



T.C.

MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**MENTAL MUHASEBENİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
HARCAMA YAPMA SÜRECİNDEKİ ROLÜ**

Yasemin EKER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MUHASEBE VE FİNANSAL YÖNETİM ANABİLİM DALI

DANIŞMAN

Doç. Dr. Ali APALI

JÜRİ

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan ÇARIKÇI

JÜRİ

Dr. Öğr. Üyesi Harun ÖĞÜNÇ

BURDUR

2020

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	i
ETİK BEYAN.....	iv
TEŞEKKÜR METNİ	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT	vii
TABLolar DİZİNİ	viii

GİRİŞ	1
-------------	---

BİRİNCİ BÖLÜM

MUHASEBE ALANLARI VE KARAR ALMA SÜRECİNDE MUHASEBE FONKSİYONLARI

1.1.Muhasebenin Tanımı	3
1.2.Muhasebe Uygulamaları.....	4
1.2.1.Muhasebe Bilgi Sistemleri	5
1.2.1.1.Muhasebe Bilgi Sistemleri Unsurları ve Aşamaları.....	5
1.2.1.2. Karar Alma Sürecinde Muhasebe Bilgi Sistemleri	7
1.2.2.Davranışsal İktisat	8
1.2.2.1.Davranışsal İktisadın Doğuşu	8
1.2.2.2. Davranışsal İktisadın Gelişimi.....	10
1.2.2.3. Davranışsal İktisadın Konusu ve Yöntemi	10
1.2.2.4.Davranışsal İktisadın Karar Alma Aşamasındaki İnceleme Alanı.....	11
1.2.2.5.Davranışsal İktisat Alanındaki Ön Yargılar	12
1.2.3. Davranışsal Muhasebe	13
1.2.3.1.Davranışsal Muhasebenin Yatırımcı Kararlarına Etkisi Olan Faktörler	14
1.2.3.2. Davranışsal Muhasebe İle İlişkilendirilen Teoriler	15
1.2.4. Bilişsel Muhasebe.....	17
1.2.4.1.Karar Verme Sürecini Etkileyen Bilişsel Önyargı Faktörü	17
1.2.4.2.Karar Verme Üzerine Bilişsel Modeller	18
1.2.4.3.Bilişsel Psikolojinin Muhasebeye Uygulanması.....	19

1.2.5.Nöro Muhasebe	19
1.2.5.1.Beynin Fizyolojik Ve Anatomik Özelliklerinin Karar Alma Sürecine Etkileri	20
1.2.5.2.Nöromuhasebe Araştırmalarının Muhasebe Bilgi Sistemleri Çalışmalarına Olan Katkıları	21
1.2.5.3.Muhasebe Alanında Nörobilimsel Çalışmaların Karar Almadaki Fonksiyonları	22
1.2.6. Duygusal Muhasebe.....	23
1.2.7. Zihinsel Muhasebe.....	23
1.3.Karar Verme Süreci.....	24
1.3.1.Ekonomik Açıdan Karar Verme	24
1.3.2.Psikolojik Açıdan Karar Verme	24
1.3.3.Finansal Karar Kavramı	25
1.4.Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler	25
1.5.Karar Almaya Yönelik Muhasebenin Niteliği	26
1.5.1. Karar Alma Sürecinin Muhasebe ile Bağlantısı	26
1.5.2. Karar Almada Kullanılan Bilgilerin Türleri	28

İKİNCİ BÖLÜM

ZİHİNSEL MUHASEBE KAVRAMI VE KARAR ALMA SÜRECİNDEKİ FONKSİYONLARI

2.1.Zihinsel Muhasebe Kavramı	29
2.2. Zihinsel Muhasebenin Bileşenleri	31
2.2.1.Alternatiflerin Algılanması	31
2.2.2.Etiketleme	31
2.2.3.Değerleme Sıklığı.....	32
2.3.Zihinsel Muhasebenin Sınıflandırılması	32
2.3.1. Fonların Kaynaklarının ve Kullanımlarının Sınıflandırılması.....	33
2.3.2. Fonları İçeren Seçimlerin ve Sonuçların Sınıflandırılması	34
2.4.Kazanç ve Kayıp Çerçevesi.....	34
2.4.1.Değer Fonksiyonu	35
2.4.2.Karar Çerçevesi.....	36
2.4.3.Hedonik Çerçeve	37
2.5.Zihinsel Muhasebede Karar Verme.....	39
2.5.1.İşlem Faydası	39
2.5.2.Hesap Açma ve Kapama	40
2.6. Ekonomik İhlaller.....	40
2.7.Zihinsel Muhasebenin Etkilerinin Sonuçları.....	41

2.7.1.Bütçeleme	41
2.7.2.Borçlara Karşı Varlıklar.....	42
2.7.3.Potansiyel Faydalar ve Hatalar	43
2.8.Çocukluk Döneminde Mental Muhasebe	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN HARCAMA YAPMA SÜRECİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	49
3.2.Literatür Taraması	50
3.3. Araştırmanın Yöntemi	52
3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıklar	52
3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi	53
3.6. Araştırma Verilerinin Güvenilirliği	53
3.7. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme.....	54
3.7.1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri.....	55
3.7.2. Katılımcılar İle İlgili Genel Bulgular.....	55
3.7.3. Senaryolara ilişkin bulgular	57
3.8.Araştırmanın Hipotezleri ve Test Sonuçları.....	64
SONUÇ	78
KAYNAKÇA	84
ÖZGEÇMİŞ.....	89

T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ETİK BEYAN

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “MENTAL MUHASEBENİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN HARCAMA YAPMA SÜRECİNDEKİ ROLÜ” adlı tezin hazırlanması sürecinde akademik etik ilkeleri ihlal etmediğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi yerleşkelerinde erişime açılabilir.
- Tezimin 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

YASEMİN EKER

20.07.2020



TEŞEKKÜR METNİ

Bu çalışmada değerli görüş ve nerileri ve yol gösterici katkılarıyla her zaman destek ve yardımlarını esirgemeyen saygıdeğer hocam Doç. Dr. Ali APALI'ya teőekkürlerimi sunarım. Ayrıca yüksek lisans eğitimim boyunca bana destek olan sevgili eőim ve kızlarıma teşekkür ederim.



ÖZET

Tüketicilerin harcama yaparken alternatifler arasında seçim yapma durumunda kalması sık karşılaşılan bir durumdur. Kişiler bu seçimleri yapmak için alternatifleri değerlendirirken kendilerine en faydalı olacak ve en mantıklı gelen seçeneğe yönelme eğilimi göstermektedir. Fakat her zaman bu seçimler kişilerin düşündüğü gibi en mantıklı alternatif olmayabilmektedir. İnsan zihninde oluşturulan zihinsel (mental) muhasebe bireyleri çoğu zaman bir yanlış içine düşürüp irrasyonel seçimler yapmaya itebilir. Zihinde bir mental muhasebe oluşturup yanlış içine düşmenin başlıca sebepleri paranın her zaman aynı para olduğunu unutup, paranın geliş kaynağına göre onu sınıflandırmak veya o paraya farklı etiketler yapıştırıp farklı kategorilere ayırarak harcama eğilimi göstermektir. Bu şekilde yapılan seçimler kişi için her zaman en mantıklısı olmayabilir.

Bu çalışma üniversitede muhasebe eğitimi gören öğrencilerin harcama yaparken kayıp ve kazanç karşısındaki tepkileri ve fiyat-indirim algıları sonucu paranın kaynağını önemseyerek seçim yapmaları durumunu yani zihinlerinde bir mental muhasebe sistemi yapıp yapmadıklarını belirlemeye yönelik hazırlanmıştır. Araştırmada veri toplama için anket formları kullanılmıştır. Anket formunda öğrencilerin zihinsel muhasebeyi uygulayıp uygulamadığını anlamaya yönelik senaryolu soru grupları oluşturulmuştur. Anket çalışmasından elde edilen bulgular tanımlayıcı değişken ve ekonomik faktörlerin harcama kararlarına etkisi bağlamında ayrıntılı olarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar öğrencilerin harcama kararlarında bu faktörlerin önemli olduğu görüşünü desteklemektedir.

Anahtar Kelimeler: Mental Muhasebe, Muhasebe Öğrencileri, Harcama Kararı.

ABSTRACT

It is common for consumers to choose between alternatives while spending. People want to turn to the option that will be most useful and most logical when evaluating alternatives to make these choices. But not always these choices may be the most logical alternative as people think. Mental accounting created in the human mind can often cause individuals to mislead and make irrational choices. The main reasons for creating a mental accounting in the mind and falling into error is to forget that money is always the same money, to classify it according to the source of the money, or to spend differently by sticking different labels to that money and dividing it into different categories. Choices made in this way may not always make the most sense for the person.

This study was carried out to determine whether the students who studied accounting at the university made a mental accounting system in their minds by making choices by paying attention to the source of the money as a result of their reactions to loss and earnings and their price-discount perceptions. In this research, questionnaire forms were used for data collection. In the questionnaire form, question groups were created to understand whether students applied mental accounting or not. The findings obtained from the survey study were examined in detail in the context of the effect of demographic and economic factors on expenditure decisions. The results obtained support the view that these factors are important for students' spending decisions.

Keywords: Mental Accounting, Students of Accounting, Spending Decision.

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1. Finansal Risk Algısına Etki Eden Faktörler	26
Tablo 3.1.: Araştırma Verilerinin Güvenilirlik Analizi	54
Tablo 3.2. Ankete Katılan Yatırımcıların Tanımlayıcı Özellikleri	55
Tablo 3.3. Ankete Katılan Katılımcıların İkamet ve Ekonomik Durumları	56
Tablo 3.4. Ankete Katılan Katılımcıların Kişilik Özelliklerini Belirleyici Sorular	57
Tablo 3.5. Satın Alınan Biletin Veya Biletin Değerindeki Paranın Kaybedilmesi Durumunda Yeniden Satın Alıp Almama Durumları.....	58
Tablo 3.6. Çay İçin Tahmin Edilen Ve Ödemeyi Göze Alınan Fiyatlar	58
Tablo 3.7. İndirimde Olan 2 Ürünün Tercih Edilme Durumları	59
Tablo 3.8. Kendine Ait Olan Paranın Başkası Tarafından Harcandığında Bundan Etkilenme Durumu	60
Tablo 3.9. Zaten Harcanmış Olan Paranın Kaybı Durumundaki Tepkiler	60
Tablo 3.10. Emek Verilmeden Ve Beklenmedik Zamanda Sahip Olunan Parayı Harcama Tercihleri	61
Tablo 3.11. Kaybetmeyi Göze Aldığımız Paranın Cebimizdeki Paradan Farklı Olup Olmama Durumu	61
Tablo 3.12. Çoklu Kazanç Karşısındaki Tepki	62
Tablo 3.13. Çoklu Kayıp Karşısındaki Tepki	62
Tablo 3.14. Karışık Kazanç Karşısındaki Tepki	63
Tablo 3.15. Karışık Kayıp Karşısındaki Tepki	63
Tablo 3.16: Kayıp Karşısındaki Tepkinin Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları	65
Tablo 3.17: Kayıp Karşısındaki Tepkinin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları	66
Tablo 3.18: Kazanç Karşısındaki Tepkinin Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları	66
Tablo 3.19: Kazanç Karşısındaki Tepkinin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları.....	67
Tablo 3.20: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları.....	68
Tablo 3.21: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları.....	68
Tablo 3.22: Kayıp Karşısında Verilen Tepkinin İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Ortalaması	69
Tablo 3.23: One Way Anova Tablosu-İkamet Durumu Değişkeni.....	69
Tablo 3.24: İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tamhane's T2 Testi	70
Tablo 3.25: Kayıp Karşısında Verilen Tepkinin Geçim Kaynağı Değişkenine İlişkin Ortalaması	71
Tablo 3.26: One Way Anova Tablosu-Geçim Kaynağı Değişkeni	71
Tablo 3.27: Kazanç Karşısında Verilen Tepkinin İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Ortalaması	72
Tablo 3.28: One Way Anova Tablosu-İkamet Durumu Değişkeni.....	72

Tablo 3.29: İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tamhane's T2 Testi	73
Tablo 3.30: Kazanç Karşısında Verilen Tepkinin Geçim Kaynağı Değişkenine İlişkin Ortalaması	74
Tablo 3.31: One Way Anova Tablosu-Geçim Kaynağı Değişkeni	74
Tablo 3.32: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Ortalaması	75
Tablo 3.33: One Way Anova Tablosu-İkamet Durumu Değişkeni.....	75
Tablo 3.34: İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tukey Testi.....	76
Tablo 3.35: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Geçim Kaynağı Değişkenine İlişkin Ortalaması	77
Tablo 3.36: One Way Anova Tablosu-Geçim Kaynağı Değişkeni	76



GİRİŞ

Para ile ifade edilen tüm olayların ölçme ve yorumlanma şekli olan muhasebe tüm kurumlar ve kişileri ilgilendirmekte ve buradan çıkan sonuçlar mali durum ile ilgili veriler sunmaktadır.

Mental (zihinsel) muhasebe ise, bireylerin ve hane halklarının finansal faaliyetleri düzenlemek, değerlendirmek ve takip etmek için kullandıkları bilişsel işlemler kümesidir olarak tanımlanmaktadır. Bu işlemler kümesinde kişi finansal bir olayı veya durumu değerlendirirken, zihninde bunları daha önce yaşamış olduğu tecrübelerle de birleştirerek farklı etiketler ve sınıflandırmalarla algılayıp karar verme işlemini gerçekleştirmektedir. Zihinsel muhasebede kişi rasyonel seçimler yaptığını düşünürken bu kararların rasyonelliğini etkileyen çeşitli önyargılar buna engel olmaktadır. Bireylerin karar verme sürecinde mantıklı seçimlerden uzaklaşmalarını incelemeye çalışmak mental muhasebenin temelini oluşturmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde muhasebeye genel bir vurgu yapılmış olup, geleneksel muhasebenin ardından doğan, kişilerin davranış, bilişsel ve nörolojik durumları, yaşadıkları duygular, içindeki buldukları psikolojik durumlar gibi sebeplerin sonuçları olarak literatüre girmiş davranışsal muhasebe, bilişsel muhasebe, nöromuhasebe ve duygusal muhasebe tanımları ayrıntılı olarak verilmiştir. Bu disiplinlerin bireylerin karar alma süreçlerine ne denli etkisi olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde çalışmanın temeli olan zihinsel muhasebenin anlamı, unsurları ve alt başlıkları ile birlikte açıklanmıştır. Kişilerin hangi durumlarda ve ne sebeplerle zihinsel muhasebe yaptıkları, bunun sonucunda mantıklı olmayan kararlar verebilme eğilimleri teorik olarak anlatılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın son bölümünde ise üniversite öğrencilerinin tüketim kararı alırken kayıp, kazanç ve harcama durumlarında zihinsel muhasebenin etkisinde verdiği tepkilerin irrasyonel seçimler yapma eğilimine teşvik edip etmediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu tespit esnasında katılımcıların tanımlayıcı değişkenlerine ve ekonomik durumlarına göre karşılaştırmalar yapılarak sonuçlar ayrıntılı değerlendirilmiştir. Sonuçlara ulaşabilmek adına çoğunlukla muhasebe eğitimi alan üniversite öğrencilerine

senaryolu soru grupları içeren anket soruları yöneltilmiştir. Pandemi dolayısıyla sadece on-line olarak ulaşılan 297 adet öğrenciden elde edilen cevaplar SPSS 22.0 programında analizlere tabi tutulmuştur. Uygulanan istatistiki analizler sonucunda, katılımcıların harcama kararı alırken zihinsel muhasebe yapıp yapmadıkları ve kararlarını buna göre şekillendirip şekillendirmedikleri ve tanımlayıcı değişkenlerinin ne ölçüde farklılık yarattığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar detaylı olarak yorumlanmıştır. Türkiye’de zihinsel muhasebe alanında yeterli çalışmanın olmadığı göz önüne alındığında, çalışmanın faydalı olacağı ümit edilmektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

MUHASEBE ALANLARI VE KARAR ALMA SÜRECİNDE MUHASEBE FONKSİYONLARI

Bu bölümde muhasebenin tanımı yapılmış ve muhasebe bilgi sistemlerinin bireylerin ve işletmelerin ekonomik karar almaları esnasında ne derecede faydalı ve etkili olduğu incelenmiştir. Ayrıca kişilerin duygu, düşünce, psikolojik durum, kültür gibi farklılıkları sonucu ortaya çıkmış davranışsal muhasebe, bilişsel muhasebe, nöromuhasebe ve duygusal muhasebe tanımları ayrıntılı olarak verilmiştir. Bu disiplinlerin bireylerin karar alma süreçlerine ne denli etkisi olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

1.1.Muhasebenin Tanımı

İşletmeler, özellikle büyük şirketlerde yönetim kurulu üyeleri işletme hareketleri hakkında gerçeğe uygun, güvenilir, karşılaştırılabilir nitelikli bilgiye her zaman ihtiyaç duyarlar. Muhasebe de işletmenin sayısız ticari olaylarına ait bilgilerin toplanması, kaydedilmesi, raporlanması ve iletilmesi süreci olarak bilinmektedir. Bu sürecin etkin bir şekilde ilerlemesi kaliteli bilginin ortaya çıkmasında rol oynarken kaliteli bilgi de yöneticilerin etkin ve verimli karar vermesine yardımcı olur. Muhasebe işletmelerin temel fonksiyonları olan üretim ve pazarlama fonksiyonları yanında yönetime mali işleri kaydetme, rapor etme ve analiz etme işlevleriyle destek sağlamaktadır (Bayazıtlı vd., 2014: 21).

Muhasebe, iktisat biliminin bir alt kolu olmasına rağmen muhasebe çok daha önce ortaya çıkmıştır. Muhasebenin ortaya çıkışının, ticaret ile birlikte başladığı iddia edildiğinden, alacaklının hakkının korunması ihtiyacı ile söz konusu olduğu belirtilebilir. Muhasebe bilimi, günümüzde daha çok işletmeler açısından kabul gören bir tanım olduğundan dolayı, ekonomik bir varlık olan işletme hakkında alınacak kararlara temel olacak bilgilerin üretilmesi için söz konusu işletmenin varlık ve kaynaklarında değişme yaratan, parayla ifade edilebilen tüm işlemleri tanımlayan, kaydeden, sınıflayan, özetleyen ve analiz ve yorum sonuçlarını ile birlikte finansal raporlar haline getirip, bunları karar alıcılara ileten bir süreç olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla ekonomik sistemin en önemli parçalarından biri olan iktisadi birimlerin

başarılarının ve durumlarının ölçülmesi sağlama özelliği ile muhasebe, iktisadi sistemin doğru işleyebilmesi için gerekli olan başlıca bilgileri sunmaktadır (Altıntaş, 2011: 163).

1.2.Muhasebe Uygulamaları

Muhasebe bilgisi, finansal olarak ifade edilebilen ve birbirinden farklı amaçlar için ortaya çıkan kullanıcısı bulunan, ekonomik sistemi ve kullanıcıların davranışlarını etkileyen çok değişik süreçlerin bir araya gelerek oluşturduğu sistemli bir bütündür. Sürekli bir bilgi üretimi içinde bulunan muhasebe, işletmenin anlaşılabilmesi için kullandığı dil olarak kabul görmektedir (Kısakürek ve Pekcan, 2005: 107,108).

Günümüzde muhasebe, bilgi üretim sürecini belli bir hukuk düzeni içinde, belirlenen standartlara uygun olarak yerine getirmektedir. Muhasebenin karşılaştığı en büyük problem farklı çıkar çevrelerinin işletmeden farklı çıkarları olmasıdır. Ayrıca muhasebe uygulamalarının tarihsel gelişiminin ülkeden ülkeye farklılıklar göstermesi, değişik muhasebe kurallarının ve uygulamalarının oluşmasına yol açmıştır. Muhasebe sosyal bir bilim olduğu için hızla değişen toplumsal ve ticari konjonktüre uyumu zorunludur. Bu nedenle muhasebe kurallarının ve dolayısıyla uygulamalarının zamanın şartlarına uygun olarak düzenlenmesi gündeme gelmiştir. Küreselleşme olgusu ile sınırlar ötesi ticaretin artması, para ve sermaye pazarlarının entegre edilmesi gibi nedenler uluslararası muhasebe kavramını ortaya çıkarmış ve ulusal muhasebe sistemlerinin uyumlaştırılması söz konusu olmuştur. Bugün muhasebenin, toplumun değişen ihtiyaçlarına cevap vermek ve gerekli uyumlaştırmayı yapmak zorunda olduğu genel kabul görür hale gelmiştir (Altıntaş, 2011: 163-164).

Gerek terim gerekse kurallar bakımından ülkelerin muhasebe uygulamaları ve finansal raporları arasında önemli farklılıklar mevcuttur. Küreselleşen dünyada muhasebe terimlerinin tek dille anlaşılabilir olması ve diğer dillere çevirisi ile ilgilenilmemesi kabul edilir olmayacaktır. Dolayısıyla bu farklılıkların azaltılması ve farklı alanların daraltılması açısından muhasebe uzmanları yoğun bir mesai harcamaktadır. Muhasebenin ürettiği sonuçları elde etmek bir amaç olmamakla beraber olağan sürecin bir parçasıdır. İşletmenin içinde bulunduğu durumu kategorilere ayırarak ve özetleyerek, faaliyetler hakkında net veriler ile bilgi kullanıcılarına sunar. Bu veriler sunulurken sadece kullanıcıyı ilgilendiren bilgilerin, yargılama yoluna girilmeden verilmesi gerekmektedir (Kısakürek ve Pekcan, 2005: 109).

Genel olarak muhasebe fonksiyonunun sermaye piyasalarında önemli bir rolü bulunmaktadır. Çünkü işletmelerin faaliyetlerinin dönemsel olarak ekonomik sonuçlarını özetleyen mali tablolar, muhasebe sisteminin bir sonucudur. Dolayısıyla muhasebe sistemi, işletme faaliyetlerini tanımlamak, ölçmek, tablo haline getirmek ve paydaşlara ve diğer kullanıcılara ekonomik verilerin sunulmasını sağlamaktadır (Gönen ve Rasgen, 2017: 191).

1.2.1.Muhasebe Bilgi Sistemleri

Muhasebenin temel fonksiyonlarından olan veri toplama, sınıflandırma, kayıt, değerlendirme ve denetim gibi işlevlerin, işletmelerin iç ve dış faktörlerle bütünleşerek depolanan bilginin bir veri tabanına dönüştürülmesiyle daha verimli çalışmaya olanak sağlayan sistem muhasebe bilgi sistemi olarak adlandırılmaktadır. Muhasebe bilgi sistemi elde edilen bilginin detaylandırılması yoluyla faaliyetlerin daha sağlıklı sonuçlanmasını dolayısıyla işletmelerin daha verimli çalışmasını sağlaması bakımından önem arz etmektedir (Gökdeniz, 2005: 86).

İnsan ihtiyaçlarına cevap vermek adına faaliyet gösteren ekonomik birimler olan işletmeler, faaliyet alanlarına göre ticaret işletmesi, sanayi üretim işletmesi ve hizmet üretim işletmesi olarak adlandırılır. Temel işletmecilik fonksiyonları olarak tanımlanan araştırma ve geliştirme, satın alma, üretim, pazarlama, yönetim, finansman faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülebilmesi için yöneticilerin ve çalışanların alacakları kararlara dayanak oluşturulacak bilgilerin üretilmesi bir gerekliliktir. İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken tedarikçiler, müşteriler ve aracılar, banka vb. kredi kuruluşları, sermaye piyasası yatırımcıları, vergi, sosyal güvenlik sistemi vb. konularla ilgili yükümlülükler çerçevesinde belirli kamu kurumları gibi dış çevreyle ilişki içerisindedir. Bu kesimlerin işletmelerle ilişkilerinin sürdürülebilmesi ve bunların işletme hakkında karar alırken kullanabilmeleri için de bilgi üretilmesi gerekir. Muhasebe, işletmenin iç ve dış çevresinin kullanacağı bilgileri üretir. Bu özelliği nedeniyle bir bilgi sistemi olarak da tanımlanır (Bayazıtlı vd.2014: 21).

1.2.1.1.Muhasebe Bilgi Sistemleri Unsurları ve Aşamaları

Geçmişte, muhasebe sistemleri, işletmelerin olduğu zamanki verilerine göre şekillenmekte ve işletme verileri öncelikli olarak yöneticiler için bir ihtiyaç durumundaydı. Muhasebe sistemlerinin ise işletme kararları üzerine olan etkileri ikinci

plandaydı. Günümüzde ise, söz konusu durum tamamıyla değişmiş ve muhasebe sistemlerinin işletmeler için ne kadar önemli bir kaynak olduğu anlaşılmıştır. Muhasebe Bilgi Sistemi, finansal muhasebe ve maliyet muhasebesi gibi geleneksel muhasebeleri de içeren geniş bir kavramdır. En köklü ve en önemli temel yönetim bilgi sistemlerindedir. Yöneticilere karar verme aşamasında bilgi sağlayan yönetim bilgi sistemleri, finansal yapı ve üretim durumu gibi işletmenin birçok özelliği hakkında bilgi vermektedir (Gökdeniz, 2005: 87-88):

Muhasebe bilgileri için bir tür dağıtım sistemi olan muhasebe bilgi sisteminin unsurları şunlardır.

- İşletme organizasyonunun yasal raporlama sistemi için zorunlu olan bilgileri edinmek,
- Güvenilir muhasebe verilerini ihtiyaç duyanlar için temin etmek.
- İşletmeyi olası risklerden korumak, muhasebe bilgilerinin işletme içi ya da dışında kötü amaçla kullanılmasını engellemek (Gökdeniz, 2005: 87-88).

Muhasebe bilgi sistemi, girdi, süreç ve çıktı olmak üzere 3 aşamadan oluşmaktadır. Girdi aşamasında, iç ve dış kullanıcılardan elde edilen belgeler yer alır. Muhasebe belgeleri, faturaları, çekleri, senetleri, makbuzları, dekontları, irsaliyeleri, yazar kasa fişlerini ve diğer tüm parasal işlemler sonucu kazanılmış belgeleri kapsar. Ticari defterlerin kullanıldığı aşama olan kayıt sürecinde ticari defterler kullanılır ve belgelerden elde edilen veriler önce günlük deftere kaydedilir, daha sonra günlük defterden büyük deftere geçirilerek kategorilere ayrılır. Bu aşamanın son işlemi ise mizanların düzenlenmesiyle kontrol işleminin yapılmasıdır. Sistemin son aşaması olan çıktı aşamasında ise, işletme içi ve dışı bilgi kullanıcılarına yönelik olarak finansal verilerden meydana gelen finansal raporlar hazırlanıp sunulur. Bu finansal raporlar, işletmenin belli bir tarihteki finansal vaziyeti ile belli bir dönemdeki faaliyetinin sonucu hakkında işletme içi ve dışı kullanıcılarına doğru ve güvenilir bilgiler sunar (Dinç ve Karakaya, 2014: 24-25).

