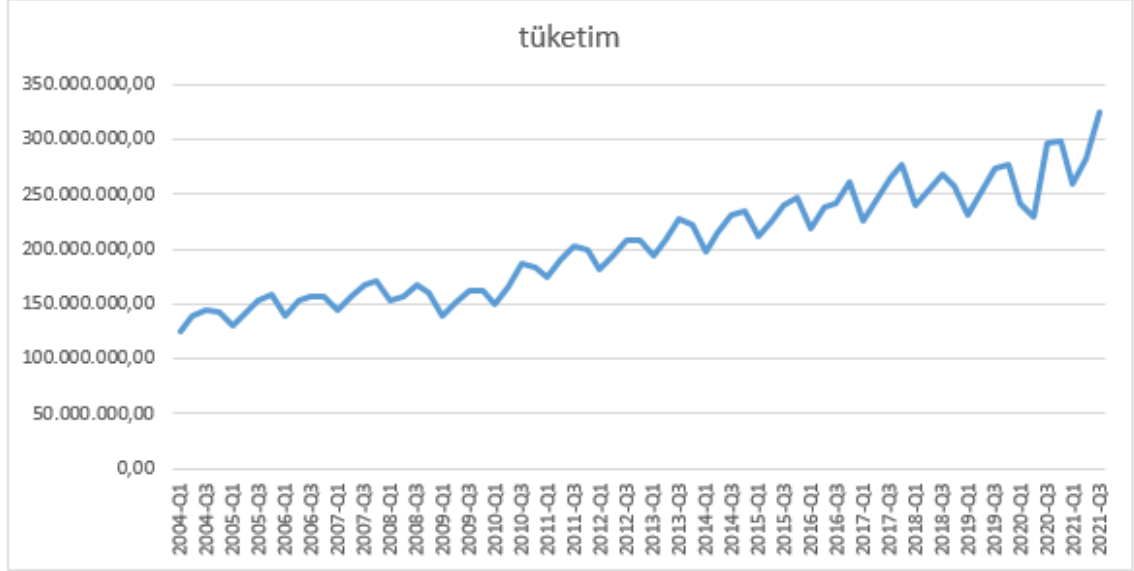
Değişkenlere ait tanım ve kaynak bilgileri Tablo 4’de sunulmuştur.

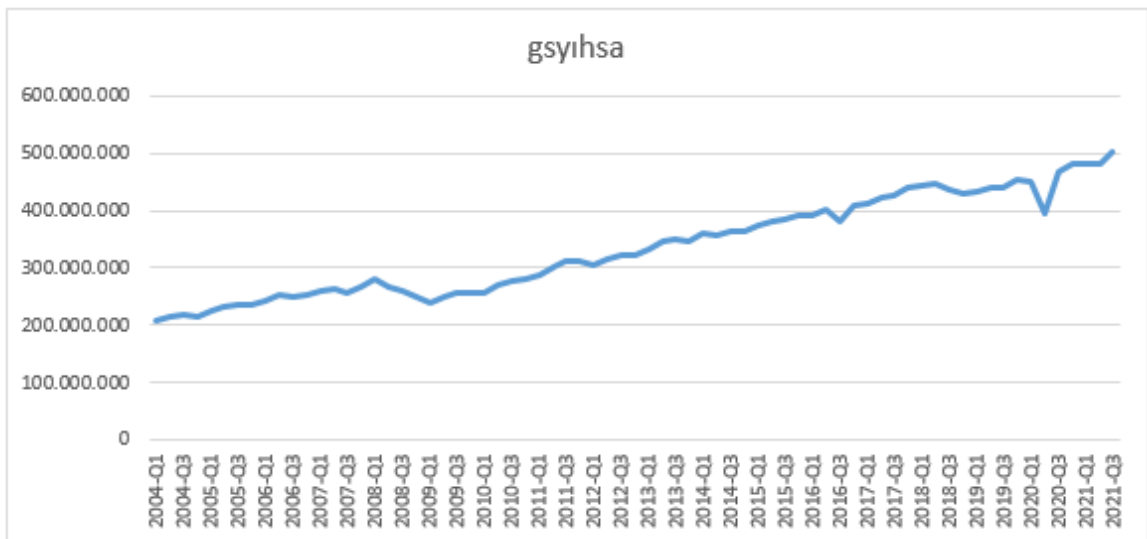
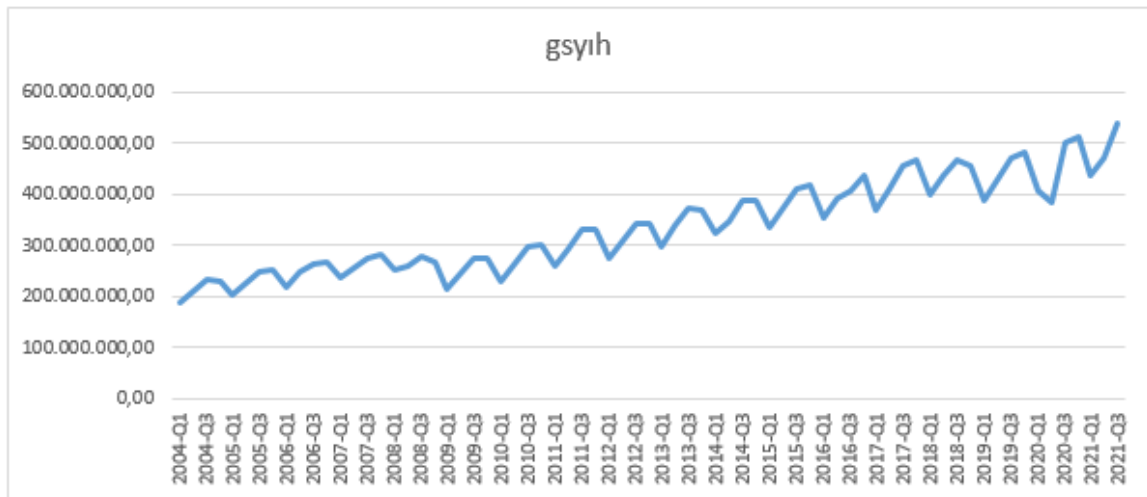
**Tablo 4.** Değişkenler ve Kısaltmaları