Muhasebe bilgi sistemini diğer bilgi sistemlerinden ayıran en önemli özellik, tamamen sayısal verilere dayanmasıdır.

1.2.1.2. Karar Alma Sürecinde Muhasebe Bilgi Sistemleri

İşletmelerde karar alma işlevi, çoğunlukla yöneticilerin sorumluluğundadır. İşletmelerin günlük işlerinin yerine getirilmesinden sorumlu olan alt düzey yöneticiler günlük, rutin kararlar için bilgiye ulaşmaya çalışırken orta ve üst düzey yöneticiler, uzun vadeli karar alma, strateji ve politika yaratmaya yönelik bilgiye gereksinim duyarlar (Yavuz, 2014: 58).

Örgütün alt düzeylerinde bulunan ofis çalışanları, sürekli olarak veri işleme sistemine dahil olacak günlük kayıt tutma işlemini gerçekleştirir. Örgütün taktik düzeyini oluşturan orta kademe yönetimin ihtiyaç duyduğu bilgilerin temel özelliği ise periyodik olmalarıdır. En üst düzey yönetim ise, stratejik kararlara temel olmak üzere geliştirilen uzman ve karar destek sistemleriyle çoğunlukla bir kez alınan raporlar için bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar (Bensghir, 1996: 20).

İşletme yönetiminin üst kademelerine çıktıkça bilginin türü, ihtiyaç duyulan raporlar ve alınan karar türleri değişmektedir. Üst yöneticilerin alacağı kararlar yapısal olmayan yani her zaman tekrarlanmayan ve sık sık karşılaşılmayan durumlarda alınan kararlardır. Üst yönetimin başarısı da burada alacakları doğru kararlara bağlıdır (Yavuz, 2014: 60).

Karar alıcılar karar alma esnasında olası seçeneklerin tamamının değerlendirilmiş olmasından emin olmak isterler. İşletme yönetimi, çoğu zaman karar alma esnasında taraflı bilgilere ya da diğer çalışanların baskılarından etkilenebilmektedirler. Bu türlü etkileri devre dışı bırakabilmek için karar alıcıların mevcut bilgileri en uygun biçimde analiz edebilmeleri gerekmektedir. Tüm karar alma eylemlerinde genel olarak şu bileşenler bulunmaktadır (Bensghir, 1996: 130-131).

Karar Alan: Mevcut seçeneklerden birisini tercih eden kişi veya grup.

Amaç: Ulaşılabilecek sonuçlar.

Karar Kriterleri: Tercih edilen değer sistemi.

Seçenekler: Tercih edilen konu olan alternatifler.

Olaylar-Çevresel Faktörler: Tercih edilen etkileyen ve kontrol altında olmayan faktörler.

Sonuç: Her bir seçenekten ortaya çıkan değer

Yönetimin karar alma aşamasında muhasebenin üstlendiği görev, bir sorunu çözmeye yardımcı olacak nitelikteki bilgiyi elde etmeye ve bu bilgiyi ilgili yöneticilere iletmeye yöneliktir. Düzenli raporlar veya özel analizlerdeki muhasebe bilgisi genellikle, fiyatlama, üretim aşamaları ve üretim düzeni, dışardan kaynak edinme, stok hedefleri, müşteri memnuniyeti, çalışanların durumları ve sermaye yatırımlarını içeren kararları almada başvurulacak bir kaynak niteliği taşımaktadır. Araştırmalar muhasebe bilgisinin, işletmedeki yöneticilerin bilgisini çoğalttığını ve buna bağlı olarak istenen örgütsel kararları almadaki yeteneklerinin ilerlediği ve alınan kararların hedefe uygunluğu üzerinde önemli bir yaptırımı olduğunu göstermektedir (Kalmış ve Dalgın, 2010: 114).

1.2.2.Davranışsal İktisat

Davranışsal iktisat temel olarak iki farklı disiplin olan psikoloji ve iktisadı içinde barındıran ve insanların finansal eylemler gerçekleştirirken nasıl ve neden mantıklı olmayan kararlar verdiklerini açıklamaya çalışan bir disiplindir. Diğer bir deyişle davranışsal iktisat karar alma mekanizmalarının sosyal, bilişsel ve duygusal önyargılardan nasıl etkilendiğini açıklamaya çalışmaktadır (Kitapçı, 2017: 89).

1.2.2.1.Davranışsal İktisadın Doğuşu

İktisat biliminin matematikle yoğunlaşan bir bağ içine girmesi, neredeyse onun bir alt disiplini gibi görülmesine neden olmaya başladığından iktisadın kurumsal ve tarihsel yönünün göz ardı edilmesine yol açmış ve iktisat matematiksel modeller ile açıklanmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda iktisat bilimindeki teorik çalışmalarda psikolojik faktörlerin dikkate alınmayarak insanın sadece akılcı kararlar alan rasyonel varlıklar olarak ele alınmasına neden olmuştur. Halbuki iktisat dışındaki psikoloji, antropoloji ve sosyoloji gibi insan davranışları ile ilgilenen sosyal bilimlerden elde edilen sonuçlar, insanın iktisat modellerinde düşünülenden farklı özellikleri olduğunu ve farklı davranış eğilimleri gösterdiğini kanıtlamaktadır. İktisat ve psikoloji bilimlerine bakıldığı zaman her ikisinin de ilgi alanlarının temelinde insan faktörü olduğu görülmektedir. İktisat biliminin ilgi alanı insanın finansal tercihleri ve seçimleri iken, psikoloji bilimi insan davranışları ve bu davranışların sebepleriyle ilgilenmektedir. Bunun sonucunda iktisat ve finans literatüründe, psikoloji ve sosyoloji biliminin karar

alma süreçleri ile ilgili teori ve bulgulardan etkilenilerek, yeni bir araştırma alanı olarak davranışsal iktisat ortaya çıkmıştır (Eser ve Toigonbaeva, 2011; 288).

Davranışsal iktisat, iktisadi davranış karar ve seçimlerde psikolojik faktörlerin etkilerini inceleyen bir disiplin olmakla beraber, iktisadın çıkış noktası geleneksel iktisat biliminde hüküm süren olan ‘rasyonalite’ varsayımının her zaman ve her yerde geçerli olmadığı düşüncesidir. Ekonomik birimlerin eksik bilgi ve yetersiz zihinsel kapasite gibi nedenlerle çoğu zaman rasyonel olmayan davranış, karar ve seçimlerde bulunabildiklerini ortaya koymaya çalışan bir araştırma alanıdır. İktisat ve psikoloji bilimlerinin birleşiminden doğan ve gelişmeye devam eden davranışsal iktisat özellikle zihinsel hata ve yanılığlara odaklanarak, bu alanda teorik, analitik, ampirik ve deneysel çalışmalar yürütmektedir. Davranışsal iktisat, rasyonel tercih teorisinde yeterince dikkate alınmayan ve göz ardı edilen “eksik bilgi”, “sınırlı rasyonalite” ve “yetersiz zihinsel kapasite” gibi temel kavramları esas almaktadır. Davranışsal iktisat alanında çalışan araştırmacılara göre zihinsel kapasite aslında kıt bir kaynaktır ve bu nedenle hiçbir insan tam bilgiye sahip olsa bile tam ve doğru karar ve seçimler yapamaz. Ayrıca, risk, belirsizlik, kriz gibi ortamlarda zihinsel hata ve yanlışlar çok daha net bir şekilde kendini göstermektedir (Aktan, 2018).

Davranışsal iktisadın bir bakıma temellerini atan Adam Smith 1759 yılında yayınladığı “Ahlaki Duygular Kuramı” adlı kitabında insan davranışının belirleyici ilkesinin sempati olduğunu belirtmiştir. Yani, insanların başkalarının acı ve mutluluklarını paylaşma, başkalarını kendi acı ve mutluluklarına dahil etme eğilimleridir. Yani insan yalnızca kişisel çıkar dürtüsüyle hareket etmez. Ayrıca “kendini sevme” ilkesi de açıklayıcı bir unsur olarak yer alır. İnsan sosyal olarak yaratılmıştır, yani başkaları tarafından incelenen ve değerlendirilen, bu bakışlara ve değerlendirmelere her şeyden fazla önem veren bir varlıktır. Ona göre yoksul yanımızdan ziyade zengin yanımızı gösterme çabamız, insanların acılarımızdan çok mutluluğumuza sempati duyacağını düşünmemizdir. Tüm çaba iyi yanlarımızla övünüp eksik yanlarımızı gizlemek içindir. Çünkü insanların bize sempati duymasının ancak mutlu durumlarımızda gerçekleşeceği düşüncesi baskındır (Dumludağ ve Ruben, 2015:5).

1.2.2.2. Davranışsal İktisadın Gelişimi

Psikolojinin günden güne ilerlemesi davranışsal iktisadın gelişiminin önünü açmıştır. 1960’larda psikologlar davranışlar ve zihin ilişkisi, problem çözme ve karar alma aşamalarına yoğunlaşarak araştırmalar yaparken, 1970’lerde Kahneman ve Tversky gibi psikologlar farklı olarak standart iktisat teorisini çıkış noktası kabul edip yola çıkmış ve zamanla davranışsal iktisatta eski ve yeni ayrımının oluşmasına neden olmuştur. Yeni davranışsal iktisat tanımı giderek kendine yer bulmuş ve 1990’larda iyice belirgin hale gelmiştir (Dumludağ ve Ruben, 2015: 8).

Davranışsal iktisattaki fikirlerin çoğu yeni olmamakla birlikte yüz yıl önceki neoklasik iktisadın köklerine dayanmaktadır. Ekonomi ilk olarak farklı bir çalışma alanı olarak tanımlandığında, psikoloji bir disiplin olarak mevcut değildi. Birçok iktisatçı, zamanlarının psikologları olarak aydınlanma yaşamıştır. ‘Görünmez el’ kavramı ve ‘Ulusların Zenginliği’ ile tanınan Adam Smith’in, daha az bilinen ‘Ahlak Teorisi’ kitabında ekonomik davranışları kadar tartışmasız olan bireysel davranışların psikolojik ilkelerini ortaya koyan görüşler yer almıştır. Kitap, çoğu davranışsal ekonomideki güncel gelişmeleri ön plana çıkaran insan psikolojisi hakkında iç görüler içermektedir (Camerer ve Loewenstein, 2010: 3).

Kişiler sosyoekonomik durumlarını başkaları ile özellikle yakın çevresi ile kıyaslarlar ve bu kıyaslamaların sonucu mutluluk seviyeleri etkilenir. Bulgular kendisinden daha iyi durumda olanlarla yaptığı kıyaslamaların bireyin mutluluğunu olumsuz etkilediğini ancak kendisinden daha kötü durumdakiler ile kıyaslamaların bireyin mutluluğunu aynı ölçüde arttırmadığını, hatta çoğu durumda bu karşılaştırmanın (aşağı doğru karşılaştırmanın) mutluluk üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Bu durumda insanlar kayıplara kazançlar arasında bir asimetri vardır, bir başka ifade ile kayıplar kazançlara göre çok daha önemli görünmektedir (Dumludağ ve Ruben, 2015: 8).

1.2.2.3. Davranışsal İktisadın Konusu ve Yöntemi

Geleneksel analiz, ekonomik süreç hakkındaki genellemeleri insan doğasının geniş ilkelerinden çıkarır, daha sonra genellemeler gerçek koşulları yansıtacak şekilde kademeli olarak değiştirilir. Davranışsal iktisat, doğrudan ekonomik davranışların incelenmesi ile başlar. Aynı uyarıcıların farklı zamanlarda veya farklı şartlar altında

farklı tepkilerin ortaya çıkabileceğini beklemektedir ve buradan genellemelere varılır. Geleneksel ekonomistler piyasaların hareketlerini inceleyerek; gelirler, fiyatlar, harcanan tutar, tasarruf ve yatırımlar arasındaki ilişkiyi incelerler. Davranışsal ekonomistler, insanları harekete geçiren durumlar, gösterdikleri tutumlar ve beklentiler gibi davranışları etkileyen psikolojik faktörler de dâhil olmak üzere harcama, tasarruf, yatırım, fiyat belirleme süreçlerini analiz ederek insan davranışlarını incelerler. Dolayısıyla, davranışsal iktisat, geleneksel iktisadi analizlerden farklı sonuçlar verir (Katona, 1978: 14).

Davranışsal ekonomi, standart iktisat teorilerinin yetersizliğini ortaya koyan deneysel bulgular etrafında düzenlenmiştir. Bunların en ünlüsü (1) beklenen fayda teorisinin başarısızlıkları; (2) sahip olma etkisi; (3) abartılı indirim ve (4) sosyal tercihlerdir. Kahneman ve Tversky 1979 yılında, beklenen fayda teorisinin başarısızlığını ortadan kaldırmak için beklenti teorisini geliştirmişlerdir. Burada belirsizlik altında seçim yaparken daha fazla bilgi edinmek gerektiği vurgulanmaktadır. Beklenti teorisi şartlara özel referans noktalarında kayıpları ve kazançları birbirinden ayırmaktır. Farklı kayıp ve kazançlar değerlendirilir ve referans noktası çerçevesinde bölgesel olarak birinci derece riskten kaçınma eğilimi gösterilir. Sahip olma etkisi, Richard Thaler tarafından ele alınmış olup, standart tüketici teorisinde talep, zenginliğe ve fiyatlara bağlıdır ancak sahip olma bileşenine bağlı değildir. Aslında sahip olma isteğiyle ekonomik aktörler zenginliklerini artırmak için çaba gösterirler. Abartılı indirim, geleneksel iktisadın dönemler arası seçim teorisine gönderme yapmaktadır. Bu teori, ekonomik aktörlerin uzun vadede kendi faydalarına ters düşecek seçimlere yönelme eğilimi olabileceğini anlatır. Sosyal tercihler düşüncesi ise, ekonomide faaliyet gösteren aktörlerin sadece rakiplerinin maddi sonuçları hakkında değil aynı zamanda karakteri ile de ilgilendiğini açıklamaktadır (Pesendorfer, 2006: 712-713).

1.2.2.4. Davranışsal İktisadın Karar Alma Aşamasındaki İnceleme Alanı

Davranışsal iktisat iki farklı disiplin olan psikoloji ve iktisadi bir arada konu eden ve insanların finansal kararlar verirken nasıl ve neden mantıklı olmayan kararlar verdiklerini açıklamaya çalışmaktadır. Davranışsal iktisat, psikoloji gibi diğer sosyal bilimlerden elde edilen yöntem ve kanıtların ekonomiye uygulanması durumu, son yıllarda ekonomistlerin, bireysel davranışları analiz etme biçimlerini değiştirerek, önem

kazanmıştır. Davranışsal iktisadın hareket noktası ekonomik karar verme sürecinde insanların gerçekte nasıl davrandıklarına ilişkin olup, insanların farklı seçenekler karşısında nasıl hareket ettiklerini araştıran gerçekçi bir yaklaşımdır (Alm, 2010: 636).

Bu yaklaşım Neo-klasik yaklaşımın iktisatta temel aldığı fayda maksimizasyonu, denge ve etkinliğin tamamıyla göz ardı edileceği anlamına gelmemekte, insanın sahip olduğu psikolojik özelliklerin de incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Davranışsal iktisat standart karar verme yolundan çıkılabileceğini; standart olmayan alternatifler, doğru olmayan inanışlar ve sistematik önyargılar olduğunu belirtmekte ve rasyonellik varsayımına psikolojik temelli matematiksel seçenekler sunmaktadır (Eser ve Toigonbaeva, 2011: 303).

İnsan davranışının standart neo-klasik ekonomik modeli, bireylerin rasyonel olduğu, sınırsız irade gücüne sahip oldukları ve tamamen kendileriyle ilgilendiklerine dair birkaç ana varsayımı temel alır. Bu varsayımlar bireysel davranışların analizi için yararlı bir başlangıç noktası olabilir. Çoğu zaman laboratuvar deneylerinden türetilen çok sayıda, belki de çoğu kişinin yanlış ve gerçekçi olmayan tanımları olduğuna dair çalışmalar vardır. Gerçekten de, standart neo-klasik yaklaşımın aksine, bu durumu doğrulayan artan bir kabul oranı vardır. Bireyler her zaman standart teorimizin çoğu tarafından öngörülen rasyonel, sonuç odaklı, kendi kendini kontrol eden, bencil ve egoist tüketiciler değildir (Alm, 2010: 636).

1.2.2.5.Davranışsal İktisat Alanındaki Ön Yargılar

Özellikle son yıllarda davranışsal ekonomik çalışmalarda insanların çok farklı bilişsel kısıtlar ve önyargılar içerisinde olduklarına ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir.

- Bireyler hesaplama yeteneklerinde sınırların içinde sıkışıp kalırlar.
- Eylemlerin gerçek maliyetlerini sistematik olarak yanlış algırlar veya hiç algılamazlar
- Özdenetiminde sınırlarla karşı karşıya kalırlar
- Seçimlerin “çerçevenleme” yollarından etkilenirler.
- Kararların alındığı sosyal bağlam ve süreçten etkilenirler.

- Sadece kişisel çıkarlar tarafından değil, aynı zamanda adalet, fedakarlık, karşılıklılık, güven, suçluluk, utanç, ahlak, yabancılaşma, vatanseverlik, sosyal adetler, sosyal normlar ve diğer birçok amaç tarafından da motive edilirler (Alm, 2010: 636).

1.2.3. Davranışsal Muhasebe

Muhasebede elde edilen rakamların insan davranışının hem nedeni hem de etkisinin sonucu olarak doğduğu gerçeğinin yanında, muhasebecilerin davranışlarını etkileyecek şekilde sistemlerini kasıtlı olarak tasarlayabilmeleri daha önemli bir konu olmaktadır. Muhasebecilerin, sorumluluklarının basit bir ölçümün ve toplamının ötesinde, algı ve tutumlarla şekillendikleri söylenebilir (Hofstedt ve Kinard, 1970: 38).

Muhasebe bilimi ile davranış bilimlerinin bir araya gelmesiyle oluşan davranışsal muhasebede psikoloji ve sosyolojinin önemi büyüktür. Burada her iki grubun da psikolojik durumları ve neden o şekilde davrandıkları davranışsal muhasebe açısından çok önemlidir. Her bireyin aynı özelliklere sahip olmasını beklemenin doğru olmayacağı, kültürel, siyasi, dini vb. farklılıkların insanları birbirinden ayıran en önemli özelliklerinden olduğu görüp anlaşılabilir. İnsan faktörünü muhasebenin temel alan davranışsal muhasebe, aynı muhasebe verisini inceleyen iki farklı kişinin aldıkları kararların birbirinden farklı olabileceği gerçeğine de vurgu yapmaktadır (Marşap ve Gökten, 2016: 347).

1960'lı yılların başlarına kadar muhasebe çalışmalarında sermaye piyasalarının işleyişi ve aktörlerin aldıkları kararların mantıklı olması açısından neo-klasik varsayımların egemen olduğu görülmektedir. Günümüzde muhasebede yürütülen araştırmaların büyük bir kısmı hala bu varsayımlara bağlı kalmaktadır. Davranışsal muhasebeciler, geleneksel muhasebeyi sadece sayısal verilerle ve standartlarla ilgilendiği için dar ve sınırlayıcı olarak nitelendirmektedirler. Geleneksel muhasebe, standartlara bağlı olduğu için "olması gereken" ile ilgilenirken; davranışsal muhasebe bireylerin davranışlarını ele almasından ötürü "olan ile" ilgilenmektedir. Geleneksel muhasebe verileri kullanılarak hazırlanan finansal raporlara davranışsal muhasebe ile insan faktörü de katılmaktadır. Davranışsal muhasebenin odaklandığı temel nokta; muhasebe sistemleri, insan davranışları ve organizasyonel verimlilik arasındaki ilişkidir (Arnold ve Sutton, 2004: 152).

1.2.3.1.Davranışsal Muhasebenin Yatırımcı Kararlarına Etkisi Olan Faktörler

Davranışsal muhasebe kişilerin bir muhasebe olayıyla karşı karşıya kaldıklarında sergiledikleri davranışlarını incelemektedir. Bu kavramın ortaya çıkmasında davranışsal iktisadın büyük bir yeri vardır. İktisadın temel varsayımı olan homo-economicus, kıt kaynaklarla maksimum fayda elde etmeye çalışan insanları tanımlamaktadır. Başka bir deyişle bireyler beklenen fayda teorisinin de temelini oluşturan rasyonel davranış varsayımına göre hareket etmektedir. Ancak tüm insanların rasyonel davranışlar gösterdiğinden bahsetmek doğru olmamaktadır. Çünkü insan çevresiyle sürekli olarak etkileşim halinde olan, belirli normlara ve inançlara sahip kendine özgü kişiliği bulunan canlı varlıklardır. Bu sebeple insanlar beklentilerin aksine rasyonel yerine çoğu zaman irrasyonel davranış sergilemektedir (Marşap ve Gökten, 2016; 346).

Muhasebenin davranışsal yapısını etkileyen üç faktör aşağıdaki gibidir (Usul, 2007: 26-28);

Kültür; bir toplumun sahip olduğu kültür yapısı, o ülkedeki muhasebe sisteminin oluşmasında önemli bir etkidir. Örgüt yapısını, davranışlarını, muhasebe çevresini ve muhasebe olgusunu bilişsel hareketler ile etkileyip muhasebe organizasyonunun oluşmasında doğrudan etkilidir.

İnanç, çocukluk dönemiyle başlayan öğrenme, düşünsel yapılar ile olaylar arasındaki neden sonuç ilişkisini kurmaktadır. Bu durum genelleştirilerek toplum yapısını oluşturmakta ve daha sonra olaylar inançlara göre yorumlanmaktadır. Muhasebecilerin sahip olduğu bilgileri kullanarak karar alma mekanizmasını da etkileyen, öğrenme ve tecrübe ile birlikte oluşmuş inançlardır. Çünkü inançlar temel olarak önce çevreye, sonra yöntemlere hükmeder ve karar vermek için harekete geçmektedir.

Politik Yapı; bir ülkede oluşan muhasebe sistemi, ülkenin siyasi yapısı, yönetim biçimi, pazar yapısı ve diğer ülkelerle olan ticari ilişki seviyesi belirlemektedir. Dolayısıyla toplumun yaşadığı kültür, yönetim biçimini ve siyasi altyapıyı etkilemektedir. Dolaylı olarak muhasebe sistemi de bu yapı içinde kurulmaktadır.

1.2.3.2. Davranışsal Muhasebe İle İlişkilendirilen Teoriler

Davranışsal muhasebede bilgiyi oluşturan ve bilgiden fayda sağlayan olmak üzere iki taraf bulunmaktadır. Muhasebe bilgilerinden fayda sağlayan tarafı da bilgiyi ekonomik karar alma amaçlı kullanan ve bilgiyi denetim amaçlı kullanan olmak üzere iki gruba ayırabiliriz. Bilgiyi denetim amaçlı kullananlar kendi içerisinde kamu adına denetim yapanlar ve iç denetim yapanlar şeklinde ayrılabilir. Söz konusu tarafların davranışları ile muhasebe arasındaki ilişki aşağıda incelenen teorilerle ilişkilendirilerek davranışsal muhasebe açıklanmaya çalışılmaktadır (Marşap ve Gökten, 2016: 349).

-Beklenti Teorisi;

Göreceli beklenen fayda, iki eylem arasında beklenen fayda veya kayıptır. Yani, bir eylemin diğerine göre seçilmesinde beklenen göreceli avantajdır. Geçmişte ekonomistler, beklenen kar ve zararları göz önünde bulundururken bu teoriyi akılda tutmuş olabileceklerinden beklenti teorisinin yeni bir şey olmadığı söylenebilir. Araçlar rastgele değişkenler olduğundan, farklılıkları da rastgele değişkenlerdir ve beklenti teorisi sadece bunların beklentilerini dikkate alır. Standart karar teorisi, her bir eylemin beklenen faydasını hesaplamamız ve beklenen en büyük faydaya sahip olan eylemin (böyle bir eylem varsa) seçilmesini tavsiye eder. Beklenti teorisi böyle bir tavsiye vermediğinden, standart karar teorisinden oldukça farklı olduğu ortaya çıkmaktadır. Beklenti teorisinde, bireysel eylemler için beklentilerin hesaplanması bile gerekmemektedir (Colyvan, 2008: 39-40).

-Eşitlik Teorisi;

Temel unsurlarının girdiler ve çıktılar olduğu, ilk olarak John Stacy Adams tarafından 1963 yılında bahsedilen eşitlik teorisinin girdileri çalışanların iş yerine kazandırdıkları; çıktıları ise çalışanların iş yerinden elde ettikleri şeklinde düşünmek mümkündür. Genel anlamda hiçbir çalışan girdilerin çıktılarından fazla olmasını istemez. Burada çalışanların algıları da büyük önem taşıdığından bu bağlamda en azından çalışan tatmini için girdilerin çıktılarına eşit olması arzu edilen bir durumdur. Girdiler; çalışanın eğitim düzeyi, sahip olduğu yetenekler, çalışılan iş saatleri, harcanan emek, esneklik düzeyi şeklinde sıralanabilir. Çıktılar ise; maaş, bonus, itibar, yükselme, tanınırlık, iş güvenliği, övgü vb. şeklindedir. İşletmelerde eşitlik teorisi personel ve işçilik giderleri düzeyinin temel belirleyicisi iken, işletmenin yatırım ve faaliyetleri sonucunda

kazandığı faydalar bütünü ise çalışanların taleplerine şekil vermektedir. Bu bağlamda fayda maliyet analizlerinin karar süreçlerine yansımaları ve nihai değerlendirme eşitlik teorisi çerçevesinde değişkenlik göstermektedir (Marşap ve Gökten, 2016: 350).

-Amaç Teorisi;

Edwin Locke tarafından geliştirilen bu teoriye göre kişilerin belirlediği amaçlar onların motivasyon derecelerini de belirleyecektir. Erişilmesi zor ve yüksek amaçlar belirleyen bir kişi elde edilmesi gayet kolay olan amaçlar belirleyen bir kişiye oranla daha yüksek performans gösterecek ve daha fazla motive olacaktır. Amacın zorluğu ve özelliği; amacın kabulü ve amaca adanmışlık, amaca yönelik çabayı ve motivasyon düzeyini belirlemektedir. Zor ve spesifik amaçlarda performans daha yüksektir. Bu nedenle zor ve spesifik amaçlara sahip olan insanlar kolay ve genel amaçlara sahip olan insanlara göre daha yüksek performans gösterecektir (Erdem, 1998: 56).

-Durumsallık Yaklaşımı;

Durumsallık yaklaşımı, farklı koşullarda farklı davranışlar sergileneceği konusunu ele almaktadır. İşletmeler için de, yönetim içinde evrensel organizasyon ilkeleri ve yönetim ilkelerinin var olduğunu veya her kuruluşun benzersiz olduğunu ve her durumun ayrı ayrı analiz edilmesi gerektiğini belirten iki uç görüş arasında yer almaktadır. Her ortamda farklı yapıların, stratejilerin ve davranış süreçlerinin nasıl ilerlediği gözlemlenmektedir. Örgütsel ortamlar, özellikler ve yapılar ile rekabet koşulları, örgütsel stratejiler ve örgütsel özellikler ve davranış süreçleri beklenmedik ve birbirinden farklı durumlar yaratabilmektedir (Zeithaml ve Varadarajan, 2007: 37).

Bu durumlardan dolayı her şartta geçerli olacak katı ve net kurallar yerine, değiştirilebilir ve esnek yapıların var olması gerektiği savunulmaktadır.

-Vekalet Teorisi;

Kişiler kendi çıkarlarını en üst düzeye çıkarabilmek amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Vekalet teorisinde iki taraf bulunur ve bunlar vekalet veren ve vekildir. Burada taraflardan biri diğerine vekalet verir. Faydayı en üst seviyeye çıkarma amacıyla olan her iki taraf arasında anlaşma yapılması ile süreç işlemektedir. Buradaki vekalet ilişkisi işletme sahipleriyle yöneticiler arasındaki ilişki olabileceği gibi yöneticiler ile kredi sağlayanlar arasındaki ilişki şeklinde de gerçekleşebilir. Vekalet

verme eylemi temsil maliyeti oluşturur. Yani vekalet veren, vekaletin verildiği kişiyi kontrol etmek ister ve bu ihtiyaç ek masraflar doğurur. Söz konusu ihtiyacın temel amacı ise vekalet veren ile vekalet eden arasında ortaya çıkacak bilgi farklılığının en aza indirilmesidir. Aksi takdirde, yani yüksek bilgi kopukluğunun varlığı durumunda, vekalet eden kişisel çıkarlarını en üste çıkararak vekalet vereni hak kaybına uğratabilir. Muhasebe ve özellikle denetim faaliyetleri, paydaşlar arasındaki asimetrik bilginin en aza indirilmesinde temel rol oynar. Buradan yola çıkarak, kamu yararına denetim yapanların ve iç denetçilerin varlığı vekalet teorisinin bir sonucu olduğu yorumu yapılabilmektedir (Marşap ve Gökten, 2016: 352).

1.2.4. Bilişsel Muhasebe

Bilişsel psikoloji ile muhasebe, karşılaşılan durumların belirli durumlar altında farklı algılanmasıyla bir noktada buluşur ve bilişsellik kavramı doğar. Bilişsel muhasebe, yönetim muhasebesi konusunda bilgi birikimi olan ve bu bilgileri hayatındaki diğer faktörlerle bir araya getirerek bilgi haritaları ile karar verme durumuyla oluşturmaktadır. Muhasebenin yorumlama özelliğinden yola çıkılarak, bir işletmenin mali tablolarını yorumlayarak farklı kararlar alan iki muhasebe yöneticisinin durumunu sadece içsel ve dışsal kurullarla betimlemek doğru olmamaktadır. Kişilerin bilgiyi işleme süreçleri birbirinden farklı olduğundan kişilerin hızlı ve doğru karar vermelerinin altında yatan temel faktörlerin başında bilgiyi işleme süreci yer almaktadır. Bu noktada bilgiyi şemalar yolu ile işlenmesinin incelendiği alan bilişsel muhasebe adını almaktadır. Bilişsel muhasebe araştırmaları son zamanlarda karar verme performansında bilgi ve motivasyon konularının etkisi hakkında daha çok vurgu yapmaktadır. Koşullanmanın doğası gereği bu iki özelliğin önemli yeri bulunmaktadır fakat bilişsel araştırma gündeminde yer almamaktadır (Apalı ve Güler, 2016: 466).

1.2.4.1. Karar Verme Sürecini Etkileyen Bilişsel Önyargı Faktörü

Son yıllarda finans alanında yapılan çalışmalar göstermektedir ki; bireysel yatırımcıların yatırım kararlarını verirken rasyonel olarak alternatiflerini arttırmak, portföylerini çeşitlendirmek ve risk almaktan kaçınmak istemelerine rağmen günlük hayatta yaptıkları yatırımlarda bunları gerçekleştirememektedirler. Dolayısıyla insan davranışları geleneksel finansın el verdiği ölçüde her zaman mantıksal bir temele dayanmamakta ve rasyonellikten uzaklaşabilmektedir. Sermayelerini elde tutma, değer

artışı sağlamak ve sürekli gelir elde etmek amacıyla finansal piyasalarda yatırımda bulunan bireysel yatırımcıların kararlarını sınırlayan, yönlendiren ve onları irrasyonel davranmasını sağlayan pek çok faktör vardır. Bu faktörlerden birisi de psikolojik önyargılardır. Psikolojik önyargılar sonucunda bireysel yatırımcılar; kazanan hisseleri olması gerekenden daha erken bir zamanda satarken kaybeden hisseleri çok uzun bir süre elde tutmakta, kendilerine aşırı güvenmenin bir sonucu olarak çok sık zarara uğramakta, alışkın oldukları finansal araçlara duygusal olarak bağlanmakta, sürü davranışı göstermekte, kendi doğrularını destekleyici bilgiyi arama ve diğer bilgileri reddetme eğiliminde olmaktadır. Yani bireylerin yatırım kararları rasyonel kararlar olmaktan çıkmakta, bunun yerine bireylerin sezgi ve hislerine dayalı kararlar alınmaktadır (Hayta, 2014: 329).

1.2.4.2.Karar Verme Üzerine Bilişsel Modeller

Karar verme, bir amaca ulaşabilmek için mevcut ve koşullara göre mümkün olan çeşitli hareket tarzlarından en uygun görüneni seçmek, tercih etmektir (Kurt, 2003: 7).

Karar vericiler her gün alternatif eylemler arasında seçim yapmak zorundadır. Genellikle sunulan alternatifler ve destekleyici bilgiler önerilen eylemi desteklemek veya açıklamak için yetersizdir. İyi kararlar, herkes tarafından açıkça tanımlanmış ve kabul edilmiş bir karar alma süreci kullandığında elde edilebilir. Açık ve şeffaf bir karar süreci, nihai raporun gözden geçirenlerin ve paydaşların sorularına açıkça cevap vermesini sağlayacak kadar soru sormaya ve cevaplamaya bağlıdır. Karar vermede ilk öncelik, kararda karar vericilerin ve paydaşların kim olduğunu belirlemektir (kararın izleyicisi). Karar alıcılar sürecin erken aşamalarında belirlenmesi, sorun tanımı, gereklilikler, hedefler ve kriterler hakkındaki anlaşmazlığı azaltır. Karar vericiler nadiren günlük değerlendirme çalışmalarına katılacak olsa da, karar vericiden/ süreçlerden gelen geri bildirimler sürecin dört adımında hayati önem taşımaktadır (Baker, 2001: 2).

1. Problem tanımı
2. Gereksinimlerin tanımlanması
3. Hedef belirleme
4. Değerlendirme kriterlerinin geliştirilmesi

Karar analizi teknikleri, alternatifler arasındaki seçim net olmadığında dengeli bir karar vermek için eleştirel düşünceyi bilgi, veri ve deneyime uygulamak için rasyonel süreçler / sistematik prosedürlerdir. Sorunla ilgili soruların cevaplarını toplamak için geliştirilen eleştirel düşünme becerilerini uygulamak için organize yollar sağlarlar. Adımlar arasında amacın açıklığa kavuşturulması, alternatiflerin değerlendirilmesi, risklerin ve faydaların değerlendirilmesi ve karar verilmesi yer alır. Çok Kriterli Karar Verme yöntemleri, alternatifler arasındaki seçimin belirsiz olduğu durumlarda, bilgi, veri ve deneyimin beraber kullanılarak dengeli bir seçimin yapıldığı rasyonel ve sistemli süreçlerdir (Baker, 2001: 6).

1.2.4.3.Bilişsel Psikolojinin Muhasebeye Uygulanması

Bilişsel muhasebenin ilgi alanında muhasebe hakkında yeterli bilgi ve donanıma sahip kişilerin bu bilgileri yaşamı içinde karşı karşıya kaldığı faktörlerle birleştirerek karar vermesi bulunmaktadır. Aynı muhasebe kurallarını benimseyen 2 muhasebe yöneticisinin kendilerine özgü yaptıkları yorumların farklı olmasının sonucu alınan farklı kararların altında yatan ana sebep sadece içsel ve dışsal sebepler değil, kişilerin bilgiyi işleme süreçlerinin farklı olmasıdır. Bilgiyi işleme süreçlerinin sonucu olarak kişilerin doğru ve hızlı karar vermelerinin yolunu açmaktadır. Bilişsel muhasebe konusu, davranışsal muhasebeden bilgilerin içselleşmesi yönünden ayrılmakta olup, bireylerin var olan muhasebe kurallarını bilişsel verileri işleyerek belirli şekillerde içselleştirmesi sonucunda elde ettiği verileri muhasebe kararlarında kullanması ile ortaya çıkmaktadır. Şemalar ve daha önceki elde edilen bilgilerin kullanılması ile ortaya çıkan bir düşünme şekli olan bilişsel muhasebe, bilişsel psikolojinin verilerini muhasebe biliminde uygulamaya sunmaktadır (Apalı ve Güler, 2016: 466).

1.2.5.Nöro Muhasebe

İnsanların kararları nasıl verdiklerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayan bir köprü olarak ortaya çıkmış bir disiplin olan nöro muhasebe; karar alma aşamasında, bireylerin mental durumlarının nörolojik temellerini inceler. Bu incelemeyi yaparken de aynı zamanda bireylerin risk alırken salgıladıkları değişik hormonların, karar almada ne denli etkili oldukları üzerine çalışılır. Nöro muhasebenin iki ana çıkış noktasından doğduğunu düşünürsek bunlardan ilki muhasebeyi geleneksel işlemlerinin dışına taşıyan davranışsal muhasebe alanındaki gelişmeler; diğeri ise başta nöroiktisat olmak üzere nörobilim

tekniklerini kendi alanlarına taşıyan alt disiplinlerdeki ilerlemelerdir. Öte yandan nöroiktisat alanında gerçekleştirilen deneysel çalışmalar, muhasebe araştırmacılarını da nörobilim ile etkileşim halinde yapılacak disiplinler arası çalışmalara yönlendirmiştir (Usul ve Çağlan, 2018: 452).

Nöroiktisatın davranışsal muhasebe ile ilişkilendirilerek doğan nöromuhasebe kavramının ortaya çıkmasındaki etkiler incelenmiştir. Nöromuhasebe kavramına yönelik az sayıda çalışma yapılmış olduğundan özellikle davranışsal muhasebe konusunu inceleyenler açısından yeni ve zahmetli bir konu durumundadır. Nöromuhasebe konusunda çalışma yapmayı hedefleyen bir muhasebe araştırmacısı, yüksek miktardaki araştırma maliyetini finanse etmek zorundadır ve nörobilim konusunda uzman araştırmacılardan destek almadan yoluna devam edememektedir (Birnberg ve Ganguly, 2012: 7).

Muhasebenin ana hedefinin karar alma sürecine anlamlı bir katkı sağlamak olduğunu düşünürsek karar alma sürecini etkileyen faktörleri ortaya koymak, muhasebe biliminin üzerinde durması gereken hususlara ışık tutacaktır. Geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğinden itibaren muhasebenin; psikolojik, sosyal, kültürel vb. birçok faktörün muhasebe ile sıkı bir ilişki içerisinde olduğu davranışsal muhasebenin öncülleri tarafından ortaya konmuştur. Nöromuhasebe ise bu çalışmaları bir adım daha ileri götürmekte ve muhasebenin nörobilim ile işbirliğini öngörmektedir. Bir muhasebe olayı karşısında beyinde karar almada kullanılan bilişsel sürecin ne şekilde değiştiğini görmek nöromuhasebe çalışmalarının ana hedeflerinden biridir. Muhasebenin temel ilkelerinin evrimsel süreci de nöromuhasebenin bir diğer araştırma alanı olmakla beraber modern ekonominin gelişimiyle birlikte ortaya konulan ve muhasebeyi globalleştirme açısından büyük bir adım olarak gördüğümüz uluslararası standartların temellerinin aslında doğal bir süreç sonucunda ortaya çıktığı bugün tartışılan konular arasındadır (Usul ve Çağlan, 2018: 452-453).

1.2.5.1.Beynin Fizyolojik Ve Anatomik Özelliklerinin Karar Alma Sürecine Etkileri

Sinirbilim, karar verme sürecinin analizine katkıda bulunmaktadır. Beynin işleyişi ile ilgili çalışmalar göstermektedir ki: beyin özel bir biçimde hareket etmektedir. Aynı zamanda entegre edilmiştir bu nedenle hangi alanın belirli bir davranışa %100

güvenle yanıt verdiğini bilmenin bir yolu bulunmamaktadır. Beynin serebral sistemleri yavaş yavaş yaşlandıkça ve kuruldukça çevreye farklı şekillerde cevap vermekte; dikkat ve bilinç, muhakeme ve karar içeren her durumda mevcut olmamaktadır. İnsanlar bu otomatik yetenek karşısında sezgi ve kalıpları tanıyarak hareket edebilmektedir (Cesar vd.2010:3).

Nöromuhasebe beden ve beyin davranışlar üzerindeki etkisini incelerken hormonların da davranışları büyük ölçüde etkilediği söylenebilir. Alınan kararlar ile vücudun biyolojisi arasında meydana gelen bağlantılar nöromuhasebenin konusunu oluşturmaktadır. Bir karar alınırken beyin hangi bölgelerinin uyarıldığını belirleyebilmek için MR VE EEG' ler çekilerek, kanlanma olan bölgeler tespit edilmektedir. Aynı zamanda göz bebeğinde, ses tonunda ve kalp atışında meydana gelen değişiklikler de gözlemlenerek nöromuhasebe alanı sayesinde beyin bilgiyi nasıl değerlendirdiği ve bilgiyi nasıl mukayese ettiği hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir (Marşap ve Gökten, 2016: 353).

1.2.5.2.Nöromuhasebe Araştırmalarının Muhasebe Bilgi Sistemleri Çalışmalarına Olan Katkıları

Nöromuhasebe, muhasebeyi ve beyin ekonomik kurumların oluşturulmasındaki merkezi rolünü bilimsel olarak görüntülemenin yeni bir yolu olarak ortaya çıkmaktadır. Nörobilimsel yöntemler kullanarak ekonomik karar verme sırasında beyin aktivitesini ölçmek, köklü muhasebe ilkelerine aykırı olan yeni politikaların uygulanmasının ne kadar istendiğini değerlendirmek için yararlı olacağı düşünülmektedir. Nöromuhasebe, ekonomik uygulama ve geleneklerin oluşmasında beyin rolünü ve muhasebeyi bilimsel bir bakışla ele alan muhasebe alt bilimidir (Ahmad, 2010: 1-3).

Nöromuhasebe, insanların kararları nasıl verdiklerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayan bir köprü olarak ortaya çıkmış bir disiplindir. Bu disiplin; karar alma aşamasında, mental durumlarının nörolojik temellerini inceler. Bu incelmeyi yaparken de; aynı zamanda bireylerin risk alırken salgıladıkları değişik hormonların, karar almadaki etkisi üzerine çalışılır. İnsan davranışlarını etkileyen faktörler araştırılırken, geleneksel yöntemleri kullanarak fark edilmesi mümkün olmayan unsurları daha güçlü bir şekilde açıklayabilecek daha modern enstrümanlar bulabilmek için, çalışmaların kapsamını genişletmek gerekmektedir. Teknoloji ilerledikçe kullanılacak yöntemler

çeşitlendiği gibi, daha güvenilebilir sonuçlar elde etmek de mümkün hale gelebildiğinden, nöromuhasebe alanındaki yenilikçi çalışmalar durağanlaşan muhasebe çalışmalarına yeni bir soluk getirmesi beklenmektedir (Usul ve Çağlan, 2018: 457-458).

Karar alma süreci, insan merkezli olduğundan sergilenen davranış farklılıklarından her zaman etkilenmektedir. Elde edilen mali tabloların kesin ve herkes için aynı olan sonuçlarından çok tahmin, yargı, uygulanan yöntem, analiz gücü gibi özelliklere dayanmaktadır. Burada bu özelliklere sahip olan kişinin bilgi, görgü, tecrübe düzeyi gibi nitelikleri muhasebe verilerinin dolayısıyla finansal tabloların oluşumunu etkileyecektir. Ortaya çıkan bu etki karar alma ve denetleme, yönetim muhasebesi ve denetim faaliyetleri gibi kişisel yargıların kullanıldığı alanlara kadar kendisini belli etmektedir (Marşap ve Gökten, 2016: 354).

Nöromuhasebe alanında kullanılacak yöntemler müdahale gerektiren ve gerektirmeyen yöntemler olarak iki grupta toplanabilir. Müdahale gerektirmeyen yöntemler arasında göz bebeğinde büyüme, ses tonu, mimik, deri iletkenliği ve nabız gibi dışarıdan gözlenebilen psikolojik ölçümleri sayabiliriz. Bu sayılan yöntemler, dışarıdan bir uyarıcı geldiğinde katılımcıların “ne ölçüde” tepki verdiğini gözlemlemek ve ölçümlemek amaçlı yöntemlerdir. Müdahale gerektiren metotların etik açıdan insanlarda uygulanması kabul edilmediğinden, bu deneylerde primatlarla çalışılması tercih edilmektedir. Ancak bilim adına dahi olsa hayvanların zarar görmeleri mümkün deneylerde denek olarak kullanılması da kuşkusuz etik açıdan ciddi eleştirilere maruz kalmaktadır (Usul ve Çağlan, 2018: 458).

1.2.5.3.Muhasebe Alanında Nörobilimsel Çalışmaların Karar Almadaki Fonksiyonları

Muhasebe alanında yapılan nörobilimsel çalışmalar insan beynindeki karar alma süreçleri hakkında bildiklerimizi artırması yönünden birçok alanda olduğu gibi muhasebe alanında da hem teorik hem de pratikte önemli değişiklikler yapabilme adına büyük bir potansiyel taşımaktadır. Nörobilimsel araştırmalar, davranışsal muhasebecilerin bugüne kadar sosyal deneylerle ortaya koyduğu bulguların nörolojik deneylerle de kanıtlanmasına ve hatta öne sürülen hipotezlerin geliştirilmesine zemin hazırlayacaktır. Örneğin davranışsal muhasebeciler, insanların kayıplara ve kazançlara karşı tutumlarının farklı olduğunu savunmaktadır (Usul ve Çağlan, 2018: 462).

İşletmelerde karar verme süreçlerinde insan unsurunun önemli bir faktör olduğu ve nöromuhasebe kavramının muhasebe birimleri için önemli olduğu görülmektedir. Nörolojinin kullandığı bu teknikler nöroekonomi, nöropazarlama gibi farklı alanlarda da kullanılmakta ve insan beyninin karar verme, duygusal tepki ve daha birçok zihinsel işlevinin altında yatan nedenleri anlamada yardımcı olmaktadır (Şenel ve Darıcı, 2018: 385).

1.2.6. Duygusal Muhasebe

Paranın çağrıştığı duygu ile bu duygunun muhasebe alanında gösterdiği etki duygusal muhasebe olarak adlandırılmaktadır. Bu disiplinde kişinin duygu durumuna göre paranın nasıl harcandığı etiketlenir. Parayı çağrıştığı duyguya göre kategorize eden bir çeşit zihinsel muhasebe çeşidi olan duygusal muhasebenin, yaşanan duyguların yoğunluğuna göre harcama davranışlarında önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. Örneğin, para harcarken olumsuz duygular içinde olan bir kişinin, bu olumsuzluklarla başa çıkmak için stratejik tüketime yöneldikleri görülmektedir. Olumsuz duygularını şiddetlendirmemek adına, sadece kendi zevklerini tatmin edecek alımlardan kaçınarak daha rasyonel ve faydalı alımlara yönelmektedirler (Levav ve McGraw, 2009: 67).

Parayla ilgili duyguların harcama biçiminde etkili olmasının sebebi duyguların genel özelliği gereği, uyarılma durumlarında hemen düzenleyici ve başa çıkmaya yönelik davranışlara yol açma durumudur (Lazarus ve Folkman, 1984: 263).

1.2.7. Zihinsel Muhasebe

Ekonomist Richard Thaler tarafından ortaya atılan Zihinsel Muhasebe (Mental Accounting) kavramı Davranışsal İktisat alanındaki bilişsel ön yargılardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır ve insanların bir parasal değere atfettikleri karşılıktır. Bu kavram, kişilerin paralarını, paranın kaynağı ve her hesap için kullanım niyeti gibi çeşitli öznel ölçütlere dayalı olarak ayrı ayrı hesaplara ayırma eğilimini ifade eder. Teoriye göre, bireyler tüketim kararları ve diğer davranışları üzerinde çoğu zaman mantıksız (irrasyonel) ve zararlı bir etkiye sahip olan her varlık grubuna farklı işlevler atar.

Çok sayıda deneysel çalışma, zihinsel hesaplamalar yaparken, insanların dar çerçevelere girdiğini, yani genellikle dar tanımlanmış kazançlara ve kayıplara dikkat ettiklerini göstermektedir. Bu, dar çerçeveli kazançlar ve kayıplar üzerinde daha

doğal olarak deneyimlenen bir pişmanlık yaratabilmektedir. Örneğin, bir yatırımcının hisse senetlerinden biri düşük performans gösterirse, yatırımcı bu hisse senedini satın almak için verdiği özel karardan pişmanlık duyabilmektedir (Barberis ve Huang, 2001: 1248).

1.3.Karar Verme Süreci

İnsan sınırsız olan ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için, mal ve hizmet talep eden ve bu özelliği ile tüketici ismini alan bir varlıktır. İnsanlar mal ve hizmetleri talep ederken içten gelen dürtüler ve çevreden gelen güdülerle harekete geçtikleri için insanların bu etkilere olumlu ya da olumsuz tepki vermesi tüketici davranışını belirlemektedir. Karar verme süreci, bireyin, sahip olduğu tutumların, isteklerin, güdülerin, mevcut alternatifler arasından yapacağı tercih üzerindeki rolünü göstermektedir. Algılar, eldeki verilere ve bireyin taşıdığı inançlara dayanarak şekil almakta ve süreci etkilemektedir. Arzular, karar vericinin duygusal durumunu gösterirken tutumlar, sonuçları olumlu ya da olumsuz şekilde değerlendiren sabit psikolojik eğilimler olarak adlandırılmaktadır. Tutumlar genellikle, karar verme sürecindeki görünmeyen etken olmaktadır. Tercihler mevcut alternatifler arasındaki karşılaştırmalı kararlardır. Bu kararlar, belirli durumlar altında, sayısal bir ölçek ya da fayda olarak belirtilmektedir. Güdüler ise algılanan hedefe doğru yönelmiş dürtülerdir (Aydoğan, 2013: 25).

1.3.1.Ekonomik Açıdan Karar Verme

Geleneksel finans teorileri, ekonomik karar ve davranışların, tamamen rasyonel düşünce ile oluşturulduğunu varsaymaktadır. Rasyonel bir yatırımcının, karar verirken mevcut bütün bilgileri kullandığı, alınacak kararın gelecekteki sonuçlarını da düşünerek alternatif yatırım kararları içinde en uygun olanı tercih ettiği düşünölmekte yani ekonomik karar sürecini, dışsal faktörlerin şekillendirdiği varsayılmaktadır (Bodur, 2016: 2).

1.3.2.Psikolojik Açıdan Karar Verme

İnsan duygusal bir varlık olarak birtakım kararlar alırken ruh halinin ve duygularının etkisinde kalabilir. Bu nedenle dışsal faktörlerin yanı sıra içsel faktörlerin de insanların kararlarını ve davranışlarını etkilediği bir gerçektir. Psikolojik açıdan karar verme süreci, birçok faktörün karşılıklı etkileşimini

beraberinde getirmektedir. Karar verecek kişinin olayları algılayış biçimi ve nasıl anlamlandığı, duyguları ve tutumları (davranışsal eğilimleri) ve geçmiş tecrübeleri karar sürecini etkileyen ve kendi aralarında da etkileşimi olan önemli faktörlerdir. Bütün bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda insan her zaman rasyonel kararlar veremeyebilir. Bu durumda yatırımcı davranışı da karar alınacak her duruma ve konuya özgü farklılıklar gösterebilir (Bodur, 2016: 2-3).

1.3.3.Finansal Karar Kavramı

Bireylerin finansal konularda yeterli bilgiye sahip olmaması ya da eldeki bilgiyi doğru kullanamamaları sonucu ekonomik olarak yanlış kararlar verebilmektedirler. Aynı zamanda kişilerin sahip olduğu psikolojik özellikler ve eğilimler de bu yanlış kararlarda rol alabilirler. Her şeyi ile birbirinin aynısı olan iki üründen ucuz olanı tercih etmesi beklenen rasyonel bir insanın pahalı ise daha kalitedir düşüncesiyle pahalı olanı tercih etmesi örnek gösterilebilir. Finansal yatırım kararları konusunda dikkate alınması gereken iki önemli kriter bulunmaktadır. Bunlar, yatırımın riski ve yatırımın beklenen getirisidir. Yatırım kararları sadece riske ya da sadece getiriye bağlı olarak alınamayacağından iki faktörün de dengeli bir şekilde ele alınması doğru olacaktır. Ayrıca riskin herkes için aynı olmadığı kişilere ve durumlara göre değişebileceğinden dolayı beklenen risk yerine algılanan riskin daha önemli olduğu görülmektedir (Kahyaoglu ve Ülku, 2012: 54).

1.4.Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler

Yatırımcıların risk algısını statik değil dinamik bir kavram olarak kabul ettiğimizde bir yatırımcının finansal risk algılamasını etkileyen faktörler aşağıdaki şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 1.1.Finansal Risk Algısına Etki Eden Faktörler

Kişilik Özellikleri	Psikolojik Faktörler	Demografik Ve Sosyo-Ekonomik Faktörler
Dışa Dönüklük /İçe Dönüklük	Hevrestikler	Cinsiyet-Yaş
Uyumluluk	Bilişsel Önyargılar	Medeni Durum
Sorumluluk/Amaçsızlık	Duygusal Faktörler	Eğitim Düzeyi-Meslek
Duygusal Denge		Bakılmaya Zorunlu Kişi Sayısı
Yeniliklere Açık Olma		Aylık Ortalama Gelir-Net Mal Varlığı
		Finansal Bilgi Düzeyi

(Kaynak:Saraç ve Kahyaoğlu, 2011: 138)

1.5.Karar Almaya Yönelik Muhasebenin Niteliği

Karar almaya dönük muhasebe, işletmede sürecin, yönetmenin veya karar alma hareketinin özel bir şeklini oluşturmaktadır. Karar alma süreci sadece iki veya daha fazla seçenek arasından seçim yapmak olmadığından karar alıcıların, ortaklarla bir araya gelip sadece ‘ret’ veya ‘kabul’ sözleriyle anında son bulan bir adımdan ibaret değildir. Karar alma işlemi, karar sürecinin en son adımını oluşturan seçim işleminden çok daha fazlasını kapsamaktadır (Davitson ve Trueblood, 1961: 189-190).