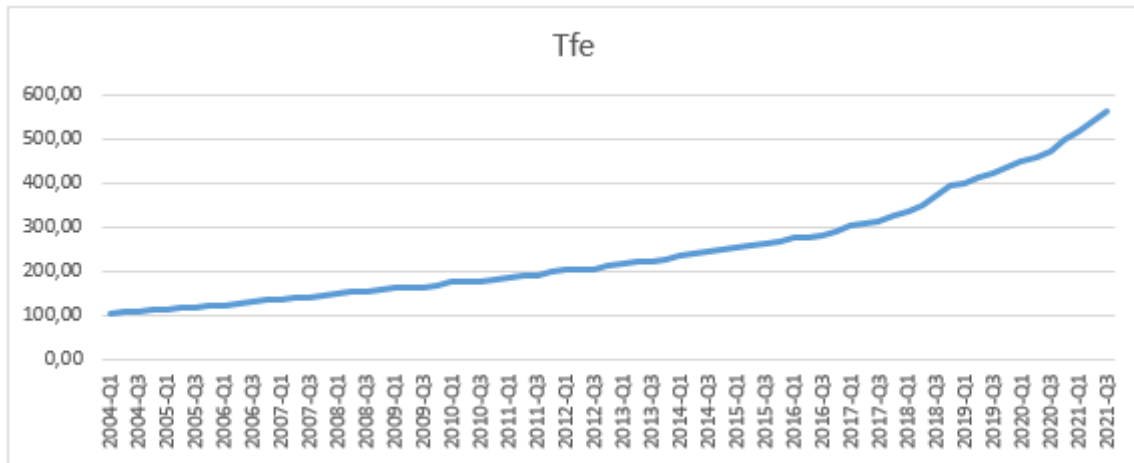
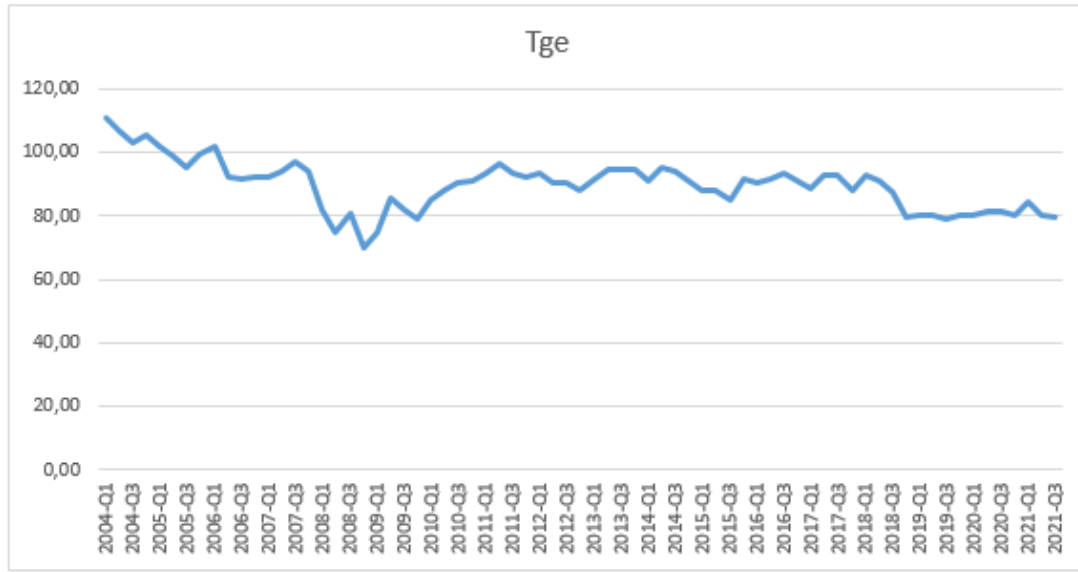
| Değişken                                                      | Kısaltmaları |
|---------------------------------------------------------------|--------------|
| Yerleşik Hanehalklarının Tüketimi (Bin TL-Zincirlenmiş Hacim) | LNTUKTM      |
| Tüketici Güven Endeksi                                        | LNTGE        |
| Tüketici Fiyat Endeksi                                        | LNENF        |
| Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (Zincirlenmiş Hacim)                | LNGSYIH      |

Grafiklerde de görüleceği üzere tüketici güveni değişkenine ait grafik haricinde tüm değişkenlerin artan bir trend içerisinde oldukları söylenebilir. En yüksek tüketim ve en yüksek gelir

2021 yılının üçüncü çeyreğinde ulaşılmış iken tüketicinin güveninin neredeyse 2008 yılında yaşanan krize yakın seviyelere kadar düştüğü gözlemlenmektedir. Tüketici fiyatlarında ise 2021 yılının üçüncü çeyreğine gelindiğinde artış devam etmektedir. Ayrıca gelir ve tüketim değişkenlerinde 2009 yılının ilk çeyreğinde, 2016 yılının üçüncü çeyreğinde ve 2020 yılının ikinci çeyreğinde azalış söz konusudur.







Şekil 6.Değişkenlere ait Grafikler

#### 4.4. Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 5’de değişkenlere ait tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Değişkenlerin ortalaması, standart sapması, en yüksek ve düşük değerleri, basıklık-çarpıklık değerleri ve normallik sınamasına ilişkin bilgi veren Jarque-Bera istatistiği değerler yer almaktadır. İlgili tabloda bütün değişkenlere ait Jarque-Bera olasılık değerlerine bakıldığında 0.05’den büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla tüm değişkenlerin normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir.

**Tablo 5.**Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

| Tanımlayıcı İstatistikler | LNTUKTMSA  | LNTGE       | LNENF       | LNGSYIHS    |
|---------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Ortalama                  | 19.10606   | 4.491752    | 5.396695    | 19.60083    |
| Medyan                    | 19.10902   | 4.511512    | 5.358581    | 19.59447    |
| Maksimum Değer            | 19.54565   | 4.709530    | 6.334830    | 20.03561    |
| Minimum Değer             | 18.71195   | 4.247066    | 4.658774    | 19.14599    |
| Standart Hata             | 0.234491   | 0.088392    | 0.462117    | 0.254609    |
| Skewness                  | -0.036772  | -0.225503   | 0.278470    | -0.017201   |
| Kurtosis                  | 1.653891   | 3.075984    | 2.085287    | 1.664516    |
| Jarque-Bera               | 5.376531** | 0.618823*** | 3.392860*** | 5.2279743** |
| Prob.                     | 0.067999   | 0.733879    | 0.183337    | 0.071370    |

Not: \*\*\*,\*\* ve \* değerleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlam seviyelerinde serinin normal dağılmadığını ifade etmektedir.

Tabloda sadece LNTGE değişkeninin basıklık değerinin 3'ten büyük olduğu dolayısıyla serinin sivri olduğu, haricindeki değişkenlerin basık olduğu tespit edilmiştir. Çarpıklık değerleri incelendiğinde ise tüm değişkenlere ait çarpıklık değerlerinin 0'a yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca negatif olmalarından dolayı serilerin negatif yönde çarpık olduğu göstermektedir. İlgili değişkenleri basıklık değerinin 3'ten büyük olması serinin sivri olduğunu, 3'ten küçük olması ise serinin basık olduğunu göstermektedir. Çarpıklık değerlerinin incelenmesinde ise, çarpıklık değerinin sıfır değerine eşit olması serinin normal dağılıma sahip olduğu gösterirken, çarpıklık değerinin sıfırdan büyük olması serinin pozitif yönde çarpık olduğunu, sıfırdan küçük olması ise serinin negatif yönde çarpık olduğunu göstermektedir (İbicioğlu, M. ve Kapusuzoğlu, 2011:90-91).

#### 4.5. Korelasyon İlişkisi

Değişkenler arasındaki bu pozitif ve anlamlı ilişki değişkenlerin birbirinin nedenseli olduğu doğrulamamaktadır. Korelasyon analizi ile ilişkinin yönü ve büyüklüğü belirlenmekte olup bir iktisadi analiz için bu bilgiler çok önemlidir (Arısoy, Aytun,2014:38)

Değişkenler arasındaki korelasyonlar değişkenlerin birbiriyle ilişkili olup olmadığı hakkında bilgi verebilmekle iken söz konusu ilişkinin yönü veya nedensellik ile ilgili bilgi vermemektedir. Bir değişkenin diğeri ile nedenselliği konusunda ulaşılabilecek bilgi ise değişkenler arasındaki bağılılığı ortaya koyan regresyon modeli ile mümkün olmaktadır (Gujarati, 2004: 696).

**Tablo 6.** Korelasyon Matrisi

| Correlation Probability | LNTUKTMSA | LNGSYIHS | LNTFE    | LNTGE    |
|-------------------------|-----------|----------|----------|----------|
| LNTUKTMSA               | 1.000000  |          |          |          |
| LNGSYIHS                | 0.999999  | 1.000000 |          |          |
| LNTFE                   | 0.997327  | 0.997381 | 1.000000 |          |
| LNTGE                   | 0.999645  | 0.999622 | 0.995341 | 1.000000 |
|                         | 0.000000  | 0.000000 | 0.000000 |          |

Tablo 6’da ise değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi sunulmuştur. Bu verilere istinaden LNTUKTMSA değişkeni ile tüm değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir.