İlk kez, John Dewey tarafından yapılan tanıma göre; karar alma problem çözme veya soru yöneltme, şu soruların cevaplanmasını amaçlayan 3 aşamalı bir süreç olarak düşünülebilir:

- 1- Problemin tanımlanması
- 2- Alternatiflerin ortaya konulması
- 3- En iyi alternatifin seçimi (Davitson ve Trueblood, 1961: 189-190)

1.5.1. Karar Alma Sürecinin Muhasebe ile Bağlantısı

Ekonomik olarak karar verme, beklenen değerlerin, insanın bilişsel sınırlarının ve yeteneklerinin hesaplanmasını ve bilginin aktarılmasında esnekliğe izin verilmesini

içeren bir öğrenme süreci olarak tanımlanabilir. Ekonomik karar verme ortamlarında olduğu gibi öğrenme ve karar almanın birlikte gerçekleştiği diğer birçok görev için örnek tabanlı karar vermenin en makul öğrenme mekanizması olduğu belirtilmektedir. Örnek tabanlı karar verme ise geçmiş bir deneyim ile mevcut bir bağlam arasında kurabileceği benzerlik derecesi sonucu bir bellek deneyimi elde etme olarak adlandırılabilir (Gonzalez ve Lebiere, 2005: 5).

Muhasebe kararlarının çoğu belirsiz veya riskli bir ortamda alınır. Örneğin, yöneticiler genellikle sermaye bütçeleme kararları verirken rakip yatırım alternatiflerinin tahmini gelecekteki getirilerini değerlendirir. Bu çerçevede, nakit akışlarının oluşma olasılığı tahminleri ile birlikte her bir alternatifle ilişkili öngörülen nakit akışlarını dikkate alabilirler. Dikkate alınan yatırım seçeneklerinden bazıları diğerlerinden daha fazla risk içerebilir. Örneğin, bir alternatif gelecekteki belirli nakit akışları sunabilirken, bir diğeri daha yüksek nakit akışları sağlama şansına sahip olabilir, ancak daha düşük getiri ile sonuçlanabilmektedir (Moreno vd., 2002: 1332).

Karar almanın muhasebe ile ilgisi ele alındığı zaman çoğunlukla bilgi sisteminin aşağıdaki sorularla tanımlanan aşamaları incelenmektedir;

1- En iyi alternatif hangisidir? Alınması gereken herhangi bir karar için ne tür bilgiye ihtiyaç vardır?

2- Problem nedir? Problemi belirlemek için hangi bilgiler gereklidir?

Bu sorular yönetsel karar almayla ilgilidir. Birinci soru, programlanmış veya çözüm şekli saptanmış, düzenli bir şekilde ortaya çıkan alışılmış karar problemleri ile ilgilidir. Örneğin, bir stok kontrolünde ne kadar mal satın alınacağı alışılmış bir karardır. Bu tür alışılmış kararları almak için gerekli bilgiyi ve en doğru ölçütü kararlaştırmada geçmişten gelen örnekler bulunmaktadır. İkinci soru, programlanmamış veya çözüm şekli saptanmamış düzensiz bir biçimde ortaya çıkan özel karar problemleridir. Örneğin, bir işletme, örgüt yapısının veya kuruluş yeri politikasının bütünüyle incelenmesini nasıl ve ne zaman yapacak; bir işletme fiyat izleme politikasından fiyat önderliği politikasına geçmeyi ne zaman düşünülebilir ve alışılmış kararların uyumlaştırılıp uyumlaştırılmadığını nasıl anlar? Bu iki soru ve bunların ilgili olduğu problem alanları ile bugünkü araştırmalar muhasebe mesleğine ilişkin birçok görüşler ortaya koymaktadır (Davitson ve Trueblood, 1961: 190-191).

1.5.2. Karar Almada Kullanılan Bilgilerin Türleri

Bilgi, bütün bireyler, kurum ve kuruluşlar için gelişim ve değişime açılan bir kapı olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple bilgiyi doğru anlamlandırmak onun kullanımını ve yönetimini daha etkin hale getirecektir (Durna ve Demirel, 2008: 130).

Aşırı bilgi, bilginin karar alıcıya gereğinden fazla sunulması durumudur. Kullanıcıya bilgilerin tamamı bütün ayrıntıları ile sunulur. Aşırı bilgi sorunu, büyük miktarlardaki ayrıntılı bilgilerin elektronik bilgi işlem sistemleri ile gereği gibi özetlenip, ayıklanmadıkça yönetici kolaylıkla gereksiz bilgi yağmuruna tutulmuş olup bu durum bir tehlike olarak karşımıza çıkabilir. Yönetici, karar almak için kullanacağı zamanın büyük bir bölümünü ihtiyaç duyulan bu verilerin özetlenmesi veya incelenmesine harcayabilir. *Eksik bilgi*, tutarlı bir karar alma için elverişli bilgilerin mevcut olmamasıdır. Geleneksel muhasebe sistemi verileri sadece para birimi üzerinde kaydetmekte olduğundan birçok durumda söz konusu veriler faydalı olmaz ve başka verilere ihtiyaç duyulur. *Zamansız bilgi*, bilginin geç ya da gereğinden daha uzun zamanda sunulduğu ortamda elde edilmiş olur. Muhasebecilerin yönetime çabuk ve faydalı bir biçimde veriler sağlamak hususunda sorumlulukları vardır. Yararlı olamayacak kadar geç hazırlanmış olan finansal tablolar işletme için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Davitson ve Trueblood, 1961: 191-193).

İKİNCİ BÖLÜM

ZİHİNSEL MUHASEBE KAVRAMI VE KARAR ALMA SÜRECİNDEKİ FONKSİYONLARI

Bu bölüm zihinsel muhasebe kavramının tanımıyla başlıyor olup, kişilerin ekonomik karar alırken, parayı ve gelir kaynağını zihinlerinde ne tür sınıflara ayırıp etiketleme yaptıkları ile devam etmektedir. Bu sınıflandırmalar sonucu harcamalarında, kendilerine göre en doğru seçim olan kararlarının gerçekte de en rasyonel seçenek olup olmadıklarına yönelik açıklamalar verilmiştir. Ayrıca yetişkinlerin yanında çocukların da zihinsel muhasebe yapıp yapmadıklarına yönelik bir araştırmaya yer verilmiştir.

2.1.Zihinsel Muhasebe Kavramı

‘Zihin’ kelimesi Türk Dil Kurumu tanımına göre ‘Canlının duygu ve davranışlar dışındaki ruhsal süreç ve etkinliklerinin bütünü, bellek, anlayış, bilinç’ anlamını taşımaktadır. ‘Zihinsel’ ise zihin ile ilgili olan anlamına gelmektedir.

‘Muhasebe’ ise para ile ifade edilen tüm olayları değerlendirme ve yorumlama olarak tanımlanmaktadır.

Zihinsel muhasebe en basit haliyle para ile ilgili tüm olayların insan zihninde değerlendirilmesi ve analizinin yapılması olarak açıklanabilmektedir.

Zihinsel muhasebe, bireylerin ve hane halklarının finansal faaliyetlerini organize etmek, değerlendirmek ve takip etmek için kullandıkları bilişsel işlemler kümesi olarak adlandırılmaktadır. Thaler’a göre zihinsel muhasebeyi tanımlamanın en kolay yolu, onu kuruluşlar tarafından uygulanan finansal ve yönetim muhasebesiyle karşılaştırmaktır. Ona göre muhasebe, ticari ve finansal işlemleri kaydetme, özetleme ve sonuçları analiz etme, doğrulama ve raporlama sürecidir (Thaler,1999: 183).

Bireylerin ve hane halklarının ayrıca işlem sonuçlarını ve diğer finansal olayları kaydetmeleri, özetlemeleri, analiz etmeleri ve raporlamaları gerekir. Bunu, örgütleri yönetim muhasebesi kullanmaya motive edenlere benzer nedenlerle yaparlar. Zihinsel muhasebe, bireylerin, paraların nereye gittiğini takip etmek ve harcamaları kontrol altında tutmak gibi işlemleri yapma biçimidir. Zihinsel muhasebe kavramını anlamak psikoloji anlayışımızı geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Ayrıca zihinsel muhasebe

sürecini anlamak, seçimlerin anlaşılmasını sağlar çünkü burada geçerli olan kurallar tarafsız olmamaktadır (Thaler, 1999: 184-185).

Zihinsel muhasebe, finansal faaliyetlerin düzenlenmesine ve para yönetiminin kolaylaştırılmasına yardımcı olan bir dizi bilişsel işlem olarak açıklanmaktadır (Olsena vd., 2019: 125).

Zihinsel muhasebe bileşenleri 3 sınıfta toplanabilir. Birincisi kararların nasıl alındığı, sonuçların nasıl algılandığı ve tecrübe edildiği ve ardından değerlendirildiği ile ilgilidir. Muhasebe sistemi hem ön hem de maliyet sonrası fayda analizleri için girdi sağlar. Tüketicinin seçimi işlem faydası adı verilen anlaşmanın değerinin, satın alma karar hesabına dahil edilmesiyle anlaşılabilir. İkinci bileşen faaliyetlerin belirli hesaplara atanmasını içerir. Hem fon kaynakları hem de kullanımları zihinsel muhasebe sistemlerinde olduğu kadar gerçek olarak da etiketlenir. Harcamalar kategorize edilir (barınma, yemek vb.) ve harcamalar bazen kapalı bazen de açık bütçelerle sınırlandırılır. Harcanacak fonlar hem akışlar (sürpriz paraya karşı düzenli gelir) hem de stoklar (eldeki nakit para, emeklilik birikimi vb.) olarak etiketlenir. Bu iki durum bu kategorizasyon sürecinin yönlerini göstermektedir. Zihinsel muhasebenin üçüncü bileşeni ise hesapların değerlendirilme sıklığıdır. Hesaplar günlük, haftalık, yıllık dengelenebilir ve dar veya geniş bir şekilde tanımlanabilir. Dinamik bir zihinsel muhasebe analizi belirsizlik altında karar vermeyi gerektiren yatırım gibi diğer durumlarda mükemmel bir tavsiye niteliğindedir (Thaler, 1999: 184).

Zihinsel muhasebe, insanların tamamen kendi zihinlerinde yarattıkları farklı kategorilere göre finansal kararlar alma eğilimi göstermektedir. Alınan kararlar birey tarafından rasyonel görünse de, bazı kararlar yanıltıcı olabilir, çünkü bunlar akılda yaratılan farklı kategorilere yerleştirilmektedirler (Atik vd., 2018: 717).

Zihinsel muhasebenin bireylerin her bir varlık grubuna, tüketim kararlarını ve diğer davranışlarını etkileyen farklı düzeylerde fayda sağladığı varsayılmaktadır. Bireylerin ve dolayısıyla tüm nüfusun ve pazarların ve hatta kurumsal organizasyonların ekonomik davranışlarına karşı uygulanmasında büyük önem taşımaktadır (Anolam vd., 2015: 100).

İnsanların mevcut fonları ve seçimleri ne kadar borca girileceği konusundaki harcamalarını etkilemenin yanı sıra, zihinsel muhasebe insanların aldığı yatırım

kararlarının türlerini ve bu kararların zamanlamasını etkileyebilmektedir. Yatırım tipik olarak uzun vadeli bir finansal davranış olarak düşünülür ve bugün tüketim ile gelecekteki tüketim arasında bir denge kurmayı gerektirmektedir. Uzun bir zaman diliminde, farklı zaman dönemlerinde fon tahsis etmek, öz kontrol sorunları nedeniyle günümüzde aşırı tüketimin önlenmesine yardımcı olabilmektedir. Öte yandan, fonları ayırmak ve daha genel olarak fonları zihinsel hesaplarda irrasyonel olarak ele almak da optimal olmayan davranışlara yol açabilmektedir (Zhang ve Sussman, 2017: 17).

2.2. Zihinsel Muhasebenin Bileşenleri

Davranışsal finansın incelediği kavramlardan birisi olan mental muhasebenin üç temel bileşeni bulunmaktadır. Bunlar alternatiflerin algılanması, zihindeki etiketleme (kodlama) ve zihinde tutulan hesapların değerlendirilme sıklığıdır (Thaler, 1999: 184).

2.2.1. Alternatiflerin Algılanması

Alternatiflerin algılanması, her bir alternatife ait sonucun bireyler veya yatırımcılar tarafından nasıl değerlendirildiği, nasıl deneyimlendiği ve kararların nasıl yorumlandığıdır. Bireylerin zihninde yarattığı muhasebe sisteminde her bir alternatif geçmişteki aynı olaya ilişkin bilgilerle karşılaştırılmakta ve oluşan yeni durum geçmişteki bilgiler yardımıyla geleceğe yönelik yeni bilgilere dönüşmektedir. Birey veya yatırımcının vereceği karar, kişinin olayı hangi zihinsel hesabında tuttuğu ve değerlendirdiğine göre değişebilecektir (Atik vd., 2018 :718).

Bu birinci bileşen, sonuçların nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini, kararların nasıl alındığını ve daha sonra değerlendirildiğini gösterir. Muhasebe sistemi hem ön hem de maliyet sonrası fayda analizleri için girdi sağlar. Tüketici seçimi, işlem fayda değerinin satın alma kararına dahil edilmesiyle anlaşılabilir (Thaler, 1999: 184).

2.2.2. Etiketleme

İkinci bileşen, fon kaynak ve kullanımlarının insan zihninde nasıl etiketlendiği ile alakalıdır. Etiketleme işlemi bireyin her finansal aksiyonu ayrı bir mental hesaba yerleştirilmesi ve bu aksiyonların zihnindeki belirli kategorilere aktarılması işlemidir. Kişinin yapacağı harcamalar ve yatırımlar için paranın kaynağı ve nasıl kullanılacağı zihinsel muhasebe sistemini etkilemektedir. Paranın nereden geldiği ve kullanıldığı yerler ayrı bir zihinsel hesapta izlenmektedir. Yemek, giyim, barınma vb. harcama ve

tüketimler insan beyininde kategorilere ayrılarak kazanç veya kayıp durumuna bakılarak ve bazı durumlarda da bireyin bütçe limitine bağlı olarak kararın etiketlenmesi (kodlanması) yapılmaktadır. Dolayısıyla bazen açık bir şekilde bazen de örtülü olarak yapılan harcamalar bireyin zihninde konut, yiyecek, giysi, yatırım, vb. şekillerde gruplandırılmaktadır (Atik vd., 2018: 718).

Faaliyetler belirli hesaplara atanırken, fonların hem kaynakları hem de kullanımları zihinsel muhasebe sistemlerinde olduğu gibi gerçekte de etiketlenmiştir. Harcamalar barınma, yiyecek gibi kategorilere ayrılır ve harcamalar bazen örtülü bazen de açık bütçelerle sınırlandırılır. Harcanacak fonlar, hem akışlar (rüzgar kazançlarına karşı düzenli gelir) hem de sermayeler (eldeki nakit, ev sermayesi, emeklilik serveti, vb.) olarak etiketlenmektedir (Thaler, 1999: 184).

2.2.3.Değerleme Sıklığı

Zihinsel muhasebenin üçüncü bileşeni mental hesapların değerlendirilme sıklığıdır. Mental hesaplar günlük, haftalık, aylık vb. olarak kategorilere ayrılarak dar ve geniş bir yelpazede tanımlanmaktadır. Bazı hesapların değerlendirilme sıklığı diğer hesaplara göre daha önemli algılandığı için değerlendirme sıklığı fazla olabilmektedir (Atik vd., 2018: 718-719).

Hesapların değerlendirilme sıklığı 'seçim basamaklamaları' olarak adlandırılan durum ile ilgilidir. Hesaplar günlük, haftalık, yıllık vb. olarak dengelenebilir ve dar veya geniş olarak tanımlanabilir (Thaler, 1999: 184-185).

2.3.Zihinsel Muhasebenin Sınıflandırılması

Fonların farklı gruplara ayrılması, zihinsel muhasebenin tanımlayıcı unsurlarından biridir. Bir seyahatte yapılan harcama tatil harcaması kategorisinde gruplandırabilir veya yeni evli bir çift düğün hediyesi olarak alınan parayı gelecekteki evleri için tasarruf olarak sınıflandırabilir. Fonların sınıflandırılması, harcama fırsatlarının değerlendirilmesinde gerekli olan bilgilerin işlemden geçirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu tür bir kategori işlemi yapılmadığında, insanların, herhangi bir harcama işlemi yapma durumunda kaldıklarında tüm finansal durumunu değerlendirmeleri gerekir. Bu değerlendirme, şimdiki ve gelecekteki refah seviyesinin yanı sıra tüm borçları ve öngörülen harcamaları dahil etmeyi gerektirir. Fonları

sınıflandırmak için aşağıdaki iki ana yöntemle odaklanılmıştır (Zhang ve Sussman, 2017: 3-4).

2.3.1. Fonların Kaynaklarının ve Kullanımlarının Sınıflandırılması

Farklı zihinsel hesaplara fon tahsis ederken, insanlar kaynak girişini (gelir, sermaye kazancı vb.), mevcut kaynak stoğunu (emeklilik tasarrufu, hane halkı birikimi vb.) ve ev harcamalarının çıkışını (gıda, giyim eşyası) değerlendirebilmektedir (Thaler, 1999: 184).

Zihinsel muhasebe alanındaki yaygın uygulamalardan biri, fonların menşei temel alarak fonları sınıflandırmaktır. İlk çalışmalar, bir bireyin servetinin değişebileceği ortak yollar belirlemiştir. Örneğin, kişi bir zam almayı veya gelecekte bir miras sahibi olmayı beklerken hayatı boyunca zenginliğini içerebilecek üç geniş kategori belirlenmiştir; cari gelir, cari varlıklar (örneğin tasarruflar veya elindeki konut sermayesi) ve gelecekteki gelir. Bu üç kategorinin her biri küresel zenginlik kategorisine ait olsa da, insanlar üç grupta tüketecekleri marjinal eğilimleri gösterirken, marjinal cari gelirlerden en yüksek ve gelecekteki gelirlerin en düşük seviyesini tüketme eğilimi göstermektedir. Başka bir deyişle, insanlar mevcut gelirlerinden, mevcut varlıklarından veya gelecekteki gelirlerinden olup olmadığına bağlı olarak servet harcamaları (tüketmeleri) için farklı şekilde teşvik edilirler. Server bölümündeki kaynak sınıflandırmasına örnek de vergi iadeleri verilebilir. İnsanlar genellikle yıllık vergi iadelerini düzenli kazançlarından farklı bir kazanç olarak görürler ve vergi geri ödemelerinin tükenmesi için diğer fonlardan daha fazla marjinal eğilim gösterirler (Zhang ve Sussman, 2017: 5). Yani oradan gelen parayı tüketmeye daha fazla eğilimlidirler.

Zihinsel muhasebede ikinci bir yaygın uygulama, fonları, satın almak için kullanılacak olan malın türüne bağlı olarak, paranın kullanım amacına göre kategorilere ayırmaktır. Yani, insanlar kullanılan fonların kaynağına uygun satın alma işlemlerine para harcarlar. Bir çalışma, çocuk giyimine yapılan harcamaların, çocuklara yapılan harcamalar için belirlenmiş fonlara (bazı hükümetlerin çocuk yetiştirme maliyetlerini düşürmeye yardımcı olan çocuk parası ödemelerini) diğer gelir kaynaklarına kıyasla anlamlı derecede daha duyarlı bulunduğunu ortaya koymuştur. Çocuk parası ödemeleri arttığında, çocuk giyimine yapılan harcamalar diğer gelir kaynaklarının aynı miktarda

artmasından daha fazla artar. Benzer şekilde, yiyecek satın almak için kısıtlı kullanım fonu alan kişiler, bu fonu daha çok yiyecek tüketiminde kullanma eğilimindedirler (Hastings ve Shapiro, 2018: 3496).

2.3.2. Fonları İçeren Seçimlerin ve Sonuçların Sınıflandırılması

İnsanların fonları sınıflandırdığı diğer bir yöntem, bir dizi seçeneği veya etkinlik sonuçlarını birlikte gruplamaktır. Tüketicilerin hane halkı bütçelerini değerlendirdiği sürenin, ne kadar harcama yapmayı beklediklerini ve dolayısıyla bunun için ne kadar bir bütçe ayıracaklarını tahmin edebilmelerinde önemli rol oynamaktadır. İnsanların bir sonraki aya bütçeleme yaptığında gerçek harcamalarını önemli ölçüde hafife alırken; buna karşılık, gelecek yıl boyunca planlanan bütçeler fiili kaydedilen harcamalara çok daha yakındır. Zihinsel bir hesabın değerlendirilme sıklığı genellikle içsel olarak seçilmektedir. Bazı durumlarda, beklenti teorisinin temel unsurlarının zihinsel muhasebe üzerinde etkileri vardır ve insanların sonuç gruplarını oluşturma veya değerlendirme şekillerini etkileyebilmektedir. İnsanlar olayları referans noktasına göre değişikliklerle değerlendirebilir ve o noktaya göre kazanç veya kayıp olarak kodlamaktadır. Karışık sonuçlar (yani hem kazançlar hem de kayıplar) göz önüne alındığında, insanlar küçük kayıpları daha büyük kazançlarla entegre etmeyi ve daha küçük kazançları daha büyük kayıplardan ayırmayı tercih etmelidir. İnsanlar net kazanç elde ettikten sonra kayıplara daha fazla ağırlık verirken, net sonuca odaklanmak yerine net zararı aldıktan sonra kazançlara daha fazla ağırlık vermektedirler (Zhang ve Sussman, 2017: 5-9).

2.4.Kazanç ve Kayıp Çerçevesi

İlk olarak Richard Thaler tarafından, insanların ekonomik sonuçları kodladığı, sınıflandırdığı ve değerlendirdiği süreci tarif etmek olarak tanımlanan ‘zihinsel muhasebe’ kavramına göre , insanlar zihinsel olarak varlıkları cari gelir, mevcut servet veya gelecekteki gelire ait olarak çerçeveleme yaparlar ve hesaplar büyük ölçüde irrasyonel olarak gruplanır ve her gruba ait tüketim eğilimi birbirinden farklı olmaktadır (Anolam vd., 2015: 101).

2.4.1.Değer Fonksiyonu

Ekonomik ortamda etkileşim kuran bir bireyin karar alma sürecinde o bireyin ne satın alması için ne kadar ödemesi gerekiyor gibi ekonomik kararlarını nasıl verdiğini belirlemek için değer fonksiyonu önemli bir göstergedir. Değer fonksiyonu, insanın algıladığı memnuniyet seviyesinin bazı merkezi bileşenlerinin bir temsili olarak düşünülebilir (Thaler, 1999: 185).

Değer fonksiyonu, sonuçların nasıl çerçeveslendiğini ve deneyimlendiğini, kararların nasıl alındığını ve daha sonra değerlendirildiğini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Muhasebe sistemi, hem ön hem de maliyet sonrası fayda analizi için girdi sağlamaktadır. Örneğin, yoğun çalışma yoluyla kazanılan parayla karşılaştırıldığında, bir piyangoda kazanılan eşdeğer bir miktar beklenmedik, daha az kayda değer ve maliyetsiz olarak algılanabilmektedir (Anolam vd., 2015: 101).

Değer fonksiyonu, her biri zihinsel muhasebenin önemli bir unsurunu yakalayan üç önemli özelliğe sahiptir (Thaler, 1999: 185):

(1) Değer fonksiyonu, bazı referans noktalarına göre kazanç ve kayıplar üzerinden tanımlanır. Beklenen fayda teorisindeki gibi servet seviyelerinden ziyade değişimlere odaklanmak zihinsel muhasebenin parçalı doğasını yansıtır. İşlemler genellikle diğer her şeyle birlikte değil, birer birer değerlendirilir.

(2) Hem kazanç hem de kayıp fonksiyonları azalan hassasiyet gösterir. Yani, kazanç işlevi içbükey ve kayıp işlevi dışbükeydir. Bu özellik, işarettten bağımsız olarak, 10 ila 20 lira arasındaki farkın 1000 ila 1010 lira arasındaki farktan daha büyük görüldüğü temel psiko fizik prensibi (WeberFechner yasası) yansıtmaktadır.

(3) Kayıptan kaçınma. 100 lira kaybetmek 100 lira kazanmanın verdiği memnuniyetten daha fazla acı verir: değer (x) <-değer (-x).

Kayıptan kaçınmanın zihinsel muhasebe üzerindeki etkisi oldukça yoğun hissedilebilmektedir (Thaler, 1999: 185).

Kayıptan kaçınma, risk altındaki karar verme modelinin, nihai varlıklardan ziyade kazanç ve kayıplara değer verilen ve olasılıkların yerine karar ağırlıklarının verildiği alternatif bir seçim teorisidir. Bu teori insanların kayıplara kazançlardan daha

duyarlı olduğunu desteklemektedir. Değer fonksiyonu normalde kazançlar için içbükey, genellikle kayıplar için dışbükeydir (Kahneman ve Tversky,1979:278).

2.4.2.Karar Çerçevesi

Zihinsel muhasebe teorisinde, çerçeveleme, bir kişinin zihnindeki bir işlemi öznel olarak çerçeveleme şeklinin aldığı veya beklediği faydayı belirleyeceği anlamına gelmektedir (Anolam vd., 2015: 101).

Aşağıda yer alan örnek zihinsel muhasebenin etkisini göstermektedir (Thaler, 1999: 186);

(125 \$) [15 \$] için bir ceket ve (15 \$) [125 \$] için bir hesap makinesi satın almak üzere olan bir kişiye hesap makinesi satıcısı, satın almak istediğiniz hesap makinesinin (10 \$) [120 \$] fiyatında mağazanın diğer şubesinde satışta olduğunu bildiriyor. Diğer mağaza arabayla 20 dakika uzaklıktadır. Bu kişi diğer mağazaya satın alma işlemi için gidecek midir?(Dar parantezler ve köşeli parantezler ürünün en düşük ve en yüksek fiyatını göstermektedir).

Bu sorunun iki sürümü verildiğinde (biri dar parantez içindeki rakamlar, diğeri köşeli parantez içindeki rakamlar ile), çoğu insan ürün 15 \$ 'a mal olduğunda 5 \$ tasarruf etmek için gideceklerini söylemektedirler, ancak 125 dolar için gitmek istememektedirler. Eğer insanlar minimal bir hesap çerçevesi kullanıyor olsalardı, kendilerine sadece 5 \$ tasarruf etmek için 20 dakikalık yola gidip gitmeyeceklerini soracaklardı ve her iki durumda da aynı cevap verilecekti.

Benzer bir analiz kapsamlı hesap çerçevesinde uygulanmaktadır.

Mevcut servet W olsun ve,

$W^* = \text{mevcut servet } (W) + (\text{ceket ve hesap makinesi}) - 140 \$$ olsun.

Seçim ' $W^* + 20$ dakika' yerine ' $W^* + 5 \$$ ' tarafına olmaktadır. Bu örnek önemli bir genel noktayı göstermektedir. Karar vericinin kapsamlı, servet tabanlı bir analiz kullanması durumunda bir kararın çerçeveleme şekli seçenekleri değiştirmeyecektir. Çerçeveleme gerçek dünyada seçimleri değiştirir, çünkü insanlar seçim bağlamından etkilenecek parça parça kararlar vermektedirler (Thaler, 1999: 186).

2.4.3.Hedonik Çerçeve

Ceket ve hesap makinesi sorunu zihinsel muhasebenin parça parça ve topikal olduğunu gösterir. Acaba bireyler neden küçük bir satın alma işleminden büyük bir satın alma işlemine göre tasarruf etmek için şehir içinde araç kullanmaya daha istekli olmaktadır? Burada çalışan bazı psiko-fizik durumlar bulunmaktadır. 5 dolar, 15 dolarlık bir satın almada önemli bir tasarruf gibi görünmekte, ancak 125 dolarlık bir satın almada öyle görünmemektedir. Ancak bu eşitsizlik, tasarrufun faydasının, farkın değeri yerine değerlerindeki farklarla ilişkili olması gerektiği anlamına gelmektedir. Yani, pahalı ürünün satın alınmasında 5 \$ tasarruf etmenin faydası, $v(5 \$)$ yerine $(v(-125 \$) - v(-120 \$))$ olması gerektiğinden sorunun iki sürümü arasındaki fark bulunmaması gerekmektedir (Thaler, 1999: 186).

İnsanların olay kombinasyonlarını nasıl kodladıklarına dair bir model oluşturmaya başlamak için olası bir yer, kendilerini mümkün olduğunca mutlu etmek için yaptıklarını varsaymaktır. Bu süreci karakterize etmek için, bir olasılık teorisi değer fonksiyonuna sahip birisinin nasıl birden fazla sonucun alınmasını çerçevelemek isteyebileceğini bilmek gerekmektedir. İki sonuç x ve y için 'değer ($x + y$)' ne zaman 'değer (x) + değer (y)' 'den daha büyük olmaktadır? Değer fonksiyonunun şekli göz önüne alındığında, aşağıdaki hedonik çerçeveleme prensiplerini, yani faydayı en üst düzeye çıkarmak için ortak sonuçları değerlendirmenin yolunu bulmak daha kolay olabilmektedir (Thaler, 1999: 186).

(I) *Çoklu kazançlar*; birden fazla olan kazançlar ayrılmak istenir (kazanç fonksiyonu içbükey olduğu için). x ve y kazanç olsun

$$\text{değer}(x) + \text{değer}(y) > \text{değer}(x+y)$$

(2) *Çoklu kayıplar*; kayıplar entegre edilmek istenir (çünkü kayıp fonksiyonu dışbükeydir).

x ve y kayıp olsun.

$$\text{değer}(-x) + \text{değer}(-y) < \text{değer}(-(x+y))$$

(3) *Karışık kazanç*; küçük kayıplar daha büyük kazançlarla entegre edilmek istenir (kayıptan kaçınmayı dengelemek için).

x kazanç, y kayıp olsun

değer (x) + değer (-y) < değer (x-y)

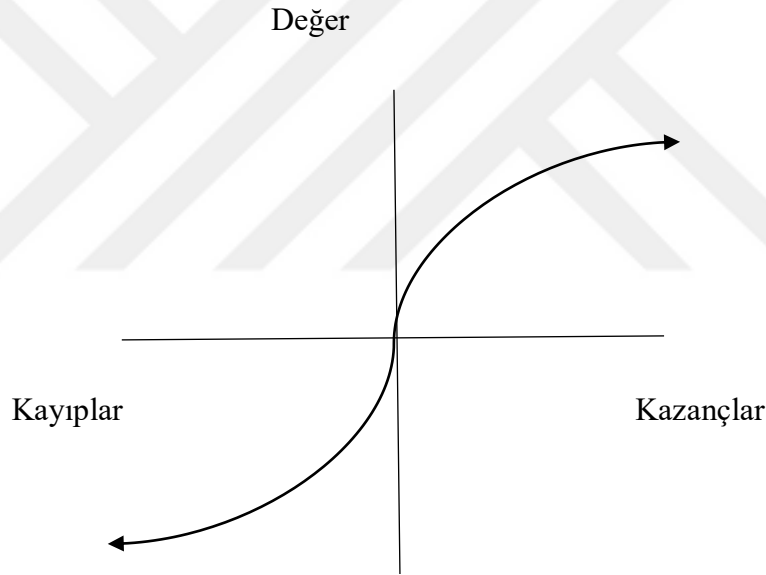
(4) *Karışık kayıp*; küçük kazançlar (gümüş kaplama) daha büyük kayıplardan ayrılmak istenir (kazanç fonksiyonu başlangıçta en dik olduğundan, küçük bir kazancın faydası büyük bir kaybı hafifçe azaltma faydasını aşabilir)

x kazanç, y kayıp

değer (x) + değer (-y) > değer (x-y) (Thaler, 1999: 186).

Grafik 1: Değer fonksiyonu

(Kaynak: Kahneman ve Tversky,1979:278)



Grafik 1'deki değer fonksiyonu, referans noktalarına (değer ve kayıp-kazancın kesişim noktası) göre kazanç ve kayıpları belirtmektedir. Beklenti teorisinin değer fonksiyonunda bireyin davranışı, kayıp ve kazanç durumunda farklılık göstermektedir. Alınan karar sonucunun, referans noktasının üzerinde olması durumunda, değer fonksiyonunun konkav (içbükey), referans noktasının altında olması durumunda değer

fonksiyonunun konveks (dışbükey) olduğu görülmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979: 278).

Kazanç ve kayıp fonksiyonları duyarlılığı göstermektedir. Değer fonksiyonu kazançlar için konkav, kayıplar için ise konveks niteliğinde olduğundan konkav olması kazanç noktasında riskten kaçınmayı, konveks olması ise kayıp noktasında risk almayı ifade etmektedir (Atik vd., 2018: 720).

Çoğu insan bu ilkelere yol açan sezgiyi paylaşmaktadır. 'Kim daha mutludur, sırasıyla 50 \$ ve 25 \$ aldığı 2 adet piyango kazanan biri mi 75 \$ değerinde tek bir piyango kazanan biri mi?' Araştırma sonucunda % 64 iki kez kazananın daha mutlu olduğunu söylemektedir. Belirli bir ürünün avantajlarını ve dezavantajlarını, ürünün tüketiciler için algılanan çekiciliğini en üst düzeye çıkaracak şekilde tanımlamak isteniyorsa, hedonik çerçeveleme ilkeleri yararlı bir rehber niteliğinde olmaktadır (Thaler, 1999: 187).

2.5.Zihinsel Muhasebede Karar Verme

Ekonomik olarak verilecek her türlü karar, bireylerin elde edeceklerini düşündükleri fayda ve finansal olayları zihinlerinde hesaplara yerleştirme işleminden etkilenebilmektedir (Thaler, 1999: 188).

2.5.1.İşlem Faydası

Bir tüketici bir şey satın almaya karar verdiğinde ve bir nesne için para ticareti yaptığında, ürünün satın alınmasını bir kazanç olarak ve eski parayı bir kayıp olarak kodlamaktadır. Tüketicilerin bir satın alma işleminden iki tür fayda elde etmesi önerilmiştir: satın alma faydası ve işlem faydası. Satın alma faydası, ekonomik fazlalık kavramına benzer şekilde elde edilen malın fiyatına göre değerinin bir ölçüsüdür. Kavramsal olarak, satın alma faydası, tüketicinin ödediği parayı çıkarttıktan sonra o malı hediye olarak kabul edip vereceği değerdir. İşlem faydası, anlaşmanın algılanan değerini ölçer. Ödenen tutar ile mal için referans fiyat yani tüketicinin bu ürün için ödemeyi beklediği normal fiyat arasındaki fark olarak tanımlanır(Thaler, 1999; 188-189). İşlem faydası, kişinin iyi bir anlaşmaya sahip olmak için verdiği değerdir. Birinin ödediği fiyat, malın zihinsel referans fiyatına eşitse, işlem değeri sıfırdır. Fiyat referans fiyattan düşükse, işlem faydası pozitiftir (Anolam vd., 2015: 102).

2.5.2.Hesap Açma ve Kapama

Bir muhasebe sisteminin isteğe bağlı bileşenlerinden biri, hesapların ne zaman 'açık' bırakılacağı ve ne zaman 'kapatılacağı' kararıdır. Hisse başına 10\$ olan 100 hisse senedi satın alan birinin örneğinde, bu yatırım başlangıçta 1000 \$ değerindedir, ancak değer hisse senedi fiyatına göre yukarı veya aşağı gidecektir. Fiyat değişirse, yatırımcının hisse senedi satılincaya kadar 'kağıt' kazanç veya zararı olur, satıldığı noktada kağıt kazancı veya zararı 'gerçekleşmiş' kazanç veya kayıp olur. Kağıt kazanımlarının ve kayıplarının zihinsel muhasebesi zordur ve zamanlamaya bağlı olmaktadır. Gerçekleşen bir kayıp kağıt kaybından daha acı verici olmaktadır (Thaler, 1999: 188-189).

2.6. Ekonomik İhlaller

Zihinsel muhasebe, bireyin vereceği rasyonel kararları ihlal etmesi yüzünden önemli görülmektedir. Ekonomik ihlal aşağıdaki şekillerde gerçekleşebilmektedir ve durumlar bireyin rasyonel karar vermesini etkilemektedir (Atik vd., 2018: 719).

Beklenmedik Bir Paranın Gelmesi: Paranın kaynağı ile tüketim kararı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu durum gelmesini beklemediğimiz bir paranın gelişi ile ilgilidir. Yatırımcılar beklenmedik bir şekilde gelen paranın tüketilmesi hususunda düşünmeden ve dikkatsizce harcama eğilimi içine girmektedir.

Kaybetmeyi Göze Alabileceğin Para Miktarı: Yatırımcılar kendi zihinsel muhasebe hesaplarında kaybetmeyi göze alacakları bir miktar parayı tanımlamakta ve söz konusu bu parayı şans oyunları gibi sonucu belirsiz şeylere harcayarak kendilerini rahat hissetmektedirler. Buradaki mesele, kaybetmeyi göze alınan para miktarını kaybetmenin kabul edilebilir bir durum olduğuna zihni inandırmaktır.

Emniyet Marjı: Kişiler, kaybetmeyi göze aldığı paranın dışında zorunlu harcamalar için birikimlerini riskli oyunlarda veya daha başka şeyleri gerçekleştirmek için kullanmamaktadır. Bunu yatırım parası olarak kabul etmekte ve temel ödemeler (senet ödeme, ssk primlerini ödeme, vb.) için kullanmaktadır.

Şans Oyunlarından Kazanç: İnsanlar kazancın elde edildiği kaynağa göre farklı mental hesaplar oluşturmaktadır. Şans oyunlarından elde edilen kazanç insan zihninde tamamen farklı yerde kodlanmaktadır. Örneğin insanlar şans oyunlarından elde edilmiş kazancı

lüks veya ihtiyaç duyulmayan bir harcama ile tüketme eğilimi içine girer. Oysa elde edilen bu kazanç diğer yapılan işlerden elde edilen kazançla aynıdır.

Para Harcanır Düşüncesi: Zihinsel muhasebe batık maliyet hatasını yapmaya sebep olabilmektedir. İnsanın yaptığı bir harcamanın zihninde karşılık bulabilmesi için sonuna kadar kullanması gerektiği düşüncesi bulunmaktadır.

Aynı Değere Sahip Varlıkları Farklı Fiyatlandırma: Zihinsel muhasebe maddi olarak aynı değere sahip varlıklara, farklı fiyatlar vermemize sebep olabilmektedir. Bu yüzden aynı değere sahip varlıklar satıldıkları yerlere göre farklı fiyatlar ödemeye bireyler razı olmaktadır.

2.7.Zihinsel Muhasebenin Etkilerinin Sonuçları

Zihinsel muhasebe, bireyler ekonomik kararlar verirken onları aşağıdaki şekillerde etkilemektedir.

2.7.1.Bütçeleme

Finansal kararlar, farklı mal demetleri arasındaki ve bugünkü tüketim ile gelecek dönemdeki tüketim arasındaki bağlantıları içermektedir. Bireylerin bu bağlantıları yapma süreçlerinin hane halklarının genel refahı üzerinde anlamlı etkileri vardır. Bütçe, bireylerin, şirketlerin veya kurumların şimdiki ve gelecekteki fonları giderler, tasarruflar, yatırımlar ve borç geri ödemesi gibi çeşitli kullanımlara tahsis ettiği bir finansal plandır. Daha genel olarak, bütçeleme örtülü veya açık harcama limitleri veya “bütçeleri” olan farklı hesaplara karşı fonların kullanımını ve tahsisini ayırmak ve takip etmek için kullanılan süreç olmaktadır (Galperti, 2019: 173).

Bireyler veya haneler söz konusu olduğunda, zihinsel muhasebe bu sürece rehberlik eder. Bütçeler hane halkının hem kısa vadede (örneğin, farklı kategorilerdeki harcamalara öncelik vermek) hem de daha uzun vadeli finansal planlama (örneğin, gelecek için ne kadar para ayrılacağını belirlemek) yaptığı finansal yaşamlarının yönetiminde önemli rol oynar. Hane dışında tüketici bütçeleri çeşitli ürün ve hizmetler için şekillenebilir. Gayri resmi finansal tavsiye genellikle hane halkını bütçeye teşvik eder ve bütçeleme sürecini kolaylaştırmak için bir dizi finansal ürün tasarlanmıştır. Rezerve işlemi yani alımların ilk fark edilmeleri, dikkat ve hafızaya dayanırken, kayıt edilme yani daha sonra anlamlı bir hesaba atanmaları, benzerlik ve kategorizasyon

değerlendirmelerine dayanmaktadır. Hane halkı bütçelemesi hakkında çok az sistematik anket kanıtı olmasına rağmen, hane halkı bütçelemesi hakkında bilinenlerin çoğu zihinsel muhasebe davranışı ve bireylerin fonları nasıl ayırdığı konusundaki anlayışına bağlı olmaktadır. Zihinsel muhasebenin ilkeleri gayri resmi veya üstü kapalı bütçelerle çalışabilmekte ve bu nedenle insanların resmi veya açık bir bütçe tutmadıkları durumlarda bile nasıl para harcamayı seçtiklerini etkilemektedir (Zhang ve Sussman, 2017: 9-11).

2.7.2. Borçlara Karşı Varlıklar

Hangi öğelerin satın alınacağını seçmenin ötesinde, zihinsel muhasebe, insanların bu fonları nasıl desteklediğini etkileyerek insanların hane halkı bilançolarını ve finansal varlıklarını daha genel olarak nasıl gördükleri üzerinde etkileri vardır. Bir işletmenin olduğu gibi, hane halkı bilançosu da hane halkının mali durumu ve daha özel olarak varlık ve yükümlülükleri hakkında genel bir bakış sunmaktadır. Bu bilançonun algılanması, insanların harcama yapabileceklerini ve satın alma işlemlerini nasıl finanse edeceklerini etkileyebilmektedir. Böylece, bilançonun anlaşılması bütçelemenin geleneksel bir bileşeni olmakla birlikte, genel olarak ne kadar paranın kullanılabilir olduğuna dair temel bilgiler sağlar ve bütçeleme kararlarıyla net bir ilgisi bulunmaktadır (Zhang ve Sussman, 2017: 11-12).

Standart iktisat teorisine göre insanlar, tüketimi gelecekte bugüne taşımak için borç alırlar ve borç alma isteklilikleri, bugünkü tüketimin gelecekteki tüketimine ve tüketimin gelecekte bugüne taşınmasının maliyetine bağlıdır (faiz oranı). Bununla birlikte, bir dizi çalışma borçtan kaçınma konusunda ampirik kanıtlar sağlamak ve bu tür davranışların finansal değişimlerden ziyade psikolojik bir kaçıştan kaynaklanabileceğini düşündürmektedir. Borçtan kaçınma davranışını açıklamak için insanların iki önemli davranışta bulunduğu “çift girişli” bir zihinsel muhasebe modeli önerilmiştir. İnsanlar bir malın tüketimini ve ödemesini (değişen derecelerde) ilişkilendirerek veya birleştirerek iki zihinsel giriş yaparlar:

- 1) İlişkili ödemelerin tutarsızlığını çıkardıktan sonra tüketimden elde edilen genel fayda ve
- 2) İlgili tüketimin faydasını çıkardıktan sonra ödemelerin genel farksızlığı (Prelec ve Loewenstein, 1998: 4).

2.7.3.Potansiyel Faydalar ve Hatalar

Fonları ayırmak, hane halklarının karşılaştığı seçimlerin karmaşıklığını sınırlandırarak, genellikle çok büyük finansal planlama sürecini basitleştirmeye yardımcı olabilmektedir. Bütçeleme, harcama kurallarını netleştirirken aynı zamanda ödeme yaparken yarattığı acı ile insanların sürekli takipte kalmalarına yardımcı olabilmektedir. Ayrılan fonlar, tahsis edilen fonların kullanımı için rekabet edebilecek göz önünde bulundurulmuş seçenekleri daraltarak bu değiş tokuşların yapılmasını kolaylaştırabilir. Ayrıca fonları ayırmak hane halklarının mali disiplini sürdürmelerine yardımcı olabilmektedir. Ayrılan fonların hane halklarına fayda sağlamanın çeşitli yollarını açıklanırken karar almada hatalara yol açma potansiyeline de sahiptir. Zihinsel hesaplar, giderlerin sınıflandırılması belirsiz olduğunda, fonları kesin olarak ayıramayabilir. Giderler ve fonların net bir kategoriye ayrılmadığı durumlarda, bunu yapmak için motive olan bireyler, bütçeleme kurallarının getirdiği özdenetimi es geçebilir ve kendilerini abartmaya ikna edebilirler. Kişinin bütçeleme kurallarından kaçınma motivasyonu olmasa bile, sınıflandırılması zor olan masraflar karar vermede hatalara yol açabilir. Olağandışı görünen bir giderin sınıflandırılması, daha sıradan bir giderden daha zor olabilmektedir (Zhang ve Sussman, 2017: 13-14).

Lüks satın alımını beklenmedik ve rüzgâr parasal kaynaklarla psikolojik olarak eşleştirme eğilimi, gerekli tüketime göre lüks satın almanın açıklamasını yaparken zorlanmaya yol açabilmektedir. Buna göre, satın alma kararları için kendileri veya başkaları için nedenler veya gerekçeler sağlamaları gerektiğini düşünen tüketiciler, düzenli geliri daha rasyonel olarak harcayabilmektedirler. Anlamsız tüketim söz konusu olduğunda, bunu iyi bir nedene bağlama eğilimi mevcut olmaktadır. Bu nedenle, nedenlere dayalı seçim ve zihinsel muhasebe birlikte çalışabilmektedir, çünkü nedenler farklı zihinsel hesapların eşleşmesine karar vermektedir. Tüketicilere satın alımlarını yazılı veya sözlü nedenlerle açıkça savunma fırsatı verildiğinde lüksleri seçmeyi daha kolay bulabilmektedir. Satın alma lükslerinin eleştirilebileceği ve gerekçeler gerektirebileceği göz önüne alındığında, tüketicilerin seçimlerini açık bir şekilde açıklama fırsatı olmadan bu ürünleri satın alma olasılığının daha düşük olduğu görülmektedir (Anolam vd., 2015: 102).

2.8.Çocukluk Döneminde Mental Muhasebe

Zihinsel hesapların çocukların günlük yaşamında nasıl işlev gördüğü ve çocukların parayla nasıl başa çıktığı konusunu Webley ve Plaisier (1998) bir çalışmayla açıklığa kavuşturmaya çalışmıştır. Bu çalışmada üç yaş grubundan (5-6, 8-9 ve 11-12) altmış çocukla mali durumları (örneğin para kaynakları, para depolanması, harcama modelleri) hakkında bireysel olarak görüşülmüş ve çeşitli finansal senaryolar sunulmuştur. Bunlardan bazıları yetişkinler için Thaler, Kahnemann ve Tversky tarafından geliştirilen senaryoların çocuk versiyonları; diğerleri ise özellikle bu çalışma için tasarlanmış senaryolardır. Çocukluk döneminde zihinsel muhasebe için hiçbir zorlayıcı kanıt bulunmamakla birlikte, 11-12 yaş grubundaki çocukların yetişkinlere benzer şekilde yanıt verdiğine dair bazı göstergeler olmakla beraber küçük çocuklar bunu yapmamıştır. Son yıllarda çocukların ekonomik sosyalleşmesi konusunda önemli miktarda araştırma yapılmakla beraber literatür, çocukların yetişkinlerin para anlayışına erişmede bir dizi aşamadan geçtiğini, belirlenen aşamaların sayısı üç ila dokuz arasında değiştiğini göstermektedir. Bu çalışma esas olarak çocukların yetişkinlerin ekonomik dünyasını anlamalarına odaklanmaktadır. Yetişkinlerin ekonomik harcama biçimlerinin temellerinin, çocukların ekonomik anlayışının geliştirilmesinde ve çocukların belirli ekonomik sorunları çözmeye çalıştıklarında atılabileceğini ifade edilmiştir (Webley ve Plaisier,1998; 55-57).

Çocukların ekonomik sosyalleşmesinde bilişsel gelişim çok önemlidir ve bu çocukların ekonomik kavramlar konusundaki ilerici anlayışlarını desteklemektedir. Bilişsel gelişim, çocukların kendi ekonomik davranışları için de önemlidir: ne kadar harcanabileceği ve ne zaman harcanabileceği ve istenen bir oyuncakı satın almak için yeterli para nasıl toplanacağı hakkında bütçe kararları vermek bazı matematik becerileri gerektirmektedir. Ancak aynı derecede önemli olabilecek başka faktörler de vardır. Birincisi, çocukluk döneminde ekonomik bağımsızlık ve ekonomik fırsatlarda belirgin bir artış vardır. Çocukların geliri tipik olarak beş yaşından on iki yaşa kadar önemli ölçüde artmaktadır ve harcama fırsatlarında ve özgürlüğünde paralel bir artış bulunmaktadır. On üç yaşından itibaren, yetişkin ekonomisine katılma fırsatı olan çocukların gelirleri daha da artabilmektedir. Ekonomiye aktif katılım, onu anlamada çok önemlidir ve Afrikalı çocukların ekonomik anlayış açısından Avrupalı çocukların üzerindeki üstünlüğü açıklayabilmektedir. İkincisi, çocuklar bir dizi özdenetim ve para

yönetimi stratejileri geliştirmektedir. Küçük çocuklar genellikle kendilerini kendilerinden korumaları gerektiğini fark etmemekte; büyük çocuklar zayıflıklarını tanımakta ve bunlarla başa çıkmak için çeşitli teknikler kullanmaktadırlar. Örnek olarak sadece sınırlı miktarda parayla dışarı çıkmak, okula giderken tatlı dükkanının önünden geçmediği bir rotayı kullanmak ve paralarını geleneksel kumbaralar gibi, geri almanın zor olduğu yerlere koymak verilebilir. Üçüncüsü de, zihinsel muhasebe sistemlerinin gelişimi olabilmektedir (Webley ve Plaisier,1998;55-57).

Açık muhasebe sistemlerine sahip tüm kuruluşların, yöneticilerin harcama kararlarını çözmelerini ve faaliyetleri izlemelerini ve kontrol etmelerini sağlayan bir dizi hesap ve bütçeye sahip olmaları gibi zihinsel hesaplar da aynı şekilde çalışmakta ve bireylerin harcamalarını izlemelerini ve kontrol etmelerini sağlamaktadır. Zihinsel muhasebe, gelir ve varlıkların bir şekilde kategorize edilmesi ve bu kategorizasyonun harcamaları etkilemesi gerektiği anlamına gelmekle beraber yetişkinlerde bulunanlara benzer modellerin çocuklarda da bulunabileceğini düşündürmektedir. Bu çalışmada çocukların farklı para kaynaklarını nasıl harcadıklarına ve finansal kararlar hakkında nasıl düşündüklerine bakarak zihinsel hesapları olup olmadığı araştırılmaya çalışılmıştır (Webley ve Plaisier,1998;56-57).

Örneklem:

Örneklem üç yaş grubunun (5-6, 8-9, 11-12) 20'sinden oluşan 60 çocuktan oluşmaktadır. Her grupta eşit sayıda kız ve erkek vardır. Çocuklar hem özel hem de devlete ait iki okuldan seçildiğinden katılımcıların sosyoekonomik geçmişi farklılık göstermektedir ve araştırmacılar tarafından her öğretim grubundan rastgele seçilmiştir. Her çocukla ayrı ayrı röportaj yapılmış olup, görüşmeler çocuğun mevcut finansal durumu hakkında sorular (1) ve varsayımsal finansal durumları içeren senaryolardan (2) oluşmaktadır.

İlk bölümde, çocuğun parasının tutulduğu para kaynakları (harçlık, tatil parası, doğum günü, iş) ve bunun nasıl harcandığı ele alınmıştır. Böylece her çocuğun ne kadar cep harçlığı, tatil ve iş parası aldıkları, ne için harcadıkları ve her birinin ne kadarını kenara ayırdıkları sorulmuştur. İkinci bölümde çocuğa yedi senaryo seti sunulmuştur. Her senaryo iki versiyondan oluşmaktadır (A ve B). Her yaş grubundaki çocukların yarısına ilk senaryo dizisi (tüm 'A' versiyonları) ve yarısına ikinci senaryo set 2 (tüm 'B'

versiyonları) aynı sırayla sunulmuştur. Senaryolar ve sonuçları aşağıdaki gibi meydana gelmiştir.

Senaryo 1: Birine hediye verme veya kendine yapılan harcama

Bu senaryonun her iki versiyonu da çocukların günlük yaşamda belirli bir pratik sorunu çözme biçimini ele almış, her iki versiyonda da çocuğa bir şey satın almak için yeterli para nasıl elde edilir sorusu yöneltmiştir. Aradaki fark, bir durumda bunun kendi istediği bir şey (zihinsel cari hesaptan para) olması ve diğeri bir arkadaşı için doğum günü hediyesi olmasıydı (belki de bir hediye veren zihinsel hesaptan çıkacak para). Fakat önerilen geniş kapsamlı çözümlerin kategorize edilmesinin imkansız olduğu kanıtlanmış ve verilen cevap türlerinin büyük ölçüde çocuğun yaşadığı benzer deneyimlere bağlı olduğu açıklanmıştır.