#### 4.6. Durağanlık Analizi

Çalışmada kullanılan ADF birim kök testinde Dickey-Fuller (1979) yaklaşımına göre hata terimlerinin istatistiksel olarak normal dağılıma sahip özelliklerinin ise aynı yapıda bağımsız oldukları varsayılmaktadır. PP birim kök testinde ise hata terimlerinin değişken yapılarda oldukları varsayımı söz konusudur (Abdioğlu ve Değirmenci, 2014;11). Bir başka deyişle Phillips ve Perron (1988) yönteminde Dickey Fuller testinin aksine hata terimleri arasında değişken yapıda olma durumuna müsaade edilir (Kutlar, 2007: 335).

Genişletilmiş ADF, Dickey & Fuller (1979)’a göre hata terimlerinin istatistiksel olarak normal dağılıma sahip, sabit varyanslı, ortalamasının sıfır olduğu varsayımına ek olarak olası beyaz gürültü ihtimaline karşın geliştirilmiştir. Başka bir deyişle ADF’nin bu genişletilmiş uyarlamasında otokorelasyon problemi bağımlı değişkenin ilave gecikme değerleri ile çözüme kavuşturulur. Dickey-Fuller testinde sırasıyla trendsiz-sabit terimsiz model, sabit terimli model ve sabit terimli-trendli model olmak üzere üç regresyon denklemi kullanılır;

$$\Delta y_t = \gamma y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i} + e_t \quad (1)$$

$$\Delta y_t = \alpha_0 + \gamma y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i} + e_t \quad (2)$$

$$\Delta y_t = \alpha_0 + a_2 t + \gamma y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i} + e_t \quad (3) \quad (\text{Asteriou, Hall, 2007: 297}).$$

Zaman serilerinde durağanlığı tespit etmek maksadıyla Phillips-Perron (PP) tarafından öne sürülen yaklaşım temelde Dickey-Fuller tarafından geliştirilen ADF’ye parametrik olmayan istatistiksel yöntem ile yapılan bir düzeltmeden ibarettir. Dickey-Fuller testinde hata terimlerinin bağımsız, normal dağıldığı ve bu hata terimleri arasında bir otokorelasyon sorununun bulunmadığı, gözlem boyunca da sabit varyanslı oluşu varsayılmaktadır (Sabit varyans durumunda  $(e_t \sim IID(O, \sigma_e^2))$  şeklindedir). PP Testinin bu noktada ADF’ye eleştirisi modele eklenen bağımlı değişkenin otokorelasyon problemine çözüm olsa da değişme serbestinde bir azalmaya neden olmaktadır. PP Testi bu problemi ortadan kaldırmak için hata terimleri arasında zayıf bağımlılığa ve hata terimlerinin değişken yapıda olma durumuna müsaade ederek yine ADF’de olduğu gibi üç farklı regresyon modeli için geliştirilmiştir (Phillips, Perron, 1988: 335).

Bu çalışmada serilerin durağanlığı literatürde popüler kullanıma sahip ADF ve PP birim kök testleri vasıtasıyla tespit edilmiş olup Tablo 7 ve Tablo 8’de birim kök testlerine ilişkin sonuçlar sunulmuştur.

**Tablo 7.** Philips-Perron Birim Kök Test Sonuçları

| Değişken   | PP Birim Kök Testi   |                       |                         |
|------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|
|            | Sabitli-Prob.        | Sabitli-Trendli-Prob. | Sabitsiz-Trendsiz-Prob. |
| LNTUKTMSA  | -0.073808-0.9476     | -3.585945-0.0383 **   | 3.951033-1.0000         |
| ΔLNTUKTMSA | -11.60040-0.0001 *** | -11.52743-0.0000 ***  | -10.03170-0.0000 ***    |
| LNTGE      | -2.788073-0.0651 *   | -2.946939-0.1547      | 0.951439-0.3015         |
| ΔLNTGE     | 8.983791-0.0000 ***  | 8.927990-0.0000 ***   | 9.060097-0.0000 ***     |
| LNENF      | 3.117533-1.0000      | 1.387113-1.0000       | 13.55410-1.0000         |
| ΔLNENF     | -7.338658-0.0000 *** | -8.122414-0.0000 ***  | -3.377111-0.0010 **     |
| LNGSYIHA   | -0.586980-0.8661     | -3.295532-0.0755      | 4.392553-1.0000         |
| ΔLNGSYIHA  | -11.01208-0.0001 *** | -10.91398-0.0000 ***  | -9.228282-0.0000 ***    |

**Not:** \*\*\*,\*\* ve \* değerleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlam seviyelerinde serilerin durağanlıklarını göstermektedir. Parantez içindeki değerler Schwarz bilgi kriterine göre optimal gecikme uzunluğunu göstermektedir. Köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir. PP testi için: Mac Kinnon (1996) kritik değerleri sabitte 1 %, 5 % ve 10 % değerleri için sırasıyla -3.528515 -2.904198 -2.589562 ve sabit + trend için 1 %, 5 % ve 10 % olasılık değerleri için sırasıyla -4.096614 -3.476275 -3.165610

PP Test sonuçlarına göre düzey değerinde sabitte, sabit-trendli modelde ve sabitsiz-trendsiz modelde tüketim harcamaları, gelir, enflasyon verileri durağan değildir, birim kök içermektedir dolayısıyla H<sub>0</sub> reddedilemez. Sadece tüketici güven endeksi verisi sabitli modelde %10 düzeyinde durağandır. Daha sonra değişkenlere 1.farkta test uygulandığında tüm değişkenler sabitte, sabit-trendli modelde ve sabitsiz-trendsiz modelde durağandır ve H<sub>0</sub> reddedilir.

**Tablo 8.** ADF Birim Kök Test Sonuçları

| Değişken   | ADF Birim Kök Testi  |                       |                         |
|------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|
|            | Sabitli-Prob.        | Sabitli-Trendli-Prob. | Sabitsiz-Trendsiz-Prob. |
| LNTUKTMSA  | 0.015411-0.9535      | -3.656359-0.0322 **   | 3.227789-0.9996         |
| ΔLNTUKTMSA | -11.26200-0.0001 *** | -11.19382-0.0000 ***  | -10.11169-0.0000 ***    |
| LNTGE      | -2.838231-0.0581 *   | -2.967111-0.1488      | -0.912712-0.3175        |
| ΔLNTGE     | -8.972200-0.0000 *** | -8.917533-0.0000 ***  | -8.955517-0.0000 ***    |
| LNENF      | 3.085486-1.0000      | 0.981249-0.9999       | 14.20177-1.0000         |
| ΔLNENF     | -7.298571-0.0000 *** | -8.120432-0.0000 ***  | -0.063610-0.6579        |
| LNGSYIHA   | -0.718234-0.8349     | -3.437383-0.0547 *    | 2.915899-0.9990         |
| ΔLNGSYIHA  | -10.49906-0.0001 *** | -10.41489-0.0000 ***  | -9.248464-0.0000 ***    |

**Not:** \*\*\*,\*\* ve \* değerleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlam seviyelerinde serilerin durağanlıklarını göstermektedir. Parantez içindeki değerler Schwarz bilgi kriterine göre optimal gecikme uzunluğunu göstermektedir. Köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir. ADF testi için: Mac Kinnon (1996) kritik değerleri sabitte 1 %, 5 % ve 10 % değerleri için sırasıyla -3.528515 -2.904198. -2.89562 ve sabit + trend için 1 %, 5 % ve 10 % olasılık değerleri için sırasıyla -4.096614 -3.476275 -3.165610

ADF test sonuçlarına göre düzey değerinde tüketim harcamaları verisi sadece sabit-trendli modelde %5 anlam seviyesinde durağandır. Sabitli ve sabitsiz-trendsiz modelde durağan değildir, birim kök içermektedir dolayısıyla H<sub>0</sub> reddedilemez. Tüketici güven endeksi verisi de düzey değerinde sadece sabit modelde %10 anlam seviyesinde durağandır. Sabitli ve sabitsiz-trendsiz modelde durağan değildir, birim kök içermektedir dolayısıyla H<sub>0</sub> reddedilemez. Gelir değişkeni düzey değerinde sadece sabit-trendli modelde %10 anlam seviyesinde durağandır. Sabitli ve sabitsiz-trendsiz modelde durağan değildir, birim kök içermektedir dolayısıyla H<sub>0</sub> reddedilemez. Daha sonra değişkenlere

1.farkta test uygulandığında tüm değişkenler sabitte, sabit-trendli modelde ve sabitsiz-trendsiz modelde durağandır ve H0 reddedilir.

ADF ve PP birim kök testi sonucunda değişkenlerin bireysel olarak farklı derecelerde durağan olduğu tespit edilmiştir. Bu yüzden analizin ilerleyen aşamalarında değişkenlerin I(0) ve/ya I(1) gibi farklı derecelerde durağan olmasına imkân tanıyan ARDL yaklaşımı kullanılmıştır.

#### 4.7. Eşbütünleşme Analizi

Eş bütünleşme, temel olarak ifade etmek gerekirse zaman serileri arasındaki uzun dönemli ilişkiyi ortaya koyan analizlerdir. Şayet değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi sonucuna ulaşıyor ise öyleyse aralarında uzun dönemli bir ilişki vardır denir (Yapraklı,2007:74-75)

Bu ilişkinin belirlenmesinde literatürde yaygın olarak Engle ve Granger (1987), Johansen (1988), Johansen ve Juselius (1990) tarafından geliştirilen yöntemler kullanılmaktadır. Bunlardan Engle ve Granger (1987) yönteminde İki değişken ile modelde kullanılan her iki değişkeninde aynı mertebeden durağan olduğu varsayılır. Fakat ikiden fazla değişken olup birden de fazla eşbütünleşme ilişkisinin olabileceği ihtimalinden dolayı tercih edilmemektedir. Johansen (1988) Juselius(1990) testinde serilerin farkı alındığında durağan olmaları gerekmektedir. Bu testlerdeki kısıtlar göz önünde bulundurulduğunda uzun ve kısa dönemli ilişki hakkında bilgi veren ve bu yönüyle de diğer eş bütünleşme testlerine oranla daha etkili sonuçlar veren Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Modellere dayalı ARDL sınır yöntemi geliştirilmiştir (Pesaran vd., 2001). Ayrıca Narayan ve Narayan (2006) ve Sahbaz vd., (2012) göre, ARDL yönteminin test sonuçları klasik eşbütünleşme yöntemlerinin test sonuçlarına göre daha etkili ve tarafsız olup, küçük örneklerde daha iyi sonuç vermektedir. (Akt. Saçık, S. Y., & Karaçayır, E. 2015).

Değişkenlerin durağanlık dereceleri belirlendikten sonra seriler arasındaki uzun dönemli ilişki ARDL Sınır Testi kullanılarak araştırılmıştır. Tek denklem esasına dayanan ARDL sınır testi yaklaşımı iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada değişkenler arasındaki eş bütünleşme ilişkisinin varlığı tespit edilmekte olup ikinci aşamada ise birinci aşamada eşbütünleşik oldukları tespit edilmiş değişkenlerin uzun ve kısa dönem parametreleri tahmin edilir. ( Küçükkırmı, 2017)

Modelde yer alan değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığı aşağıdaki denklem yardımıyla araştırılmıştır.

$$\begin{aligned} \Delta \ln TUKTMSA = & \beta_0 + \beta_1 \ln TUKTMSA_{t-1} + \beta_2 \ln GSYIHS A_{t-1} + \beta_3 \ln TGE_{t-1} + \beta_4 \ln TFE_{t-1} \\ & + \sum_{i=1}^p \delta_i \Delta \ln TUKTMSA_{t-i} + \sum_{i=0}^{q1} \gamma_i \Delta \ln GSYIHS A_{t-i} \\ & + \sum_{i=0}^{q2} \phi_i \Delta \ln TGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{q3} \lambda_i \Delta \ln TFE_{t-i} + \mu_t \end{aligned}$$

Denklem farklı gecikme uzunlukları için tahmin edildikten sonra değişkenler arasında uzun dönemli ilişki F istatistiği yardımı ile test edilmektedir. Ancak F istatistiği standart dağılıma uygun olmamakta yani burada F istatistiğinin asimptotik dağılımı standart olan F istatistiği dağılımına uygun değildir. F istatistiğinin hesaplanan değeri, modeldeki değişkenlerin düzeyde ya da birinci farklarında durağan olup olmadıkları, modelin sabit ya da trend içerip içermemesine bağlı olarak

farklı değerler alır. Boş hipotez uzun dönemli ilişkinin olmadığı, alternatif hipotez uzun dönemli ilişkinin olduğu şeklindedir. Eğer hesaplanan test istatistiği Pesaran, Shin ve Smith (2001)'in çalışmalarında belirlenmiş alt kritik sınırın altında kalırsa seriler arasında eş-bütünleşme ilişkisi olmadığını ileri süren sıfır hipotezi kabul edilir. Hesaplanan F istatistiği, üst sınır değerinden büyükse seriler arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılır ve dolayısıyla alternatif hipotez kabul edilir. Hesaplanan F istatistiği şayet alt ve üst kritik değerler arasında kalırsa kararsız bölge yani uzun dönemli ilişki hakkında herhangi bir karar verilemediğini ifade eder (R.Yamak, N.Yamak, Erkan:2019).

Tahmin edilen sabitli ve trendsiz ARDL(p,q1,q2,q3) ve ARDL(p,q1,q2,q3,q4) modelleri sırasıyla (3) ve (4) numaralı eşitlikte sunulmuştur. Optimal gecikme uzunluklarının belirlenmesinde bilgi kriterleri kullanılmaktadır.

$$LnTUKTMSA = \sum_{i=1}^p \delta_i \Delta LNTUKTMSA_{t-i} + \sum_{i=0}^{q1} \gamma_i \Delta LNGSYIHSA_{t-i} + \sum_{i=0}^{q2} \phi_i \Delta LNTGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{q3} \lambda_i \Delta LNTFE_{t-i} + \mu_t$$

ARDL(p,q1,q2,q3) ve ARDL(p,q1,q2,q3,q4) modelleri kullanılarak uzun dönem parametreler her bir değişken için ayrı ayrı tahmin edilmektedir. Uzun dönem parametrelerinin istikrarlı olup olmadığı CUSUM ve CUSUM-SQ testleriyle belirlenmektedir. Son olarak (5) ve (6) numaralı eşitlikte yer alan hata düzeltme modelleri tahmin edilmektedir. Bu denklemlerde ECT<sub>t-1</sub>, hata düzeltme terimini ifade etmektedir. Kısa ve uzun dönem arasındaki hata düzeltme mekanizmasının çalışabilmesi için hata düzeltme teriminin istatistiksel olarak anlamlı ve 0 ile -2 arasında bir değer alması gerekmektedir. (R.Yamak, N.Yamak, Erkan:2019)

$$\Delta LnTUKTMSA = \beta_0 + \beta_2 ECT_{t-1} + \sum_{i=1}^p \delta_i \Delta LNTUKTMSA_{t-i} + \sum_{i=0}^{q1} \gamma_i \Delta LNGSYIHSA_{t-i} + \sum_{i=0}^{q2} \phi_i \Delta LNTGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{q3} \lambda_i \Delta LNTFE_{t-i} + \mu_t$$