Senaryo 2: Toplu paraya karşı düzenli olarak gelen biraz ekstra para

Shefrin ve Thaler'e (1988) göre, biraz fazladan para şeklinde gelen bir rüzgar kazancının normal gelir olarak kodlanması muhtemeldir. Buna karşılık, toplu ödeme olarak gelen bir rüzgar kazancı, mevcut varlıkların zihinsel hesabına yerleştirilmelidir; Bu nedenle, toplu ödemenin düzenli olarak gelen ekstra paradan daha fazla tasarruf edileceği tahmin edilmiştir. Bununla birlikte, paranın iki koşulda harcanma şekli arasında önemli bir fark görülmemiştir.

Senaryo 3: Gelirin toplanması (ailenin her iki haftada bir cep harçlığı ya da her ay harçlık vermesi)

Bu senaryo, daha az sıklıkta daha fazla para alma fikrini anlamakta zorlanan ve böylece zihinsel muhasebeye çok az ışık tutan küçük çocuklarda iyi çalışmamıştır. Daha büyük çocuklar, her ay para almanın iki haftada bir para kazanmaktan farklı olacağını fark etmişlerdir. Parayı bir ay boyunca idare etmenin 2 hafta idare etmekten daha zor olmasından dolayı daha fazla özdenetimin gerekli olabileceğini kabul edip ayda bir gelen daha fazla paranın da avantajlı olacağını düşünmüşlerdir.

Senaryo 4: Şimdi ya da iki haftalık sürede alınacak toplu ödeme

Shefrin ve Thaler'e (1988) göre, toplu ödeme şeklinde gelen bir rüzgar kazancı mevcut varlıklar hesabına konulurken, gelecekte ödenecek bir rüzgar kazancı gelecekteki gelir hesabına konulmalıdır. İnsanların gelecekteki gelir hesabında tasarruf

etme olasılığı daha yüksektir. Yaşın ve paranın harcama üzerindeki etkilerini incelemek için şimdi ya da iki hafta içinde paranın verilmesi, zaman ve yaş olmak üzere iki analiz yapılmıştır. Yapılan analiz, paranın verildiği zamanda önemli bir etki göstermiş olup yaşın etkisi olmamıştır. Şaşırtıcı bir şekilde, çocukların gelecekte alacakları para harcama olasılıklarının daha yüksek, şimdi alınan paraların tasarruf edilmesinin daha mümkün olduğu görülmüştür.

Senaryo 5: Yabancı para ile kendi para birimleri

Yabancı para kendi parasından oldukça farklı algılanmış ve açık bir duygusal değere sahip olduğu görülmüştür. Otuz çocuktan yirmi beşi yabancı parayı saklayacaklarını ya da biriktireceklerini söylemiştir.

Senaryo 6: Kendi parasıyla satın alınan bir bileti veya hediye olarak verilen bir bileti kullanmak için ekstra harcama yapılması (etkinlik yerine gitmek için verilen otobüs bileti parası)

Bu senaryo batık maliyetlerin psikolojisi ile ilgilidir. Thaler (1993) tarafından verilen orijinal örnekte, yetişkinlerin zaten bir miktar ödemişlerse (batık maliyetler) daha fazla maliyete katlanmaya daha istekli oldukları açıktır. Rasyonel olarak, elbette, hiçbir fark yaratmamalıdır: tek soru, etkinliğe gitmenin gerekli ekstra harcamadan daha değerli olup olmadığıdır. Çocuklar yetişkinlerden daha rasyonel hale gelirler ve biletin alındığı veya hediye verilmesiyle ilgilenmez, sadece gidecekleri yerdeki eğlenceye odaklanmaktadır.

Senaryo 7: Bir etkinlik için alınan biletin kaybedilmesi ve eşdeğer miktarda para kaybedilmesi

Yetişkinler bilet kaybettikten sonra eşit miktarda para kaybettiklerinden daha az bilet almaya isteklidirler. Yani parayı kaybettiklerinde yeni bir bilet almaya düşünceleri ağır basar. Aynı durum çocuklar için de geçerli olmuştur. (Webley ve Plaisier,1998;60-62)

Para kaynakları ve harcamalar röportajın ilk yarısında çocukların sorulara verdiği cevaplardan, harçlık, tatil parası ve doğum günü parasının farklı algılandığı ve kullanıldığı görülmüştür. Çocukların dörtte üçü cep harçlığı almış, iki büyük yaş grubundaki çocukların% 90'ından fazlası, en küçük yaşın ise sadece% 45'i bu parayı

almıştır. Çocukların yaklaşık üçte ikisi tatilde harcamaları için tatil parası almış, neredeyse tüm büyük çocuklara bu miktar verilmiş, ancak en küçük çocukların sadece yarısı almıştır. Çocukların %90' ı gibi önemli bir kısmı doğum günleri için harçlık almıştır. Paranın harcama şekli kaynağına bağlı olarak farklıdır. Kısa süre zarflarında da olsa cep harçlıklarının büyük kısmı biriktirilmiştir. Bunun aksine, tatil parası harcanması gereken para olarak görülür ve eğlence, hediyelik eşya ve hediyeler için kullanılmıştır. Doğum günü parası kıyafet, ayakkabı ve oyuncak almak için kullanılmış ve kalan para biriktirilmiştir. Harcanan cep harçlığı, tatil ve doğum günü parası oranları arasında önemli bir genel fark vardır ve doğum günü ve tatil parasına kıyasla daha fazla cep harçlığı tasarrufu sağlanmıştır (Webley ve Plaisier, 1998; 62-63).

Bu çalışmanın sonuçları, genel olarak, çocuklukta zihinsel muhasebenin kullanımı için güçlü bir kanıt sağlamamakta ve zihinsel muhasebenin orta çocuklukta önemli olmadığı gerçeğini de yansıtmaktadır. Zihinsel muhasebenin, çocukların daha fazla paraya sahip olduğu, daha fazla kaynaktan aldıkları ve daha çeşitli mal ve hizmetlere harcadıkları ergenlikte daha önemli olması mümkün görünmektedir. Cep harçlığı, tatil parası ve doğum günü parasının farklı şekilde harcandığı ve bunun zihinsel muhasebe fikri ile tutarlı olduğu açıktır (Webley ve Plaisier, 1998; 63).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN HARCAMA YAPMA SÜRECİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Çalışmanın son bölümünde araştırmanın konusu, amacı, yönetimi, evren ve örneklem büyüklüğü gibi bilgiler sunulmakta olup, konu ile ilgili benzer çalışmaların yer aldığı literatür çalışmalarına yer verilmiştir. Anket katılımcılarının tanımlayıcı özelliklerinin belirtilmesinin ardından ankette yer alan senaryolu sorular verilmiş ve buradan çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir. Ardından kurulan hipotezler belirtilmiş ve her bir hipotezin 4 ayrı tanımlayıcı değişkene göre istatistiksel analizi yapılmıştır. Analiz sonucu elde edilen test sonuçlarına göre hipotezlerin kabul ve ret durumları belirlenmiştir.

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Muhasebe ve finans alanında yapılan çalışmalar, geleneksel ve modern muhasebe modellerinin finansal karar alma aşamasında meydana gelen anomalileri açıklamada yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır. Son yıllarda finansal karar alma modellerine etki eden ve rasyonel olmayan alternatif seçimlerin tercih edilmesinin sonucu doğan bu anomaliler muhasebe biriminin bir alt kültürü olan, mental muhasebe alanındaki çalışmalardan elde edilen bulgularla desteklenerek açıklanmaya çalışılmaktadır. Mental muhasebe yaklaşımında karar vericilerin genellikle irrasyonel davranma eğiliminde oldukları ve bu davranışın sistematik bir şekilde devam ettiğini ortaya koymaya yönelik birçok araştırma yapılmıştır.

Harcama kararı veren kişiler bu kararları uygulamaya geçirirken duygusal ve sezgisel davranabilmekte ve mantıktan uzak seçimler yapabilmektedir. Bu çerçevede mental muhasebe literatüründe yer alan; kayıp karşısındaki tepki, fiyat ve indirim algısı, gözden çıkarılan veya beklenmedik anda gelen para, çoklu kayıp ve kazançlar, karışık kayıp ve kazançlar gibi birçok tutum ve önyargı aracılığı ile karar verme davranışları açıklanmaya çalışılmaktadır.

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin harcama yapma eğilimlerinin mental muhasebe açısından değerlendirilmesi yapıp elde edilen paranın kaynağına ve geliş şekline göre alternatiflere yönelme şekillerinin farklı olup olmayacağını belirlenmesi

hedeflenmektedir. Ayrıca yukarıda sözü edilen önyargı ve tutumlar çerçevesinde de ele alınmakta olan bu seçimlerinde öğrencilerin mental muhasebeyi ne derece uyguladıkları ve bu uygulamanın onlara mantıklı olmayan seçimler yaptırıp yaptırmadığı ağırlıklı olarak senaryolu anket sorularından alınacak cevaplar ışığında araştırılmaktadır.

3.2.Literatür Taraması

Literatür incelemesinde, zihinsel muhasebenin harcama eğilimlerinin incelendiği çalışmalar aşağıdaki gibidir:

‘Zihinsel Muhasebe’ kavramından örnekler ilk olarak Richard Thaler’ın (1980) davranışsal iktisat alanındaki yazısı olan “Olumlu Tüketici Seçimi Teorisine Doğru” makalesinde konu edilmiştir. Bu makalede kendisi “psikolojik muhasebe” adı altında tanım yapmış olup Tversky ve Kahneman (1981) tarafından “zihinsel muhasebe” terimi önerilmiş ve daha sonra terim, bu isimle anılmaya başlanmıştır.

Thaler (1985) yaptığı senaryolu soru gruplarını içeren çalışmasında, insanların parayı etiketlediğini, paraya olan bakış açılarının, paranın geliş kaynağına ve geliş zamanına göre farklılaştığını, para harcama konusunda kendi öz denetimlerini sağlamakta zorlandığını ve kendileri için alamayacakları bir ürünü hediye olarak verme eğiliminde oldukları tespitini yapmıştır. Ayrıca üniversite öğrencilerine uyguladığı kayıp ve kazançlar karşısındaki tepkiler konusundaki anket çalışmasında, öğrencilerin çoğunluğunun zihinsel muhasebenin etkisinde kalarak irrasyonel cevaplar verdiği sonucuna ulaşmıştır.

Webley ve Plaisier (1998) çalışmasında, zihinsel muhasebenin çocuklar üzerinde de etkili olup olmadığını araştırmak üzere, 3 farklı yaş grubundan çocuğa anket uygulaması yapmıştır. Buradan çıkan sonuç; zihinsel muhasebenin çocuklukta kullanımı için güçlü kanıtlar sağlamamaktadır. Bunun yanında zihinsel muhasebenin orta çocukluktan ziyade paraya erişimin attığı ergenlik döneminde daha önemli olması mümkün görünmektedir.

Thaler (1999) çalışmasında ise, zihinsel muhasebenin bileşenlerini oluşturmuş, insanların kayıp ve kazancı değerlendirirken zihinlerinde oluşturdukları çerçeveleri belirtmiştir. Ayrıca zihinsel muhasebede karar verme ve bütçeleme konularına değinmiştir.

Atik, Yılmaz ve Köse (2017) çalışmasında, paranın kaynağı ile harcama sonrası duygu düzeyinin ölçümünü yapmayı amaçlamış ve anket katılımcılarına normalde almayacakları kadar pahalı bir ürünü nakit veya kredi kartında biriken puanlarla ödeme yapılması durumundaki duygu düzeyleri sorulmuştur. Ödemenin kartta biriken puanlarla yapılması tüketicinin gözündeki kayıp düzeyini daha azaltıp mutlu olmasını sağlarken aynı ödemenin nakit olarak gerçekleştirilmesi duygu düzeyini artırmakta olduğunu ve kayba olan duyarlılığın daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca çalışmalarında, bireylerin vereceği rasyonel kararları engelleyen ekonomik ihlaller üzerinde durmuşlardır.

Zhang ve Sussman (2017) çalışmasında zihinsel muhasebeyi farklı gruplara ayırmış ve 2 ana yönetime odaklanmıştır. Birincisi fonları kaynaklarına ve kullanımlara göre sınıflandırmaktır. Bu sınıflandırmaya göre bireylerin nasıl harcama yapacakları, fonların mevcut gelirlerinden, mevcut varlıklarından veya gelecekteki gelirlerinden mi oluştuğuna göre farklılık göstermektedir. İkinci sınıflandırma fonları içeren seçimlerin ve sonuçların sınıflandırılmasıdır. Bu sınıflandırma tüketicilerin bütçelerini değerlendirdiği sürenin, ne kadar harcama yapmayı beklediklerini ve dolayısıyla bunun için ne kadar bir bütçe ayıracıklarını tahmin edebilmede önemli rol oynamaktadır.

Akçi (2017)'nin yaptığı anket çalışmasında katılımcılara, ikamet edilen yere 10 dakika uzaktaki bir satıcının 20 liralık bir üründe 5 lira indirim, ikinci olasılıkta ise 125 liralık bir üründe 5 liralık indirim yaptığı durumda anket katılımcılarına her iki durumda da bu yolu gidip indirimden faydalanıp faydalanmayacakları sorulmuştur. Birinci olasılıkta %76 oranında giderdim, ikinci olasılıkta ise %43 giderdim cevapları verilmiştir. Buradan da tüketicilerin zihinsel muhasebe yaparken, indirimi miktar olarak değil oran olarak değerlendirip satın alma kararı verdikleri ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın uygulama bölümünde, tamamı üniversite öğrencilerinden oluşan katılımcılara, harcama yaparken zihinsel muhasebe etkisinde kalıp mantıklı olmayan seçimler yapıp yapmadıkları araştırılmaya çalışılmıştır. Önceki yıllarda yapılan diğer çalışmalarda yer alan anket sonuçları karşılaştırıldığında, öğrencilerin rasyonel cevap verme eğiliminin arttığı fakat zihinsel muhasebenin etkisinde kalıp mantıklı olmayan seçimler yapma durumlarının devam ettiği görülmektedir. Çoğunluğu maddi özgürlüğe

sahip olmayan öğrencilerin harcama kararı vermelerinde rasyonel ve güvenilir cevap vermemeleri durumu beklenen bir sonuç olarak kabul edilmektedir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında harcama kararı alan üniversite öğrencilerinin zihinsel muhasebeden ne derece etkilendiği ve tüketim kararı alırken bu etkilerin düzeyini görmek amacıyla ağırlıklı olarak senaryolu anket çalışması yapılmıştır.

Zihinsel muhasebenin üniversite öğrencilerinin harcama yapmaları üzerindeki rolünün belirlenmesi amacıyla oluşturulan ankette toplam 22 soru yer almaktadır. Ankette ilk olarak katılımcıların tanımlayıcı değişkenlerinin ortaya koymak amacıyla cinsiyet, yaş, eğitim ve ikamet durumu, geçim kaynakları ve ekonomik seviyeleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun yanında katılımcılara kişilik yapıları hakkında bilgi sahibi olmak için bir soru yöneltilmiştir. Daha sonra katılımcılara zihinsel muhasebe literatüründe yer alan kayıp karşısındaki tepki, fiyat ve indirim algısı, emek verilmeden kazanılan para, zaten harcanmış olan ve gözden çıkarılan varlık, kaybetmeyi göze alarak harcanan miktar ve kayıpları ve kazançları birbirinden ayırıp birleştirme yoluyla elde edilen paralar ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Elde edilen tüm anketler cevapları SPSS 22.0 programına kaydedilerek istatistiki analizler yapılmıştır. Öncelikle veri toplama aracının güvenilirliğinin belirlenmesi için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Daha sonra ankete cevap veren kişileri tanımak için sorulan tanımlayıcı değişkenlere ilişkin frekans, yüzdeler ve ortalamalar belirlenmiştir. Daha sonra ise katılımcıların tanımlayıcı değişken ve ekonomik durumlarının farklılıklarının senaryolara verdikleri cevaplarda anlamlı farklılık oluşturup oluşturmadığının belirlenmesi için de t testi ve tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır. Anket soruları Akçi (2017) ve Thaler (1985, 1999) tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan soru örneklerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıklar

2020 yılında gerçekleştirilen anket çalışması ile Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi – Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu'nda öğrenim gören yoğun olarak muhasebe ve finansal yönetim öğrencileridir.

Gerçekleştirilen anket çalışması ile elde edilen verilerin analizinde +2.0 -2.0 arası çarpıklık ve basıklık değerleri (George, D., ve Mallery, M., 2010) dikkate alındığından verilerin normal dağılıma uygun olduğu görülmüş olup, istatistiksel analiz yöntemlerinden t- testi ve varyans analizi (anova) kullanılmıştır.

3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Türkiye ve tüm dünyada yaşanan pandemi dolayısıyla sadece elektronik posta yöntemi ile 588 öğrenciye ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu öğrencilerden 264 katılımcı dönüş yapmamış, 27 katılımcı anketi cevaplamaya başlayıp tamamlamadığından cevapları dikkate alınmamış, dolayısıyla araştırmada 297 anketten elde edilen veriler kullanılmıştır. Araştırmada esas alınan örneklem hesaplaması aşağıdaki gibidir.

$$\begin{aligned}\text{Örneklem adedi formülü} &= n = N.t^2.p.q / d^2(N-1)+t^2.p.q \\ &= 564,7152 / 2,4279 \\ &= 232,6 (233) \text{ adet örneklem kullanılması gerekir.}\end{aligned}$$

$$(N= 588, t = 1,96, p = 0,5, q = 0,5, d = 0,05)$$

(Kaynak: Naing,2006: 13)

3.6. Araştırma Verilerinin Güvenilirliği

Araştırma yapılmaya geçmeden önce verilerin taşıma zorunluluğu bulunan güvenilirlik özellikleri incelenmiştir. Güvenilirlik analizi kullanılacak olan testlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini ölçmek amacı ile oluşturulmuş bir yöntemdir. Güvenilirlik analizi ile puanların geçerli olduğu likert Q tipi ölçeklerin güvenilirliğini belirten katsayılar incelenir ve ölçekte yer alan sorular arasındaki ilişkiler ile ilgili bilgi elde edilmektedir (Kalaycı, 2008: 403).

Araştırmada literatürde kabul görmüş olan Cronbach Alfa Güvenilirlik Katsayısı kullanılmış olup, bu katsayı maddelerin iç tutarlılığının ölçüsü olmakta ve ölçekte yer alan maddelerin homojen yapısı hakkında bilgi vermek veya sorgulamak amacı ile kullanılmaktadır. Cronbach alfa katsayısı yükseldikçe, ölçekteki maddelerin birbirleriyle tutarlılığı ve aynı özelliği ölçen maddelerden oluştuğu söylenebilmektedir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19).

Alpha katsayısına bağılı olarak güvenilirlik analizi sonucunun değerlendirilmesi için genel ölçek aşağıdaki gibidir (Kalaycı, 2008: 405).

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değil,

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirlikte,

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir,

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek güvenilirliktedir.

Tablo 3.1: Araştırma Verilerinin Güvenirlik Analizi

	Cronbach's Alpha	N of Items
Kayıp Karşısındaki Tepki	0,912	2
Kazanç Karşısındaki Tepki	0,541	2
Genel	0,639	15

Araştırma hipotezlerinin test edildiği sorulardan elde edilen verilerin birinci kısmında katılımcıların kayıp karşısındaki tepkilerini tespit edilmeye yönelik olup, bu önermelerin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,912 olarak bulunmuştur. Bu değer Kalaycı (2008: 405)'ya göre $0,80 < \alpha < 1,00$ aralığında olduğu için ölçek yüksek güvenilir olarak kabul edilmektedir. Anket verilerinin ikinci kısmında ise katılımcıların kazanç karşısındaki tepkilerini ölçmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu önermelere uygulanan analiz sonucunda ise Cronbach's Alpha değeri 0,541 ve elde edilen bu değer $0,40 \leq \alpha < 0,60$ aralığında olduğu için ölçek düşük güvenilirlikte olup araştırmaya devam edilmiştir. Araştırma katılımcılarına yöneltilen önermelerin tamamı analize tabi tutulduğunda ise Cronbach's Alpha değeri 0,639 olarak saptanmıştır. Elde edilen bu değer $0,60 \leq \alpha < 0,80$ aralığında olduğu için ölçek oldukça güvenilirdir.

3.7. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

Karar vericiler harcama kararı verirken bireylerin zihinlerinde oluşturduğu muhasebe sisteminden etkilenmeleri sonucu irrasyonel davranma ve rasyonel olmayan kararlar alma eğilimindedirler. Bu durum sadece eğitim düzeyi veya yaş ile sınırlı olmayıp, toplumun tüm bireylerini kapsamaktadır.

Bu çerçevede çalışmada üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, ekonomik ve ikamet durumu ve geçim kaynağı gibi özellikleri ile parayı sınıflara ayırmaları ve

etiketlemeleri, ve paranın geldiği kaynağa göre harcama seçimlerini hangi yönde yapacakları ve bu seçimler sonucu memnuniyet seviyeleri ile ilgili durumları tespit edilmiştir. Ayrıca kişinin zihninde oluşturduğu muhasebe sistemiyle harcama kararlarının hangi yönde ve ne derece etkilendiği konuları değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

3.7.1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri

Çalışmanın örnekleme ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 3.2’de verilmiştir. Buna göre yapılan anket çalışmasına katılanların %47,8’i kadın, %52,2’si erkek öğrencilerden oluşmaktadır.

Ankete katılan katılımcıların farklı yaş gruplarında olduğu tespit edilmiş olup; 23 kişinin %7,7 ile 20 yaş ve altı yaş grubundan oluştuğu, 21 yaş ve üstü gruptakilerin 274 kişi ile %92,3 lük oranda olduğu görülmektedir.

Ankete katılım gösteren 297 kişiden %58,6 oranıyla I. Öğretimde öğrenim gördüğü , %41,4’ünün ise II. Öğretim öğrencisi olduğu görülmektedir.

Tablo 3.2. Anket Katılımcılarının Tanımlayıcı Özellikleri

		Frekans	%
Cinsiyet			
	Kadın	142	47,8
	Erkek	155	52,2
	Toplam	297	100
Yaş		Frekans	%
	20 Yaş Ve Altı	23	7,7
	21 Yaş Ve Üstü	274	92,3
	Toplam	297	100
Eğitim		Frekans	%
	I. Öğretim	174	58,6
	II.Öğretim	123	41,4
	Toplam	297	100

3.7.2. Katılımcılar İle İlgili Genel Bulgular

Anket katılımcılarının ikamet, geçim kaynağı ve ekonomik durumu Tablo 3.3 ile verilmiş olup, katılımcıların ikamet durumu dağılımına baktığımızda en fazla yoğunluk % 48,8 oranıyla ailesi ile yaşayan öğrencilerin grubundadır. Bu oranı %30 ile

arkadaşları veya akrabalarıyla evde kalan ve %21,2 ile yurttan kalan öğrenciler takip etmektedir.

Ankete katılanların geçim kaynağı incelendiğinde büyük çoğunluğu %45,8 ile ailesinden destek alan grup oluşturmaktadır. Kredi ve burs ile geçinenlerin oranı %38,4 olup en düşük yoğunluğun %15,8 ile çalışarak kendi geçimini sağlayan grupta olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ekonomik durumuna bakıldığında en fazla yoğunluğun %67 ile orta seviyede toplandığı görülmüş olup çok iyi seviyesinin %1,3 ile en az yoğunluğa sahip olduğu görülmektedir.%19,5 ile iyi durumda olanları %9,4 ile kötü durumda olanlar ve %2,7 ile çok kötü durumdakiler takip etmektedir.

Tablo 3.3. Ankete Katılan Katılımcıların İkamet ve Ekonomik Durumları

			Frekans	%
	Nerede Yaşıyorsunuz?	Ailemle ile Yaşıyorum	145	48,8
Yurttan Kalıyorum		63	21,2	
Arkadaş/Akraba Yanında Kalıyorum		89	30	
Toplam		297	100	
		Frekans	%	
Geçim Kaynağı	Ailemden Destek Alıyorum	136	45,8	
	Kredi/Burs ile Geçiniyorum	114	38,4	
	Çalışıp Kendi Geçimimi Sağlıyorum	47	15,8	
	Toplam	297	100	
		Frekans	%	
Ekonomik Durum	Çok İyi	4	1,3	
	İyi	58	19,5	
	Orta	199	67	
	Kötü	28	9,4	
	Çok Kötü	8	2,7	
	Toplam	297	100	

Senaryo içeren anket sorularından önce soruları cevaplayan kişilerin kişilik özellikleri sorularına verilen cevaplara ilişkin frekans ve ortalamalar incelendiğinde aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Tablo 3.4. Ankete Katılan Katılımcıların Kişilik Özelliklerini Belirleyici Sorular

Okulun İlk Günleri Ve Yeni Tanıştığın Arkadaşının Doğum Gününe	Frekans	%
Davetlisin Fakat Geç Kalıyorsun. Bu Durumda Nasıl Davranırsın?		
Çok Telaşlanırım, Gerilirim, Sinirlenirim.	29	9,8
Hiç Telaş Yapmam, Sakince Bir Plan Yaparım	152	51,2
Kaygılanırım ve Utanırım. Arkadaşımı Arayıp Mazeretimi Bildirir Özür Dilerim.	116	39,1
Toplam	297	100

Tablo 3.4’de davetli olunan bir yere geç kalındığında ne yapılacağı sorusuna verilen cevaplara ilişkin frekans ve yüzdelikler görünmektedir. Cevap verenlerin % 9,8 i ilk seçeneği tercih etmiştir. Bu madde zeki, yaratıcı, aceleci, mükemmeliyetçi kişileri ifade etmekte kullanılabilir. İkinci seçeneği işaretleyenler katılımcıların yaklaşık yarısını oluşturmakta ve %51,2 oranındadır. Bu madde sakin, sessiz planlı programlı kişilik yapısı olarak ifade edilebilir. Son seçeneği katılımcıların %39,1 tercih etmiş olup bu madde kaygılı, aşırı duygusal, duygularını, özellikle öfkelerini içe atan, başkaları odaklı yaşayan kişileri ifade edebilmektedir. Kişilikler hakkında bilgi sahibi olmaya yönelik çalışılan bu test sonucunda cevap verenlerin çoğunluğunun sakin, sessiz planlı programlı kişilik yapılarına sahip oldukları görülmektedir.