**Tablo 9.** ARDL Sınır Testi Sonuçları

| Anlamlılık Düzeyi | F-İstatistik Değeri=5.544168 k= 3 |       |
|-------------------|-----------------------------------|-------|
|                   | I(0)                              | I(1)  |
| %10               | 2.482                             | 3.31  |
| %5                | 2.924                             | 3.86  |
| %1                | 3.916                             | 5.088 |

ARDL yaklaşımında ilk olarak değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığı sınır testi yardımıyla sınanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 5'te sunulmuştur. F-İstatistik değeri 5.544168 olarak tespit edilmiştir. Tabloda görüleceği üzere modelde de F-istatistik değeri %1 anlamlılık düzeyinde üst sınır kritik değerlerinden büyük olduğundan değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olmadığını ifade eden H<sub>0</sub> hipotezi reddedilmektedir. Yani değişkenlerin seviye değerleri uzun dönemde birlikte hareket etmektedir.

**Tablo 10.** ARDL Model Tahmin Sonuçları

| Değişken             | Katsayı<br>Değeri | Standart Hata | t- İstatistiği |
|----------------------|-------------------|---------------|----------------|
| LNTKTMSA-1           | 0.459287          | 0.113687      | 4.039942*      |
| LNGSYIHS             | 0.889187          | 0.068858      | 12.91334*      |
| LNGSYIHS-1           | -0.496132         | 0.109149      | -4.545445*     |
| LNENF                | 0.065815          | 0.024922      | 2.640779**     |
| LNTGE                | 0.091501          | 0.038142      | 2.398933**     |
| Sabit Terim          | 1.859732          | 0.650620      | 2.858399*      |
| <b>R<sup>2</sup></b> | 0.994258          | Prob.         |                |
| F-İstatistiği        | 2216.580          | 0.000000      |                |
| Jarque-Bera          | 5.279971          | 0,071362      |                |
| Durbin-Watson        | 1.932984          |               |                |

**Not:** \*\*\*,\*\* ve \* değerleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlam seviyelerini göstermektedir.

En uygun model ARDL(1,1,0,0) olarak belirlenmiştir. Schwartz Bilgi Kriteri dikkate alınarak en uygun gecikme uzunluğu tespit edilmiştir. Daha sonra ARDL modeli tahmin edilmiş olup modelde otokorelasyon sorunu olup olmadığı Breusch-Godfrey LM ve sabit varyans varsayımının bozulup bozulmadığı yani değişen varyans (Heteroscedasticity) sorunu Breusch-Pagan-Godfrey ve White testleriyle sınanmıştır. ARDL model tahminine ilişkin sonuçlar Tablo 9’da sunulmuştur. otokorelasyon ve değişen varyans sorunu bulunmadığı yapılan testler neticesinde belirlenmiştir. Jarque-Bera normallik sınaması ile de normal dağılıma uygunluk sınanmış olup bulgulara göre hata terimleri modelde normal dağılmaktadır.

**Tablo 11.** Breusch-Godfrey LM1 Testi

|                   |          |        |
|-------------------|----------|--------|
| F-İstatistiği     | 0.480812 | 0.6206 |
| N* R <sup>2</sup> | 1.069123 | 0.5859 |

**Tablo 12.** Breusch-Pagan-Godfrey-White Heteroskedasticity Testi

|                   |          |        |
|-------------------|----------|--------|
| F-İstatistiği     | 0.484720 | 0.7864 |
| N* R <sup>2</sup> | 2.554094 | 0.7683 |
| F-İstatistiği     | 0.917360 | 0.5259 |
| N* R <sup>2</sup> | 11.33070 | 0.5008 |

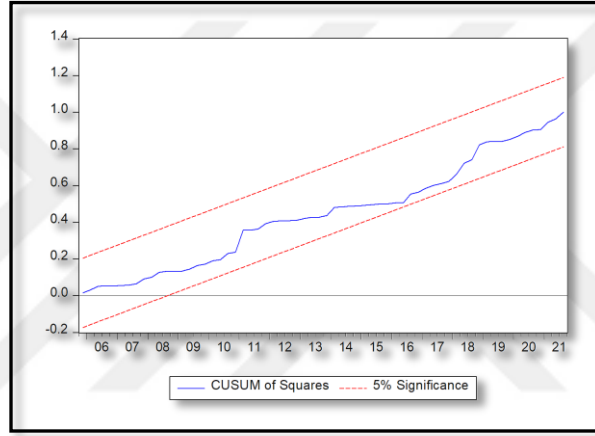
**Tablo 13.** Uzun Dönem Elastikiyet Katsayıları

| Değişken | Katsayı<br>Değeri | Standart Hata | t- İstatistiği |
|----------|-------------------|---------------|----------------|
| LNGSYIHS | 0.726922          | 0.084953      | 8.556779*      |
| LNTFE    | 0.121718          | 0.049920      | 2.438262**     |
| LNTGE    | 0.169223          | 0.065490      | 2.583933**     |
| C        | 3.439409          | 1.286747      | 2.672949*      |

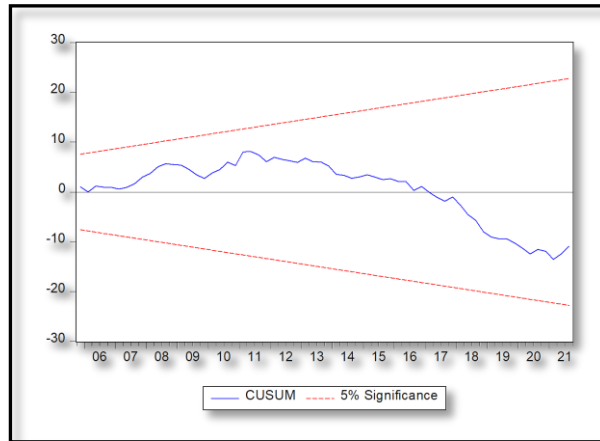
Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığı tespit edildikten sonra uzun dönem elastikiyet katsayıları tahminine geçilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 9’da verilmiştir. Tüketici güven endeksi uzun dönem elastikiyet katsayısı pozitif işaretli ve %5 düzeyinde istatistiksel olarak

anlamlıdır. Uzun dönemde Tüketici güveninde meydana gelecek olan %1’lik bir iyileşme tüketim harcamalarının yaklaşık %0,169223 artmasına neden olabilecektir. Yine aynı şekilde enflasyon değişkeninin de katsayısı pozitif olup %5 düzeyinde anlamlıdır ve enflasyonda meydana gelecek %1’lik bir değişimde tüketim harcamalarında yaklaşık %0,121718’lük bir değişime sebebiyet verecektir. Bunun yanı sıra gelir değişkenin katsayısı da pozitif olup %1 düzeyinde anlamlıdır. Gelir değişkeninde %1’lik değişim tüketim harcamalarında %0,726922’lük artışa neden olacaktır. Aynı zamanda görülmektedir ki Tüketici güven endeksi tüketim fonksiyonunda gelirden sonra etkisi en büyük olan değişkendir.

Çalışmada modeldeki değişkenlerin katsayılarının istikrarlılığının araştırılmasında literatürde Brown, Durbin ve Evans (1975) tarafından geliştirilen CUSUM ve CUSUMQ testleri yapılmış (Yılmaz, Demirgil,2021:299) Grafik 9 ve 10’da CUSUM ve CUSUMSQ test sonuçları sunulmuştur. Testten elde edilen bulgulara göre tahmin edilen ARDL modellerinde %5 anlamlılık düzeyinde herhangi bir istikrarsızlık gözlenmemiştir.



**Şekil 7.** Cusum Test Sonuçları (%5 Significance)



**Şekil 8.** Cusum of Squares Test Sonuçları (%5 Significance)

**Tablo 14.** Hata Düzeltme Model Sonuçları

| Değişken    | Katsayı Değeri | Standart Hata | t- İstatistiği | Prob.  |
|-------------|----------------|---------------|----------------|--------|
| LNGSYIHS -1 | 0.889187       | 0.055172      | 16.11677       | 0.0000 |
| ECT(-1)*    | -0.540713      | 0.099632      | -5.427098*     | 0.0000 |

**Tablo 15.** Ramsey Reset Test Sonuçları

|               |          | Prob.  |
|---------------|----------|--------|
| T-İstatistiği | 1.977938 | 0.0523 |
| F İstatistiği | 3.912238 | 0.0523 |
| ECT(-1)*      | 4.217301 | 0.0400 |

Tablo 14'deki Hata Düzeltme Modeli Sonuçları incelendiğinde kısa dönemde GSYİH değişkeni tüketim harcamalarını olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Hata düzeltme terimini ifade eden ECM (-1) istatistiksel olarak anlamlı ve katsayı değeri 0 ile -1 arasında yer almaktadır. Bu sonuç modelin hata düzeltme modelinin çalıştığını göstermekte ve kısa dönemde meydana gelecek dengesizliklerin uzun dönemde giderileceğine işaret etmektedir. Tüketim harcamaları, gelir, enflasyon ve tüketici güven endeksinde meydana gelecek olan kısa dönemli sapmalar uzun dönemde azalan salınımlar göstererek tekrardan dengeye gelecektir. Kısa ve uzun dönemde meydana gelen dengesizlik bir çeyrek sonunda yaklaşık %54 oranında azalacaktır. Tüketici güven endeksinin tüketim harcamaları fonksiyonu üzerindeki etkilerinden bir diğeri çok düşük olsa bile kısa ve uzun dönem dengesizliğinin daha hızlı giderilmesindeki rolüdür.

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada 2004:1- 2021:04 döneminde tüketici güven endeksi, tüketici fiyat endeksi ve hane halkı gelirin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaçla, oluşturulan modele göre tüketim harcamaları bağımlı, gelir, tüketici güven endeksi ve yanında tüketici fiyat endeksi de bağımsız değişkenler olarak modele dâhil edilerek, bu değişkenler ile tüketim harcamaları arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkinin varlığı ve yönü araştırılmıştır. Elde edilen bulgular analiz döneminde, hane halkı gelirin işaretinin pozitif ve anlamlı olması dolayısıyla hem kısa hem de uzun dönemde tüketim harcamalarının en önemli açıklayıcısı olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda modele tüketicilerin ekonomiye duydukları güveni ve geleceğe yönelik beklentilerini anket yöntemiyle ölçen tüketici güven endeksi güveni temsilen modele eklenmiştir. Gelir değişkeninin yanı sıra tüketici güven endeksi değişkeni çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda gelirin hemen ardından ikinci sırada tüketim fonksiyonu üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Son olarak enflasyonu temsilen modelde yer alan tüketici fiyat endeksi değişkeninin de katsayısı pozitif olup anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın ana amacına göre tüketicinin güveninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde ülkeler için bir ekonomik gösterge olan güven endekslerinden tüketici güven endeksinin gerek üretici gerek tüketici gerekse de politika yapıcılar için ciddi önem arz ettiği görülmektedir. Bu çalışmanın yazın taramasında da görüleceği üzere tüketim fonksiyonunun açıklanmasında gelir, tüketici kredileri, tüketici fiyat endeksi gibi birçok değişken çalışmalarda kullanılırken tüketicinin güvenliğini analize dahil eden çalışma az sayıda mevcuttur. Türkiye örneğinde bu çalışmaların sayısının az olmasının nedeni kuşkusuz birçok Avrupa ülkesine göre Türkiye’de hane halkı beklenti anketinin yani tüketici güven endeksinin 2004 yılı itibarıyla açıklanmaya başlamasıdır.

Bu bağlamda yapılan araştırma sonuçları göstermektedir ki tüketici güven endeksinin tüketicilerin harcama noktasındaki davranışsal eğilimleri olarak değerlendirmek doğru bir yaklaşım olacaktır. Hane halklarının yapmış oldukları tüketim harcamaları o ekonomiye duydukları güven oranında artmakta ya da azalmaktadır. Bu sayede ekonomiye bu açıdan yön vermiş oldukları sonucu kaçınılmaz olacaktır. Çünkü iktisadi beklentiler ekonomiye duyulan güvenin neticesinde ciddi derecede yön vermekte, hem tüketim hem de yatırım kararlarında kayda değer rol oynamaktadır. Politika belirleyiciler de gittikçe önemi artan tüketici güven endeksi doğrultusunda maliye ve ekonomi politikalarını düzenlemesi gerektiği çalışmanın önerileri arasındadır. Çünkü bu çıkarımları destekleyen birçok çalışma güveni gelecek dönemler için belirleyici bir öncü gösterge olduğunu ortaya koymuştur.