3.7.3. Senaryolara ilişkin bulgular

Anket katılımcılarına araştırmanın amacına ilişkin üç senaryo sorulmuş ve bu senaryolara ilişkin tepkileri/düşünceleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Birinci senaryoda katılımcıların kayıplar karşısında verdiği tepki, ikinci ve üçüncü senaryoda zihinlerindeki fiyat algısı ve indirim algısı belirlenmeye çalışılmıştır.

Senaryo 1: İki olasılığın sorulduğu bu senaryoda film izlemek için bilet alan bir kişinin 15 lira değerindeki biletini kaybetmesi durumunda ve ikinci olasılıkta da ise biletin değeri olan 15 lira para kaybetmesi durumunda tepkisinin ne olduğu ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 3.5. Satın Alınan Biletin Veya Biletin Değerindeki Paranın Kaybedilmesi Durumunda Yeniden Satın Alıp Almama Durumları

		Frekans	%			Frekans	%
Bilet Kaybı	Kesinlikle Alırım	77	25,9	Para Kaybı	Kesinlikle Alırım	80	26,9
	Alırım	133	44,8		Alırım	135	45,5
	Kararsızım	50	16,8		Kararsızım	41	13,8
	Almam	26	8,8		Almam	28	9,4
	Kesinlikle Almam	11	3,7		Kesinlikle Almam	13	4,4
	Toplam	297	100		Toplam	297	100

Senaryo 1'e ait Tablo 3.5.'e ilişkin frekans ve ortalamalar incelendiğinde bilet kaybı ve para kaybı durumlarında katılımcıların yaklaşık %70'i yine de bir bilet alıp film izlemeye kararlı görünmektedir.

Senaryo 2: Soğuk bir günde ısınmak için çay içmek isteyen bir kişinin bir bardak çayı kahve zinciri dükkanından veya sıradan bir çay ocağında içmek istediğinde çay için ne kadar ödemeyi göze aldığı ve oralardaki çay için zihnindeki referans fiyatın ne olduğuna dair tepkiler belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 3.6. Çay İçin Tahmin Edilen ve Ödemeyi Göze Alınan Fiyatlar

Ne Kadardır?		Frekans	%	Ne Kadar Ödersin?		Frekans	%
Kahve Dükkanı	1 TL dir	29	9,8	Kahve Dükkanı	1 TL öderim	60	20,2
	3 TL dir	133	44,8		3 TL öderim	139	46,8
	5 TL dir	93	31,3		5 TL öderim	79	26,6
	7 TL dir	23	7,7		7 TL öderim	8	2,7
	10 TL dir	19	6,4		10 TL öderim	11	3,7
	Toplam	297	100		Toplam	297	100
<i>Ortalama Fiyat = 4,19 TL</i>				<i>Ortalama Fiyat = 3,49 TL</i>			
Ne Kadardır?		Frekans	%	Ne Kadar Ödersin?		Frekans	%
Çay Ocağı	1 TL dir	147	49,5	Çay Ocağı	1 TL öderim	124	41,8
	3 TL dir	94	31,6		3 TL öderim	114	38,4
	5 TL dir	34	11,4		5 TL öderim	45	15,2
	7 TL dir	9	3		7 TL öderim	5	1,7
	10 TL dir	13	4,4		10 TL öderim	9	3
	Toplam	297	100		Toplam	297	100
<i>Ortalama Fiyat = 2,66 TL</i>				<i>Ortalama Fiyat = 2,74 TL</i>			

Senaryoya verilen cevaplar incelendiğinde kahve dükkanındaki bir bardak çay için ortalama 4,19 TL lik fiyat beklentisi varken 3,49 TL’lik fiyat ödemeye razı olunmaktadır. Çay ocağında ise 2,66 TL’lik fiyat beklendiği görülürken ödeme için 2,74 TL gözden çıkarılmıştır. Birinci ihtimalde katılımcılar ödemeyi göze aldıkları fiyattan daha yüksek bir fiyatla çay satıldığını düşünmektedirler. İkinci ihtimalde ise düşündüklerinden daha fazla bir fiyat ödemeye razı olmaktadır. Ödemeye razı olunan fiyat kahve dükkanında, çay ocağına göre daha fazladır. Ortalama 2 TL ye satılan çay için kahve dükkanında 4,19 TL ve çay ocağında 2,66 TL lik fiyat beklentisi, içecek aynı olmasına rağmen referans fiyatının değiştiğini göstermektedir. Zihinsel muhasebe yapan tüketici fayda değeri ve işlem değerlerini karşılaştırarak standart olan çay için farklı fiyatlar vermiştir.

Senaryo 3: Öğrencinin ikamet ettiği yere 20 dk mesafede bir süpermarkette 30 TL ve 120 TL değerindeki iki üründe 10 TL’lik bir indirim olduğu belirtilmiş ve hangi ürün için markete gidecekleri sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 3.7. İndirimde Olan 2 Ürünün Tercih Edilme Durumları

		Frekans	%
10 TL Lik İndirim Olduğunda	30 TL Olan Ürün İçin Giderim	240	80,8
	120 TL Olan Ürün İçin Giderim	57	19,2
	Toplam	297	100,0

10 TL lik indirim olduğunda birinci seçenek için giderdim diyenlerin oranı büyük bir fark oluşturarak yaklaşık % 80 oranındadır ve ikinci seçenek için giderdim diyenlerin oranı %20 civarındadır. Bu sonuçlar göstermektedir ki tüketiciler zihinsel muhasebeyi uygularken, indirimi miktar olarak değil oran olarak değerlendirip satın alma kararı vermektedirler. Bu yüzden fiyatı düşük olan ürünlerdeki indirimler daha yüksek oranlı olduğundan tüketicilerin daha çok dikkatini çekmekte ve bu ürünleri satın almaya gittiklerinde başka ürünler de satın almaktadırlar.

Senaryo 4: Bu senaryoda öğrencinin kendisine ait olan paranın başkası tarafından harcandığında, bu ödmeden daha mı az etkilendikleri sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 3.8. Kendine Ait Olan Paranın Başkası Tarafından Harcandığında Bundan Etkilenme Durumu

	Frekans	%
Evet, Hediye Olduğu İçin Çok Mutlu Olurum	108	36,4
Hayır, Ortak Paramızdan Alındığı İçin Yine Savurganlık Olduğunu Düşünüp Mutsuz Olurum.	189	63,6
Toplam	297	100,0

Bir ürün satın alınırken kişinin kendi parası olmasına rağmen kendi cebinden çıkmayıp başkası tarafından ödenme durumunda zihinsel muhasebe devreye girmekte ve katılımcıların yaklaşık 3'te biri bu durumdan rahatsızlık duymayıp memnun olacağını belirtmiştir. Bu durumun paranın kimin tarafından ödendiğinin önemli olmayacağını düşünen grup %63,6 ile çoğunluğu oluşturmaktadır.

Senaryo 5: Öğrencinin peşin ödeyerek kayıt olduğu spor salonuna, ilk günlerde yaşadığı sakatlığından dolayı devam edip edemeyecekleri sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 3.9. Zaten Harcanmış Olan Paranın Kaybı Durumundaki Tepkiler

	Frekans	%
Evet, Giderim Çünkü Ödediğim Ücretin Yanmasını İstemem	94	31,6
Hayır, Gitmem Ödediğim Ücret Umurunda Olmaz	203	68,4
Toplam	297	100,0

Cebimizden çoktan çıkmış olan bir paranın kaybedilmesi durumunda verilecek tepkilere örnek olarak rahatsızlığı olmasına rağmen peşin ödediği spor salonuna gitmeye devam edecek olanların oranı %31,6 ile yaklaşık 3'te 1'lik kısmı oluşturmaktadır. Ödenen ücretin rahatsızlığın yanında önemi olmaz deyip salona devam etmek istemeyenlerin oranı ise %68,4 ile çoğunluğu oluşturmaktadır.

Senaryo 6: Kişinin beklenmedik anda ve emek vermeden ele geçirdiği parayı acil ve zaruri veya acil olmayan ve lüks ihtiyaçlar için mi kullanacağı sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 3.10. Emek Verilmeden ve Beklenmedik Zamanda Sahip Olunan Parayı Harcama Tercihleri

		Frekans	%
Toplu Para İle Hangisini Yaparsın?	Öğrenci Evinin Birikmiş Kirası ve Doğal Gaz Faturası İçin Kullanırım	226	76,1
	Hep Almak İstedğim Fakat Alamadığım Cep Telefonunu Alırım	71	23,9
	Toplam	297	100,0

Emek verilmeden elde edilen paranın harcama yerlerine bakıldığında katılımcıların % 76,1'i bu parayı zorunlu ve acil ihtiyaçları için kullanmak isterken, %23,9'u zaruri olmayan ve lüks tüketime giren harcamalar yapma eğiliminde olduğu görülmektedir. Anket katılımcılarının çoğunluğunun ailesiyle yaşaması ve maddi bir yükümlülüklerinin bulunmamasından dolayı, katılımcıların yaklaşık 4'te 1'inin lüks harcama yapmaya yönelmesinin olağan bir durum olduğu görülmektedir.

Senaryo 7: Bu senaryoda öğrencilere ücretini ödeyip satın alınan bir piyango biletine ikramiye çıkmaması mı yoksa biletin değerindeki parayı kaybetmek mi daha mutsuz eder sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 3.11. Kaybetmeyi Göze Aldığımız Paranın Cebimizdeki Paradan Farklı Olup Olmama Durumu

			Frekans	%
Hangisi Daha Çok Üzer?		Bilettime İkrariye Çıkmaması	27	9,1
		Cebimizdeki Parayı Düşürmek	172	57,9
		Fark Yoktur	98	33,0
		Toplam	297	100,0

Kaybetmeyi göze alıp harcanan parayla oynanan bir şans oyununun kazandırmaması, katılımcıların %9,1 gibi düşük bir oranda mutsuz etmektedir. Fakat aynı paranın harcanmadan kaybedilmesi ise %57,9 oranında katılımcılarda bir mutsuzluğa yol açmaktadır. Kaybedilen para miktarı aynı olmasına rağmen büyük bir farkla kaybetmeyi göze alarak harcanan para insanların mutsuzluk seviyelerini etkilememektedir. Katılımcıların yaklaşık 3'te 1'i %33 oranıyla fark olmayacağını belirtmişlerdir.

Aşağıdaki 4 senaryoda anket katılımcılarının kayıp ve kazançların birbirinden ayrılması ve birbiriyle birleştirilmesi sonucu yaşanacak memnuniyet seviyeleri ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 3.12 de sonuçları gösterilen çoklu kazançlara örnek olan bu senaryomuzda A kişisi ve B kişisi olmak üzere 2 kişi bulunmaktadır. A kişisi aynı gün içinde şans oyunlarından 100 TL ve 50 TL olmak üzere 2 ödül kazanmıştır. B kişisi ise tek seferde 150 TL lik ödülün sahibi olmuştur. Bunun sonunda hangisi daha MUTLU olmuştur?

Bu senaryoda toplam kazanç miktarı aynı olmakla birlikte bu kazancı 2 seferde elde eden kişinin %41,4 oranında, tek seferde elde eden kişinin ise %24,9 oranında daha mutlu olacağı varsayılmaktadır. %33,7 lik bir orandaki bir katılımı fark olmayacağı belirtilmiştir.

Tablo 3.12.Çoklu Kazanç Karşısındaki Tepki

		Frekans	%
	A Kişisi	123	41,4
	B Kişisi	74	24,9
	Fark Yoktur	100	33,7
	Toplam	297	100

Tablo 3.13.Çoklu Kayıp Karşısındaki Tepki

		Frekans	%
	A Kişisi	97	32,7
	B Kişisi	75	25,3
	Fark Yoktur	125	42,1
	Toplam	297	100

Tablo 3.13 de sonuçları belirtilen çoklu kayıplara örnek verilen senaryomuzda ise şu soru yöneltilmiştir. A kişinin evine aynı gün içinde 2 saat arayla trafik cezası makbuzu gelmiştir. İlk cezası 250 TL, ikinci cezası 150 TL dir. B kişisine ise 400 TL lik tek ceza makbuzu ulaşmıştır. Bunun sonunda hangisi daha MUTSUZ olmuştur?

Toplam kayıp miktarının eşit olduğu, fakat ilk kişinin iki seferde bu parayı kaybettiği ikinci kişinin ise tek seferde kaybettiği bu senaryoda, iki seferde kaybeden kişinin %32,7 oranında, diğer kişinin oranından fazla olmak üzere daha mutsuz olacağı

düşüncesi hakimdir. Tek seferde kaybedecek kişinin mutsuz olma olasılığı %25,3 olarak görülürken fark yoktur diyenlerin oranı %42,1 olarak görülmektedir.

Tablo 3.14 de sonuçları belirtilen ve karışık kazanca örnek olan senaryoda şu şekilde bir soru sorulmuştur. A kişinin aldığı piyango biletine 1000 TL ikramiye çıktı ve çok mutlu oldu. Fakat eve vardığında evini su bastığını gördü ve hasar ve tamirat için çağırdığı ustaya 800 TL ödedi. B kişisi ise o gün piyangodan kazandığı 200 TL ile evine döndü. Bunun sonunda hangisi daha MUTLU olmuştur?

Kazanç ve kayıpların birbiriyle birleştirilip kazançla sonuçlanan bu senaryoda, önce kazanıp sonra kaybeden kişinin mutlu olma oranı, kayba uğramadan net kazancı tek seferde elde eden kişinin mutlu olma oranından daha düşüktür. Karışık kazanç elde eden kişi %16,2 oranında mutlu olurken, tek işlemle kazanç sağlayan kişinin mutlu olma oranı %59,6'dır. %24,2 oranında fark olmayacağı belirtilmiştir.

Tablo 3.14.Karışık Kazanç Karşısındaki Tepki

		Frekans	%
	A Kişisi	48	16,2
	B Kişisi	177	59,6
	Fark Yoktur	72	24,2
	Toplam	297	100

Tablo 3.15.Karışık Kayıp Karşısındaki Tepki

		Frekans	%
	A Kişisi	55	18,5
	B Kişisi	158	53,2
	Fark Yoktur	84	28,3
	Toplam	297	100

Tablo 3.15 de sonuçları belirtilen ve karışık kayba örnek olan bu senaryoda şu soru yöneltilmiştir. A kişisi arabasını bıraktığı otoparka vardığında arabasının hasar gördüğünü fark etti. Çağırdığı tamirciye 1200 TL ödedi. Çalıştığı ofise vardığında iddiaya girdiği arkadaşından 400 TL kazandığını öğrendi. B kişisi ise o gün otoparkta hasar gören arabasının tamiri için 800 TL ödedi. Bunun sonunda hangisi daha MUTSUZ olmuştur?

Kazanç ve kaybın birleştirildiği bu senaryoda, önce para kaybedip sonra kazanarak net kayıpla işlemi tamamlayan kişi %18,5 oranında mutsuz olurken, aynı net

kaybı kazanç olmadan yaşayan kişi %53,2 oranında bir mutsuzluk yaşamaktadır. Fark yoktur diyenlerin oranı ise %28,3 tür.

3.8.Araştırmanın Hipotezleri ve Test Sonuçları

Araştırmada 4 ana hipotez, 8 alt hipotez mevcuttur. Ana hipotezler ankette yer alan senaryolu soru gruplarının oluşturduğu 15 adet sorunun cevaplarının tek bir veri haline getirilmiş ortalamalarının katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu, ikamet durumu ve geçim kaynağı tanımlayıcı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği üzerine kurulmuştur. Alt hipotezler ise, ankette yer alan senaryolu soru gruplarından 2'şer adet sorunun ortalaması alınarak elde edilen kayıp karşısında verilen tepki ve kazanç karşısında verilen tepkilerin yukarıda bahsedilen 4 adet tanımlayıcı değişkene göre farklılaşmasının araştırılması üzerine kurulmuştur

Ana hipotez 1 H_1 : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından irrasyonel harcama kararları vermeleri cinsiyet tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Ana hipotez 2 H_2 : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından irrasyonel harcama kararları vermeleri eğitim durumu tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Ana hipotez 3 H_3 : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından irrasyonel harcama kararları vermeleri ikamet durumu tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Ana hipotez 4 H_4 : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından irrasyonel harcama kararları vermeleri geçim kaynağı tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 1 H_{A1} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kayıp karşısında verdiği tepkiler cinsiyet tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 2 H_{A2} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kayıp karşısında verdiği tepkiler eğitim durumu tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 3 H_{A3} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kayıp karşısında verdiği tepkiler ikamet durumu tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 4 H_{A4} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kayıp karşısında verdiği tepkiler geçim kaynağı tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 5 H_{A5} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kazanç karşısında verdiği tepkiler cinsiyet tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 6 H_{A6} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kazanç karşısında verdiği tepkiler eğitim durumu tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 7 H_{A7} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kazanç karşısında verdiği tepkiler ikamet durumu tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alt hipotez 8 H_{A8} : Muhasebe ve finansal yönetim öğrencilerinin zihinsel muhasebe açısından kazanç karşısında verdiği tepkiler geçim kaynağı tanımlayıcı değişkenine göre farklılaşması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 3.16: Kayıp Karşısındaki Tepkinin Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	X	Standart Sapma	t	df	p
Kadın	142	2,3239	0,96792	2,167	295	0,031
Erkek	155	2,0710	1,03735			

Tablo 3.16'ya göre muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin cinsiyet değişkenine göre ortalamaları gösterilmiştir. Sadece ortalamalar dikkate alındığında erkek katılımcıların ortalaması $X=2,0710$ iken, kadın katılımcıların $X=2,3239$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır. T testi sonuçları incelendiğinde 0,05 anlamlılık

düzeyinde $p=0,031<0,05$ olduğu için cinsiyet değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

T testi sonucunda elde edilen verilere göre ' H_{A1} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kayıp karşısında verdiği tepkilerin oluşmasında **cinsiyet** değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.17: Kayıp Karşısındaki Tepkinin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	N	X	Standart Sapma	t	df	p
I. Öğretim	174	2,2644	1,03225	1,472	295	0,142
II.Öğretim	123	2,0894	0,97517			

Tablo 3.17'ye göre muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkiler ile ilgili eğitim durumu değişkenine göre ortalamaları gösterilmiştir. Sadece ortalamalar dikkate alındığında II. Öğretimde okuyan öğrenciler $X=2,0894$ ortalamaya sahipken, I. Öğretimde okuyan katılımcıların $X=2,2644$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır T testi sonuçları incelendiğinde $0,05$ anlamlılık düzeyinde $p=0,142>0,05$ olduğu için eğitim durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

T testi sonucunda elde edilen verilere göre ' H_{A2} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kayıp karşısında verdiği tepkilerin oluşmasında **eğitim durumu** değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.18: Kazanç Karşısındaki Tepkinin Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	X	Standart Sapma	t	df	p
Kadın	142	2,0528	0,63220	1,348	295	0,179
Erkek	155	1,9548	0,61993			

Tablo 3.18'e göre muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kazanç karşısında verdiği tepkilerin cinsiyet değişkenine göre ortalamaları gösterilmiştir. Sadece ortalamalar dikkate alındığında erkek katılımcıların ortalaması $X=1,9548$ iken, kadın katılımcıların $X=2,0528$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır. T testi sonuçları incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde $p=0,179>0,05$ olduğu için cinsiyet değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

T testi sonucunda elde edilen verilere göre ' H_{A5} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kazanç karşısında verdiği tepkilerin oluşmasında **cinsiyet** değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.19: Kazanç Karşısındaki Tepkinin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	N	X	Standart Sapma	t	df	p
I.öğretim	174	1,9655	0,62599	-1,184	295	0,237
II.öğretim	123	2,0528	0,62664			

Tablo 3.19'a göre muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kazanç karşısında verdiği tepkilerin eğitim durumu değişkenine göre ortalamaları gösterilmiştir. Sadece ortalamalar dikkate alındığında I. Öğretimde okuyan öğrencilerin ortalaması $X=1,9655$ iken II. Öğretimde okuyan katılımcıların $X=2,0528$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır. T testi sonuçları incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde $p=0,237>0,05$ olduğu için eğitim durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

T testi sonucunda elde edilen verilere göre ' H_{A6} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kazanç karşısında verdiği tepkilerin oluşmasında **eğitim durumu** değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.20: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	X	Standart Sapma	t	df	p
Kadın	142	2,0155	0,30439	4,187	295	0,000
Erkek	155	1,8619	0,32572			

Tablo 3.20'ye göre muhasebe eğitimi alan öğrencilerin irrasyonel harcama kararı vermelerinin cinsiyet değişkenine göre ortalamaları gösterilmiştir. Sadece ortalamalar dikkate alındığında erkek katılımcıların ortalaması $X=1,8619$ iken, kadın katılımcıların $X=2,0155$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır. T testi sonuçları incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde $p=0,000 < 0,05$ olduğu için cinsiyet değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

T testi sonucunda elde edilen verilere göre ' H_1 : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, irrasyonel harcama kararı vermelerinde cinsiyet değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.21: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin T-Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	N	X	Standart Sapma	t	df	p
I.öğretim	174	1,9475	0,32372	0,768	295	0,443
II.öğretim	123	1,9182	0,32591			

Tablo 3.21'e göre muhasebe eğitimi alan öğrencilerin irrasyonel harcama kararı vermelerinin eğitim durumu değişkenine göre ortalamaları gösterilmiştir. Sadece ortalamalar dikkate alındığında II. Öğretimde okuyan öğrencilerin ortalaması $X=1,9182$ iken I. Öğretimde okuyan katılımcıların $X=1,9475$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır. T testi sonuçları incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde $p=0,443 > 0,05$ olduğu için eğitim

durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

T testi sonucunda elde edilen verilere göre ' H_2 : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, irrasyonel harcama kararı vermelerinde **eğitim durumu** değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi reddedilmiştir.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin ikamet durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek faktörlü varyans analizi (One-Way Anova) ile incelenmiştir.

Tablo 3.22: Kayıp Karşısında Verilen Tepkinin İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Ortalaması

İkamet Durumu	N	X	Standart Sapma
Ailemle Yaşıyorum	145	2,0586	1,02825
Yurtta Kalıyorum	63	2,5556	0,95930
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	84	2,1012	0,88078
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	5	3,0000	1,87083

Tablo 3.22'de araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin ikamet durumu değişkenine ilişkin grupların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlarda ikamet durumu değişkenine ilişkin ortalamalar arasında en düşük oran $X=2,0586$ ile ailesi ile yaşayan gruba ait iken gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=3,00$ ile tanıdık/akraba yanında kalan gruba aittir.

Tablo 3.23: One Way Anova Tablosu-İkamet Durumu Değişkeni

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	S.F	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	14,863	3	4,954	5,046	0,002
Grup İçi	287,697	293	0,982		
Toplam	302,561	296			

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin ikamet durumu değişkenine ilişkin vermiş oldukları yanıtların gruplar arasındaki ortalamaların farklı olup olmadığının araştırılması için uygulanan One Way Anova test sonuçları tablo 3.23'te yer almıştır. Tablo incelendiğinde ise $f=5,046$ seviyesinde $p=0,002<0,05$ olduğu için ortalamaların birbirine yakın olmadığı ve varyansların heterojen dağılım gösterdiği

sonucuna varılmaktadır. Gruplar arasındaki farklılığın ortaya konması amacı ile farklılığın hangi ikamet durumu gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacı ile çoklu karşılaştırma Tamhane's T2 testi yapılmıştır. Tamhane's T2 testi sonuçları tablo 3.24'de gösterilmiştir.

Tablo 3.24: İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tamhane's T2 Testi

	Varyans Kaynağı (İkamet Durumu)		Ortalamaların Farkı	p
	Kayıp Karşısındaki Tepkinin Gruplar Arasındaki Farklılığı	Ailemle Yaşıyorum	Yurtta Kalıyorum	-0,49693*
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum			-0,04257	1,000
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum			-0,94138	0,905
Yurtta Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,49693*	0,006
		Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	0,45437*	0,023
		Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	-0,44444	0,997
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,04257	1,000
		Yurtta Kalıyorum	-0,45437*	0,023
		Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	-0,89881	0,921
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,94138	0,905
		Yurtta Kalıyorum	0,44444	0,997
		Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	0,89881	0,921

Tablo 3.24'de ikamet durumu değişkenine ilişkin farklılık Tamhane's T2 Testi ile araştırılmış ve fark oluşturan gruplar * işareti ile ifade edilmiştir. Buna göre ailesiyle yaşayan ile yurttan kalan gruplar arasında, yurttan kalıp ailesiyle yaşayan ve arkadaşlarıyla evde kalan grupların ortalamaları arasında ve arkadaşlarıyla evde kalıp yurttan kalan gruplar arasında farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır. P değerleri , (p=0,006 ve p=0,023) < 0,05 olduğu için gruplar arasındaki farklılık anlamlıdır.

One Way Anova testi sonucunda çalışmanın alt hipotezini oluşturan ' H_{A3} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kayıp karşısında verdiği tepkilerinin oluşmasında ikamet durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi kabul edilmiştir.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kayıp karşısında verdikleri tepkinin geçim kaynağı değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek faktörlü varyans analizi (One-Way Anova) ile incelenmiştir.

Tablo 3.25: Kayıp Karşısında Verilen Tepkinin Geçim Kaynağı Değişkenine İlişkin Ortalaması

Geçim Kaynağı	N	X	Standart Sapma
Ailemden Destek Alıyorum	136	2,2206	0,99213
Kredi/Burs ile Geçiniyorum	114	2,2018	0,99272
Çalışıp Geçimimi Sağlıyorum	47	2,0851	1,11958

Tablo 3.25’de araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin geçim kaynağı değişkenine ilişkin grupların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlarda geçim kaynağı değişkenine ilişkin ortalamalar arasında en düşük oran $X=2,0851$ ile çalışıp kendi geçimini sağlayan gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,2206$ ile ailesinden destek alan gruba aittir.

Tablo 3.26: One Way Anova Tablosu-Geçim Kaynağı Değişkeni

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	S.F	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	0,659	2	0,330	0,321	0,726
Grup İçi	301,902	293	1,027		
Toplam	302,561	296			

Tablo 3.26’da muhasebe eğitimi öğrencilerinin geçim kaynağı değişkenine göre vermiş oldukları yanıtların ortalamaların yer almaktadır. Tablo incelendiğinde ise $f=0,321$ seviyesinde ve $p=0,726>0,05$ olduğu için varyansların homojen dağılım gösterdiği ve ortalamalar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

One Way Anova analizi sonucunda elde edilen verilere göre ‘ H_{A4} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kayıp karşısında verdiği tepkilerin oluşmasında geçim kaynağı değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.’ hipotezi reddedilmiştir.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin **kazanç** karşısında verdiği tepkilerin **ikamet durumu** değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek faktörlü varyans analizi (One-Way Anova) ile incelenmiştir.