Bu açıklamalar ışığında çalışmanın hem davranışsal iktisat hem de tüketicinin güvenliğini doğrultusunda ortaya çıkan davranış biçimleri konusunda literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca piyasaya olan güven duygusunun tüketiciler tarafından nasıl algılandığı ve tercihlerini ne yönde etkilediği ekonominin üretim kanadı için ve politika yapıcılar için plan ve strateji oluşturulması açısından faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abdioğlu, Z., & Değirmenci, N. (2014). Petrol fiyatları-hisse senedi fiyatları ilişkisi: BIST sektörel analiz. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), 1-24.
- Acemoğlu, D. and Scott, A. (1994). "Consumer Confidence and Rational Expectations: Are Agents Beliefs Consistent with the Theory?", *The Economic Journal*, no: 104, p. 1-19.
- Akdere, Ç. & Büyükboyacı, M. 2015. Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı. İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar. 105-137. Ankara: İmge Kitabevi.
- Aktan, C. C., & Yavuzaslan, K. (2020). Davranışsal İktisat: Bireylerin İktisadi Karar ve Tercihlerinde Zihinsel, Duygusal ve Psikolojik Faktörlerin Analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 12(2), 100-120.
- Angner, E. ve G. Loewenstein (2006), "Behavioral Economics", <http://sds.hss.cmu.edu/media/pdfs/loewenstein/BehavioralEconomics.pdf>, (Erişim: 23.12.2009).
- Aras, A. (2014). Finansal Yatırım ve Tüketim Kararları Çerçevesinde Dönemlerarası Tüketim Ertelemesi . *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*,(594),113-122. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/fpeyd/issue/48053/607647>
- Arısoy, İ., & Aytun, C., (2014). Türkiye’de tüketim harcamaları, krediler ve tüketici güveni arasındaki ilişkilerin analizi. *Business & Economics Research Journal*, 5(2), 33-45.
- Arısoy, İ., (2012). Türkiye ekonomisinde iktisadi güven endeksleri ve seçilmiş makro değişkenler arasındaki ilişkilerin var analizi. *Maliye Dergisi*, 162, 304-315.
- Asteriou, D., Hall, S.G., (2007), *Applied Econometrics*, (Revised Edition), Palgrave Macmillan, New York.
- Atalay, F. (2018). Tüketim fonksiyonunu belirleyen faktörler: Türkiye örneği (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Aydoğdu E. (2021). Davranışsal iktisat kapsamında enerji tüketimine etki eden faktörler: Manisa ili analizi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İktisat Ana Bilim Dalı / İktisat Teorisi Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 1-127.*
- Ayhan Ş. (2022).Tüketici tercihlerinin davranışsal iktisat bağlamında incelenmesi: Erzurum mobilya alışverişleri örneği Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı / Bölgesel Kalkınma İktisadi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 1-97.
- Barak Osman, (2008). "İMKB’de Aşırı Reaksiyon Anomalisi ve Davranışsal Finans Modelleri Kapsamında Değerlendirilmesi", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10/1, 207-229.
- Başarır, Ç., Bicil, İ., & Yılmaz, Ö. (2018). Tüketici Güven Endeksi İle Seçilmiş Finansal ve Makroekonomik Göstergeler Arasındaki İlişki. In *International Conference On Applied Economics and Finance, Extended With Social Sciences* (pp. 732-739).
- Bilir İ. (2021). Davranışsal iktisat çerçevesinde tüketici davranışlarının incelenmesi: Adıyaman ili örneği (Doctoral dissertation, Adıyaman Üniversitesi).
- Bryant, w. a., & Macri, j., (2005). Does sentiment explain consumption? *Journal of economics and finance*, 29(1), 97-110.
- Ceritoglu, E., (2013). Household expectations and household consumption expenditures: the case of turkey. *Central Bank of The Republic of Turkey, Working Paper*, No. 1310.
- Cevizli, İ. (2021). İktisatta rasyonel birey analizi: Davranışsal iktisat ekseninde bir deneysel çalışma. *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.1-126.*
- Çekiç, S. (2016). Davranışsal iktisat bağlamında cinsiyet farkının tüketici tercihlerine etkisi: Bartın örneği (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Çetintürk, K. (2020). Davranışsal iktisat perspektifinden tüketim harcamalarında sosyal medyanın etkisi: Y ve Z kuşakları üzerine bir analiz (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- ÇİMAT, A., Mehmet, A. V. C. I., & Yahya, N. A. S. (2016). Hanehalkı Borcunun Belirleyicileri: Fethiye Örneği. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 6(15), 37-63.
- Daniel Kahneman ve Amos Tversky, "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica* 47, No. 2 (March, 1979): 263-292

- Daniel, K. (2017). Thinking, fast and slow.- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.
- Dees, S., & Brinca, P. S. (2013). Consumer confidence as a predictor of consumption spending: Evidence for the United States and the Euro area. *International Economics*, 134, 1-14.
- Demirel, S. K., & Artan, S. (2017). The causality relationships between economic confidence and fundamental macroeconomic indicators: Empirical evidence from selected European Union countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(5), 417.
- Doru, f. (2020). Davranışsal İktisat ve Çıpalama Üzerine Bir İnceleme (Master's Thesis, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Duesenberry, J. S. (1949). Income, Saving, and The Theory Of Consumer Behavior.
- Durmuş, S., & Şahin, D. (2019). Türkiye’de Enflasyon, Döviz Kuru ve Tüketici Kredileri Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (23), 95-112.
- Edirnegil A. (2021). Davranışsal iktisat bağlamında hanehalkı elektrik tüketiminin belirleyicileri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı İktisat Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.1-193.
- Eğilmez Mahfi, (2016), Tüketim Fonksiyonu ve Türkiye, Kendime Yazılar 09.08.2016
- Erdoğan, O., (2007). Tüketim harcamaları ve güven. *Ekonomik Yaklaşım*, 18(64), 93-102.
- Eser, Toğonbaeva, Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat (2011) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan, 6(1), 287-321,
- Fan, CS ve Wong, P. (1998). Tüketici duyarlılığı hanehalkı harcamalarını tahmin ediyor mu?: Hong Kong örneği. *Ekonomi mektupları* ,58 (1), 77-84.
- Fazıl, T. M. (2019). Davranışsal iktisat perspektifinden enflasyonist ortamda tüketici davranışları (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Fuhrer, J. C. (1993). What role does consumer sentiment play in the US macroeconomy?. *New England Economic Review*, (Jan), 32-44.
- Gujarati, D. N. (2004), *Economics Basic Econometrics*, Mcgraw Hill s.696-698 ,797-820.
- Gülcan, N., & Akkuş, H. T. Türkiye’de Farklı Kesimler İçin Oluşturulan Güven Endeksleri Arasındaki Uyum ve Etkileşimin İncelenmesi. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 2(1), 11-19.
- Gündüz, İ. O., Sönmezler, G., & Akduğan, U. (2017). An analysis of the relationship between consumer confidence index and credit card expenditures in Turkey. *IIB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, 8(27), 1-16.
- HALL, Robert (1978), “Stochastic Implications of the Life Cycle-Permanent Income Hypothesis: Theory and Evidence”, *Journal of Political Economy*, 86(6), 971-987.
- İbicioğlu, M. ve Kapusuzoğlu A., “İMKB İle Avrupa Birliği Üyesi Akdeniz Ülkelerinin Hisse Senedi Piyasalarının Entegrasyonunun Ampirik Analizi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Anadolu University Journal Of Social Sciences)*, 2011,Cilt/Vol.: 11 - Sayı/No: 3 : 85–102.
- Kahneman D. & Tversky A. (1981). The Framing of Desicions and The Psychology of Choice. *Science*, New Series, 211(4481), 453-458
- Kahneman, D. (2018). Hızlı ve Yavaş Düşünme (9.Basım b.). (O. Ç. Deniztekin, & F. Nayır Deniztekin, Çev.) İstanbul: Varlık Yayınları.497
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *Journal Of Economic Perspectives*, 193-206.
- Karaca, Ö. (2017). Davranışsal iktisat çerçevesinde bireylerin tüketim davranış eğilimleri: kamu çalışanları örneği (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 11).
- Karakuş S. (2021). Davranışsal iktisat perspektifinden tüketim kültürü ve karar verme süreci. İstanbul Kültür Üniversitesi / Lisansüstü Eğitim Enstitüsü / İktisat Ana Bilim Dalı / Yönetim Ekonomisi Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 1-111.
- Karan, Mehmet B., Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi, Ankara, Gazi Kitabevi, 2004.

- Karasoy, H. G., & Yüncüler, C., (2015). The explanatory power and the forecast performance of consumer confidence indices for private consumption growth in turkey. Central Bank of The Republic of Turkey, Working Paper, No. 15/19.
- Kaya, S. (2018). Türkiye'nin tüketim fonksiyonu: Yapısal kırılmalı zaman serisi analizi (1998-2016). İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi, 5(1), 1-34.
- Kaygısız, A. D. (2019). Türkiye'de Tüketici ve Reel Kesim Güven Endeksi ile Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişki: 2010 – 2018. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 17(1), 314 – 332.
- Mankiw, N.G. (1992), Macroeconomics, Worth Publishers, New York
- Keynes, J. M. (1936) The General Theory of Employment, Interest and Money. McMillan: London, United Kingdom.
- Koç, E., & Aydın, F. (2018). Cinsiyetin satın alma kararları üzerindeki etkisinin davranışsal iktisat perspektifinden değerlendirilmesi. TC Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 1-114.
- Kutlar, A. (2000). Ekonometrik Zaman Serileri Teori Ve Uygulama. Ankara: Gazi Kitabevi, 1. Baskı.
- Küçüksucu, M., Konya, S., & Karaçor, Z. (2017, October). Davranışsal İktisat Ekseninde İktisatta Psikolojik Arka Plan. In ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies) (No. 2).
- Küçükkırmızı C.(2017). Türkiye'de Yurt Dışı Yerleşiklerin Mülkiyetindeki Devlet İç Borçlanma Senetleri İle İkincil Piyasa Faizleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Emisyon Genel Müdürlüğü Ankara, , Uzmanlık Yeterlik Tezi,1-112
- Laibson, D. (2001). A Cue-Theory Of Consumption. Quarterly Journal of Economics, 83.
- Laumas, P.S. & Mohabbat, K. (1972). The Permanent Income Hypothesis: Evidence from Time- Series Data, American Economic Review, 62(4), 730-734.
- Ludvigson, S. C. (2004). Consumer confidence and consumer spending. Journal of Economic perspectives, 18(2), 29-50.
- Muharrem Ş. (2021). Davranışsal iktisat çerçevesinde tüketici davranışlarının incelenmesi: Manisa ekonomisi analizi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İktisat Ana Bilim Dalı / İktisat Teorisi Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.1-198
- Özdemir, G. Z. (2013). Tüketici güveninin tüketim harcamaları ile ilişkisi ve öngörü gücü: türkiye örneği. Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü Ankara.
- Pamir, Y. (2020). Tüketici Güven Endeksi, BİST Sanayi Endeksi Ve İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi (Doctoral dissertation).
- Parasız, İ. (1998) Makro Ekonomi, Teori ve Politika, 7. Baskı. Ezgi Kitabevi Yayınları: Bursa.
- Pehlivan, G. G. (2006). Türkiye'nin tüketim fonksiyonu: Ekonometrik bir uygulama (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü)
- Pehlivan, G. G., & Utkulu, U. (2007). Türkiye'nin Tüketim Fonksiyonu: Parçalı Hata Düzeltme Modeli Bulguları. Akdeniz İİBF Dergisi, 7(14), 39-65.
- Pesaran, M. H., Yongcheol S., & Smith, R. J., (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. Journal of Applied Econometrics, 16, 289-326.
- Phillips, P.C.B., P., Perron, "Testing for a Unit Root in Time Series Regression", Biometrika, 1988/75, ss. 335-345.
- Rabin, M. (2002). A Perspective on Psychology and Economics. European Economic Review , 46, 657-685.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2012). Management (11th ed.). Pearson Prentice-Hall.
- Ruben, Ester ve Dumludağ, Devrim. (2015). Davranışsal İktisadın Gelişimi. İktisat ve Toplum , 4-9.
- Sacit, S. A. R. I., & YILDIRIM, K. (2021). Özel Tüketim Harcamalarının Belirleyicileri: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(2), 391-416.
- Saçık, S. Y., & Karaçayır, E. (2015). Türkiye'de cari işlemler hesabının finansmanı: ARDL sınır testi yaklaşımı. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (33), 155-166.)

- Sarı, S. S., & Ilgın, K. S. (2018). Makroekonomik Faktörler ile tüketici güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. In International Congress on Political, Economic and Social Studies (Vol. 394, p. 402).
- Savaş D.A. (2021). Davranışsal iktisat perspektifiyle tüketici tercihi: Kültür çerçevesinde karşılaştırmalı bir inceleme. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı İktisat Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.1-204.
- Sefil, S. ve Çilingiroğlu, H. K. (2011). Davranışsal Finansın Temelleri: Karar Vermenin Bilişsel Ve Duygusal Eğilimleri, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:10 Sayı:19: 247-268.
- Sendhil, M. ve Richard T., (2004), "Behavioral Economics" , International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences, 1094-1100.
- Sent, E. M. (2004), "Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics", History of Political Economy, 36(4), 735-760.
- Serim, H., & Öztürk, F. (2018). Davranışsal İktisat ve Zamanlararası Tercih: Tasarruf Davranışı Üzerine Bir İnceleme. Politik Ekonomik Kuram, 2(2), 146-172.
- Sevgin, M. (2020). Cognitive biases and heuristics in terms of behavioral economics: Applications of anchoring effect and loss aversion (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Solak, T. (2019). Davranışsal iktisat ve bireylerin karar verme sürecinde ortaya çıkan gizli tuzaklar üzerine bir inceleme (Master's thesis, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Şentürk, G.(2021). Plastik poşet ücretinin tüketici davranışlarına etkisinin davranışsal iktisat bağlamında değerlendirilmesi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Taşdemir, M. (2006). Dinamik Genel Denge Modellerinde Zamanlararası Tercihler: İndirgenmiş Fayda Teorisi Ve Yetersizlikleri. Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12, 115-129.
- Tekin, B. (2016). Beklenen Fayda ve Beklenti Teorileri Bağlamında Geleneksel Finans-Davranışsal Finans Ayırımı/Traditional Finance-Behavioral Finance Distinction in the Context of Expected Utility and Prospect Theories. Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 2(4), 75.
- Tepeler, M. İ. (2017). Davranışsal iktisat bağlamında karar vericilerin risk davranışlarının deneysel analizi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. Marketing Science, 4(3), 199-214.
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. Journal of Behavioral Decision Making, 12(3), 183-206.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2019). Nudge Improving decisions about health wealth and happiness.
- Topçu, N., Aksoy, M., & Topcu, N. (2013). Altın İle Hisse Senedi Ve Enflasyon Arasındaki İlişki. Atatürk üniversitesi iktisadi ve idari bilimler dergisi, 27(1), 59-78.
- Tversky A. i Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. Science, New Series, Vol. 185, No. 4157, 1124-1131.
- Ülgener, Sabri (1986), "Milli Gelir İstihdam ve İktisadi Büyüme", İstanbul, Filiz Kitapevi. (Ülgener, S. (1970). Milli Gelir İstihdam ve İktisadi Büyüme, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fak. Yayını.
- Yamak, R. , Yamak, N. & Erkan, E. (2019). Tüketim Fonksiyonu ve Tüketici Güven Endeksi . Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,10(19),533.558.Retrievedfrom<https://dergipark.org.tr/en/pub/kauibf/issue/45479/537798>
- Yaşar, G., & Ceylan, S. (2020). Tüketici Güven Endeksi ile Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İlişkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (44), 343-353.
- Yazıcı, S., & Karabulut, D. G. Tüketici Güven Endeksinin Tüketimi Öngörü Yeteneğinin Ölçülmesi.
- Yeşilçöllü N. (2021). Davranışsal iktisat bağlamında ekonomik karar verme: Bilişsel ön yargı uygulamaları. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü / İktisat Ana Bilim Dalı İktisat Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.1-133.
- Yılmaz, V., & Demirgil, B. Finansal Gelişme ve Gelir Dağılımı Eşitsizliğini İncelemeye Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: Türkiye Örneği. Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 7(2), 57-74.

- Yunusov V. (2021).Markanın davranışsal iktisat bağlamında yeri ve tüketiciler üzerindeki etkisi: Azerbaycan örneği. İstanbul Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İktisat Teorisi Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.1-78.
- Yürük, S. (2017). Davranışsal iktisat bağlamında tüketici davranışlarının incelenmesi: örnek çıpalama uygulaması (Master's thesis, ESOGÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Zengi C.A. (2022). Davranışsal iktisat bağlamında, demografik farklılıkların tüketici davranışlarına etkisi: Aydın ilinde bir uygulama. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi,1-188.
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ekonomik-Guven-Endeksi-Aralik-2021-37519#:~:text=Ekonomik%20g%C3%BCven%20endeksi%2097%2C6,sekt%C3%B6r%C3%BC%20g%C3%BCven%20endekslerindeki%20d%C3%BC%5%9F%C3%BC%5%9Flerden%20kaynakland%C4%B1.>