Tablo 3.27: Kazanç Karşısında Verilen Tepkinin İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Ortalaması

İkamet Durumu	N	X	Standart Sapma
Ailemle Yaşıyorum	145	1,9862	0,63723
Yurtta Kalıyorum	63	2,0635	0,62535
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	84	1,9345	0,59506
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	5	2,8000	0,27386

Tablo 3.27’de araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin kazanç karşısında verdiği tepkilerin ikamet durumu değişkenine ilişkin grupların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlarda ikamet durumu değişkenine ilişkin ortalamalar arasında en düşük oran $X=1,9345$ ile arkadaşlarıyla evde kalan gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,80$ ile tanıdık/akraba yanında kalan gruba aittir

Tablo 3.28: One Way Anova Tablosu-İkamet Durumu Değişkeni

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	S.F	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	3,841	3	1,280	3,337	0,020
Grup İçi	112,408	293	0,384		
Toplam	116,249	296			

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin kazanç karşısında verdiği tepkilerin ikamet durumu değişkenine ilişkin vermiş oldukları yanıtların gruplar arasındaki ortalamaların farklı olup olmadığının araştırılması için uygulanan One Way Anova test sonuçları tablo 7’de yer almıştır. Tablo incelendiğinde ise $f=3,337$ seviyesinde ve $p=0,02<0,05$ olduğu için ortalamaların birbirine yakın olmadığı ve varyansların heterojen dağılım gösterdiği sonucuna varılmaktadır. Gruplar arasındaki farklılığın ortaya konması amacı ile farklılığın hangi ikamet durumu gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacı ile çoklu karşılaştırma Tamhane’s T2 testi yapılmıştır. Tamhane’s T2 testi sonuçları Tablo 3.29’da gösterilmiştir

Tablo 3.29: İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tamhane's T2 Testi

	Varyans Kaynağı (İkamet Durumu)		Ortalamaların Farkı	P
	Kazanç Karşısındaki Tepkinin Gruplar Arasındaki Farklılığı	Ailemle Yaşıyorum	Yurtta Kalıyorum	-0,7729
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum			0,05168	0,990
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum			-0,81379*	0,007
Yurtta Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,07729	0,961
		Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	0,12897	0,755
		Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	-0,73651*	0,006
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	-0,05168	0,990
		Yurtta Kalıyorum	-0,12897	0,755
		Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	-0,86548*	0,003
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,81379*	0,007
		Yurtta Kalıyorum	0,73651*	0,006
		Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	0,86548*	0,003

Tablo 3.29'da ikamet durumu değişkenine ilişkin farklılık Tamhane's T2 Testi ile araştırılmış ve fark oluşturan gruplar * işareti ile ifade edilmiştir. Buna göre ailesiyle yaşayan ve tanıdık/akraba yanında yaşayan arasında, yurttan kalanlar ve tanıdık/akraba yanında kalanlar arasında, arkadaşlarıyla evde kalanlar ile tanıdık/akraba yanında kalanlar arasında ve tanıdık/akraba yanında kalanlar ile ailesiyle yaşayan, yurttan kalan ve arkadaşlarıyla evde kalan grupların ortalamaları arasında farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır. P değerleri , ($p=0,007$, $p=0,006$ ve $p=0,003$) $< 0,05$ olduğu için gruplar arasındaki farklılık anlamlıdır.

One Way Anova testi sonucunda çalışmanın alt hipotezini oluşturan ' H_{A7} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kazanç karşısında verdiği tepkilerinin oluşmasında ikamet durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.' hipotezi kabul edilmiştir.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin *kazanç* karşısında verdikleri tepkinin *geçim kaynağı* değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek faktörlü varyans analizi (One-Way Anova) ile incelenmiştir.

Tablo 3.30: Kazanç Karşısında Verilen Tepkinin Geçim Kaynağı Değişkenine İlişkin Ortalaması

Geçim Kaynağı	N	X	Standart Sapma
Ailemden Destek Alıyorum	136	2,0551	0,63733
Kredi/Burs ile Geçiniyorum	114	1,9342	0,62582
Çalışıp Geçimimi Sağlıyorum	47	2,0106	0,62668

Tablo 3.30’da araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin kazanç karşısında verdiği tepkilerin geçim kaynağı değişkenine ilişkin grupların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlarda geçim kaynağı değişkenine ilişkin ortalamalar arasında en düşük oran $X=1,9342$ ile kredi/burs ile geçinen gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,0551$ ile ailesinden destek alan gruba aittir.

Tablo 3.31: One Way Anova Tablosu-Geçim Kaynağı Değişkeni

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	S.F	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	0,912	2	0,456	1,162	0,314
Grup İçi	115,338	294	0,392		
Toplam	116,249	296			

Tablo 3.31’de muhasebe eğitimi öğrencilerinin geçim kaynağı değişkenine göre vermiş oldukları yanıtların ortalamaların yer almaktadır. Tablo incelendiğinde ise $f=1,162$ seviyesinde $p=0,314>0,05$ olduğu için varyansların homojen dağılım gösterdiği ve ortalamalar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

One Way Anova analizi sonucunda elde edilen verilere göre ‘ H_{A8} : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, kazanç karşısında verdiği tepkilerin oluşmasında geçim kaynağı değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.’ hipotezi reddedilmiştir.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin *irrasyonel harcama kararı* vermelerinin *ikamet durumu* değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek faktörlü varyans analizi (One-Way Anova) ile incelenmiştir.

Tablo 3.32: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Ortalaması

İkamet Durumu	N	X	Standart Sapma
Ailele Yaşıyorum	145	1,9149	0,29022
Yurtta Kalıyorum	63	1,9926	0,31523
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	84	1,8937	0,30421
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	5	2,5067	0,88519

Tablo 3.32’de araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin irrasyonel harcama kararı vermelerinin ikamet durumu değişkenine ilişkin grupların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlarda ikamet durumu değişkenine ilişkin ortalamalar arasında en düşük oran $X=1,8937$ ile arkadaşlarıyla evde kalan gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,5067$ ile tanıdık/akraba yanında kalan gruba aittir

Tablo 3.33: One Way Anova Tablosu-İkamet Durumu Değişkeni

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	S.F	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	2,045	3	0,682	6,862	0,000
Grup İçi	29,105	293	0,099		
Toplam	31,150	296			

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin irrasyonel harcama kararı vermelerinin ikamet durumu değişkenine ilişkin vermiş oldukları yanıtların gruplar arasındaki ortalamaların farklı olup olmadığının araştırılması için uygulanan One Way Anova test sonuçları tablo 3.33’de yer almıştır. Tablo incelendiğinde ise $f=6,862$ seviyesinde ve $p=0,000<0,05$ olduğu için ortalamaların birbirine yakın olmadığı ve varyansların heterojen dağılım gösterdiği sonucuna varılmaktadır. Gruplar arasındaki farklılığın ortaya konması amacı ile farklılığın hangi ikamet durumu gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacı ile çoklu karşılaştırma Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçları tablo 3.34’de gösterilmiştir.

Tablo 3.34: İkamet Durumu Değişkenine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tukey Testi

	Varyans Kaynağı (İkamet Durumu)		Ortalamaların Farkı	P
	İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Gruplar Arasındaki Farklılığı	Ailemle Yaşıyorum	Yurtta Kalıyorum	-0,7765
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum			0,02129	0,961
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum			-0,59172*	0,000
Yurtta Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,07765	0,362
		Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	0,09894	0,237
		Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	-0,51407*	0,003
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	-0,02129	0,961
		Yurtta Kalıyorum	-0,09894	0,237
		Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum	-0,61302*	0,000
Tanıdık/Akraba Yanında Kalıyorum		Ailemle Yaşıyorum	0,59172*	0,000
		Yurtta Kalıyorum	0,51407*	0,003
		Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	0,61302*	0,000

Tablo 3.34’de ikamet durumu değişkenine ilişkin farklılık Tukey Testi ile araştırılmış ve fark oluşturan gruplar * işareti ile ifade edilmiştir. Buna göre ailesiyle yaşayan ve tanıdık/akraba yanında yaşayan arasında, yurttan kalanlar ve tanıdık/akraba yanında kalanlar arasında, arkadaşlarıyla evde kalanlar ile tanıdık/akraba yanında kalanlar arasında ve tanıdık/akraba yanında kalanlar ile ailesiyle yaşayan, yurttan kalan ve arkadaşlarıyla evde kalan grupların ortalamaları arasında farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır. P değerleri ($p=0,000$ ve $p=0,003$) $< 0,05$ olduğu için gruplar arasındaki farklılık anlamlıdır.

One Way Anova testi sonucunda çalışmanın alt hipotezini oluşturan ‘ H_3 : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, irrasyonel harcama kararı vermelerinin ikamet durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.’ hipotezi kabul edilmiştir.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin *irrasyonel harcama kararı* vermelerinin *geçim kaynağı* değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek faktörlü varyans analizi (One-Way Anova) ile incelenmiştir.

Tablo 3.35: İrrasyonel Harcama Kararı Vermenin Geçim Kaynağı Değişkenine İlişkin Ortalaması

Geçim Kaynağı	N	X	Standart Sapma
Ailemden Destek Alıyorum	136	1,9475	0,30409
Kredi/Burs İle Geçiniyorum	114	1,9228	0,32084
Çalışıp Geçimimi Sağlıyorum	47	1,9305	0,38996

Tablo 3.35’de araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin irrasyonel harcama kararı vermelerinin geçim kaynağı değişkenine ilişkin grupların ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlarda geçim kaynağı değişkenine ilişkin ortalamalar arasında en düşük oran $X=1,9228$ ile kredi/burs ile geçinen gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=1,9475$ ile ailesinden destek alan gruba aittir.

Tablo 3.36: One Way Anova Tablosu-Geçim Kaynağı Değişkeni

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	S.F	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	0,039	2	0,020	0,186	0,831
Grup İçi	31,111	294	0,106		
Toplam	31,150	296			

Tablo 3.36’da muhasebe eğitimi öğrencilerinin geçim kaynağı değişkenine göre vermiş oldukları yanıtların ortalamaların yer almaktadır. Tablo incelendiğinde ise $f=0,186$ seviyesinde ve $p=0,831>0,05$ olduğu için varyansların homojen dağılım gösterdiği ve ortalamalar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılır.

One Way Anova analizi sonucunda elde edilen verilere göre ‘**H₄**: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin, irrasyonel harcama kararı vermesinde geçim kaynağı değişkenine göre ortaya çıkan farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.’ hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ

Zihinsel muhasebe bireylerin zihinlerinde oluşturdukları, onların para ile ölçülebilen faaliyetlerini değerlendirmek, düzenlemek ve alternatifler arasında seçim yapmaya yönlendiren, kayıptan kaçınmaya iten bir bilişsel işlemler topluluğudur. Bu işlemlerin birçoğu bireylerin tüketim ve yatırım gibi finansal kararları almasıyla sonuçlanır ve bu sonuç aşamasına kadar olan her aksiyon insan zihninde ayrı hesaplara yerleştirilip izlenir. Her hesapta kişinin katlandığı maliyet ve elde edeceği fayda yer almaktadır. Kişiler yaşamları boyunca tüm işlemlerini bu hesaplar yoluyla gerçekleştirme eğilimindedirler. Sürekli hesaplara aktarım aksiyon alma işlemi bireylerin sonuca diğer açıdan bakmalarını engellemekte ve mantıklı olmayan seçimler yapmaya yönelten önyargıların oluşmasına neden olabilmektedir. Bu önyargılar kişileri mali yaşamları boyunca etkilemekte ve aleyhlerine olan sonuçlar doğurmaktadır.

‘Mental Muhasebenin Üniversite Öğrencilerinin Harcama Yapma Sürecindeki Rolü’ başlıklı bu çalışmada, üniversitede muhasebe ve finans eğitimi gören öğrencilerin, harcama yaparken zihinsel muhasebe oluşturup oluşturmadıkları ve bundan ne derecede etkilendikleri sonucuna ulaşmak amacıyla yapılmıştır.

Araştırma kapsamında;

- Ankete katılan katılımcıların tanımlayıcı ve temel kişilik özellikleri,
- Karşılaştıkları kayıp ve kazançlar karşısında ne tür aksiyonlar alacakları,
- Paraya yerleştirilen etiketler sonucu harcamalarını hangi yönde yapacakları,
- Bu kayıp, kazanç ve harcama işlemlerinin demografik faktörler açısından farklılaşp farklılaşmadığı gibi sorulara cevap aranmıştır.

Araştırma kapsamında yoğun olarak muhasebe ve finans eğitimi gören 297 üniversite öğrencisiyle anket yapılmıştır. Anket temel olarak 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılara yönelik tanımlayıcı sorular yer almakta, ikinci bölümde zihinsel muhasebenin uygulanıp uygulanmadığına ışık tutan senaryolu soru grupları bulunmaktadır. Ankete katılım gösteren öğrencilerin, yaşadığı bir mali kayıp sonrası nasıl tepki verdikleri, ürünün fiyatının ve yapılan indirim nasıl algılandığı, geliş

kaynağına göre paraya farklı değerler verip o yönde harcama yapıp yapmadıkları, kayıp ve kazançları birleştirme ve ayırma işlemi yaparak psikolojik olarak fayda sağlama eğilimi gösterip göstermedikleri incelenmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmada ilk olarak katılımcıların yaşadıkları maddi bir kayıp sonunda ne tepki vereceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bir sinema bileti ve aynı değerdeki parayı kaybettiklerinde, tekrar bilet satın alıp almayacakları sorulmuştur. Araştırmaya ilişkin toplanan verilere yapılan analizler sonucunda katılımcıların yaklaşık %70'i 'alırım' cevabını vermiştir. Para veya sinema bileti kaybedildiğinde tüketicinin satın alma davranışında önemli bir etki oluşturmadığı, film izleme konusundaki kararlılığının devam ettiği görülmüştür. Detaylı analiz için öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin tanımlayıcı değişkenlerinin karar vermede farklılık yaratıp yaratmadığı incelenmiştir. Cinsiyet değişkenine göre ortalamalara bakıldığında erkek katılımcıların ortalaması $X=2,0710$ iken, kadın katılımcıların $X=2,3239$ ile daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda kadın katılımcıların yeni bilet alma konusunda erkek katılımcılardan daha istekli olduğu görülmektedir. Yapılan T testi analizi sonucu farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür. Buradaki farkın, kadınların erkeklere göre daha sosyal ve aktif varlıklar olmalarından dolayı, planladıkları aktivitelerden vazgeçme oranlarının erkeklerden daha düşük olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkiler ile ilgili eğitim durumu değişkenine göre ortalamaları incelendiğinde II. Öğretimde okuyan öğrenciler $X=2,0894$ ortalamaya sahipken, I. Öğretimde okuyan katılımcıların $X=2,2644$ daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ortalamalar arasında fark olduğu ortaya çıkmaktadır ancak bu farklılığın anlamlı olup olmadığı t testi ile araştırılmıştır. T testi sonuçları incelendiğinde eğitim durumu değişkenine göre ortaya çıkan farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin kayıp karşısında verdiği tepkilerin ikamet durumu değişkenine ilişkin grupların ortalamalarına bakıldığında en düşük oran $X=2,0586$ ile 'ailesi ile yaşayan' gruba ait iken gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=3,00$ ile 'tanıdık/akraba yanında kalan' gruba aittir. Varyans analizi sonucu iki grup arasındaki farkın anlamlı olduğu görülmüştür. Buradan ailesiyle yaşayan ve onlara ekonomik olarak günlük hesap veren katılımcılar sınırlı bütçelerini ekstra bir harcamayla zorlamak istememiş olabilirler sonucuna ulaşılabilir. Araştırmaya katılan muhasebe eğitimi öğrencilerin kayıp

karşısında verdiği tepkilerin geçim kaynağı değişkenine ilişkin grupların ortalamaları incelendiğinde en düşük oran $X=2,0851$ ile çalışıp kendi geçimini sağlayan gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,2206$ ile ailesinden destek alan gruba aittir. Varyans analizi sonucu farklılığın anlamlı olmadığı sonucu elde edilmiştir.

İkinci hipotez grubunda, katılımcıların maddi bir kazanç karşısında ne tepki verileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Kendilerine, A kişisi ve B kişisi olmak üzere 2 kişi bulunan 2 adet senaryolu soru grupları yöneltilmiştir. Birinci senaryoda A kişisi aynı gün içinde şans oyunlarından 100 TL ve 50 TL olmak üzere 2 ödül kazanmıştır. B kişisi ise tek seferde 150 TL lik ödülün sahibi olmuştur. İkinci senaryoda ise A kişisinin aldığı piyango biletine 1000 TL ikramiye çıktıktan sonra 800 TL'sini ev tamiratı için harcamış olup, B kişisi ise o gün piyangodan kazandığı 200 TL ile evine dönmüştür. Bu durumların sonunda hangi kişi daha MUTLU olmuştur? Cinsiyet değişkenine göre ortalamalar incelendiğinde erkek katılımcıların ortalaması $X=1,9548$ iken, kadın katılımcıların $X=2,0528$ ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Ortalamalar arasındaki farklılığın yapılan T testi sonucu anlamlı olmadığı görülmüştür. Eğitim durumu değişkenine göre ortalamalarda, I. Öğretimde okuyan öğrencilerin ortalaması $X=1,9655$, II. Öğretimde okuyan öğrencilerin ortalaması $X=2,0528$ dir. Fakat T testi sonuçları incelendiğinde farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İkamet durumu değişkenine ilişkin grupların ortalamalarında en düşük oran $X=1,9345$ ile arkadaşlarıyla evde kalan gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,80$ ile tanıdık/akraba yanında kalan gruba aittir. Varyans analizi sonucu farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür. Evde kalan grubun, tanıdık/akraba yanında kalan gruba göre geçim masraflarının daha fazla olduğu düşünülürse, ekonomik kararlarını daha rasyonel aldığı sonucuna ulaşılabilmektedir. Geçim kaynağı değişkenine ilişkin grupların ortalamalar arasında en düşük oran $X=1,9342$ ile kredi/burs ile geçinen gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,0551$ ile ailesinden destek alan gruba aittir. Varyans analizi sonucu farklılığın anlamlı olmadığı görülmüştür.

Üçüncü ve son hipotez grubu, anket çalışmasında yer alan ve irrasyonel cevaplar içeren, tüm senaryolu soru gruplarının ortalaması alınarak oluşturulmuş ve katılımcıların irrasyonel harcama kararı verip vermedikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin irrasyonel harcama kararı vermelerinin cinsiyet

değişkenine göre ortalamalarına bakıldığında erkekler $X=1,8619$ iken, kadınlar $X=2,0155$ ile daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Yapılan T testi sonucuna anlamlı bulunan farklılığın, kadınların erkekler göre daha duygusal olmalarının sonucu ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Bu sebeple harcama kararlarında da erkekler göre daha az rasyonel eğilim gösterebilmektedirler. Eğitim durumu değişkenine göre ortalamalar, II. Öğretimde okuyanların $X=1,9182$ ve I. Öğretimde okuyanların $X=1,9475$ ile daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Fakat yapılan T testi sonucuna göre farklılığın anlamlı olmadığı görülmüştür. İkamet durumuna göre en düşük oran $X=1,8937$ ile arkadaşlarıyla evde kalan gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=2,5067$ ile tanıdık/akraba yanında kalan gruba aittir. Arkadaşlarıyla evde kalan öğrencilerin tüm maddi sorumlulukların ve maddi yönetimin kendilerinde olmasından dolayı bu grup içinde en mantıklı ekonomik kararlar vermesi doğal bir sonuç olmaktadır. Geçim kaynağı değişkenine ilişkin en düşük ortalama $X=1,9228$ ile kredi/burs ile geçinen gruba ait iken, gruplar arasındaki en yüksek ortalama $X=1,9475$ ile ailesinden destek alan gruba aittir. Fakat varyans analizi sonucu farklılığın anlamlı olmadığı sonucu elde edilmiştir.

Karışık ve kazançların ayrıldığı ve entegre edildiği senaryolu sorularımızdan 4 tanesine verilen cevaplar ile çalışmada 87 adet lisans istatistik öğrencisine bu soruları ilk olarak yönelten Thaler'ın(1985) aldığı cevaplar arasında oransal farklar bulunmaktadır.

- Çoklu kazanç sorusuna verilen cevapların Thaler'ın çalışmadaki oranları;

%64(A), %18(B) ve %17(Fark yoktur) şeklindedir. Bu çalışmada ise;

%41(A), %25(B) ve %34(Fark yoktur) şeklinde gerçekleşmiştir. Rasyonel olarak A ve B kişisi arasında fark bulunmadığından, bugün muhasebe öğrencilerinin bu durumda zihinsel muhasebenin etkisinde kalmadığı ve mantıklı cevabın daha yoğunlukta seçildiği görülmektedir.

-Çoklu kayıp sorusuna verilen cevapların Thaler'ın çalışmadaki oranları;

%75(A), %17(B) ve %8(Fark yoktur) şeklindedir. Bu çalışmada ise;

%33(A), %25(B) ve %42(Fark yoktur) şeklinde gerçekleşmiştir. Rasyonel olarak A ve B kişisi arasında fark bulunmadığı göz önünde bulundurulduğunda Thaler çalışmasına

1985 yılında cevap veren öğrencilerin büyük oranda zihinsel muhasebe yaptıkları ve bunun etkisiyle irrasyonel cevaplara eğilim gösterdikleri görülmektedir. Günümüzde cevap veren katılımcıların yarısına yakını mantıklı seçeneği işaretlemiştir. Bunun sebebinin günümüz öğrencilerinin yaygın teknoloji kullanımı ile sürekli en uygun ve en mantıklısını arama yolunda karşılaştırmalar yapabilme olanaklarının var olması ve bu sebeple bu soruda da en mantıklı olanı bulma yolunda sorgulama yapmaları söylenebilir.

-Karışık kazanç sorusuna verilen cevapların Thaler'ın çalışmasındaki oranları;

%25(A), %70(B) ve %5(Fark yoktur) şeklindedir. Bu çalışmada ise;

%16(A), %60(B) ve %24(Fark yoktur) şeklinde gerçekleşmiştir. Rasyonel olarak A ve B kişisi arasında fark bulunmadığı göz önünde bulundurulduğunda ve 1985 yılıyla bir karşılaştırma yapıldığında, rasyonel cevaba eğilimin arttığı fakat yine de çoğunluğun zihinsel muhasebenin etkisinde kaldığı söylenebilmektedir.

-Karışık kayıp sorusuna verilen cevapların Thaler'ın çalışmasındaki oranları;

%22(A), %72(B) ve %6(Fark yoktur) şeklindedir. Bu çalışmada ise;

%19(A), %53(B) ve %28(Fark yoktur) şeklinde gerçekleşmiştir. Rasyonel olarak A ve B kişisi arasında fark bulunmadığı göz önünde bulundurulduğunda ve 1985 yılıyla bir karşılaştırma yapıldığında, rasyonel cevaba eğilimin arttığı fakat yine de katılımcıların yarısından fazlasının zihinsel muhasebe yaptıkları söylenebilmektedir.

Anket sonuçları genel olarak yorumlandığında üniversitede muhasebe ve finans eğitimi alan öğrencilerin harcama kararı verirken zihinlerinde mental muhasebe sistemi oluşturup, rasyonel olmayan seçimler yapma eğilimi gösterdiği, ankette yer alan ve irrasyonel cevapları olan ve senaryo içeren soru örneklerinin cevaplarından anlaşıldığı üzere görülmektedir.

Bu anket zaman kısıtı ve daha fazla örneklem sayısına ulaşma amacından dolayı üniversite öğrencilerine uygulanmıştır. Öğrencilerin henüz bir iş sahibi olup maddi anlamda özgürlüklerine kavuşmamaları, aralarında anlamlı bir yaş farkı olmaması, sosyal hayattaki tecrübe eksiklikleri gibi nedenlerden dolayı beklenen düzeyde anlamlı ve güvenilir cevaplar vermedikleri yorumu yapılabilmektedir. Daha anlamlı ve geçerli sonuçlar için, belli bir yaş grubunun üzerinde ve maddi özgürlüğe sahip kişilere

uygulanması daha doğru olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca muhasebe eğitimi veren akademisyenler, mesleklerinin odak noktası para, yatırım ve borçlanma olan bankacılık sektörü çalışanları gibi meslek gruplarına uygulanması durumunda verilecek cevapların çok daha rasyonel olacağı öngörülebilmektedir.



KAYNAKÇA

- Ahmad, Z. A., (2010), “Brain in business: The Economics of Neuroscience”, *The Malaysian Journal of Medical Sciences*, Vol.17, Issue.2, (1-3).
- Akçi Y. (2017), “Fiyat Algısında Zihinsel Muhasebe Ve Tüketici Tercihi”, *International Journal of Academic Value Studies*, C.3 S.9, (285-297).
- Aktan , C. C., (2019), “Davranışsal İktisat”, <https://www.slideshare.net/COSKUNCANAKTAN/davranisal-ktsat> (24.01.2020).
- Alm, J., (2010), “Testing Behavioural Public Economics Theories in the Laboratory”, *National Tax Journal* , Issue.63, (635-658).
- Altıntaş A. T., (2011), “Uluslararası Muhasebe ve Türkiye’de Muhasebe Hukuku”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, S.1 (162-174).
- Anolam, O. M., Okoroafor, S. N. ve Ajaero, O. O. (2015), “Effect of Mental Accounting on Corporate Profitability”, *West African Journal of Industrial & Academic Research*, Vol.14, Issue.1, (100-114).
- Apalı, A. ve Güler, H. G., (2016), “Muhasebe Kararlarının Alınmasına Şematik Bir Yaklaşım: Bilişsel Muhasebe” , *International Multidisciplinary Conference (IMUCO – April 21-22, 2016 Antalya, TURKEY)*, (466-473).
- Arnold, V. ve Sutton, S.G. (2004), “Behavioral accounting research: foundations and frontiers”, *Management Revue*, Vol.15, Issue.1, (152-154).
- Atik, M., Yılmaz, B. ve Köse, Y., (2018), “Bireysel Finansal Kararlarda Zihinsel Ön Yargıların Etkisi: Mental Muhasebe”, *UIİİD-IJEAS*, S.17, (717-730).
- Aydoğan E. (2013), “ Zıtlık Yatırım Stratejisinin Davranışsal Finans Yaklaşımı İle Değerlendirilmesi -Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama”, (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*), *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa*.
- Baker D. (2001), “Guidebook to Decision-Making Methods”, *Developed for the Department of Energy*, Issue.2, (1-40)
- Barberis, N. ve Huang, M. (2001), “Mental Accounting, Loss Aversion, And Individual Stock Returns”, *The Journal of Finance*, Issue.4, (1247-1292).
- Bayazıtlı, E. - Çelik, O. - Gürdal, K., (2015), *Genel Muhasebe*, Siyasal Kitabevi Ankara.
- Bensghir T. K. (1996), *Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim*, 1. Baskı, TODAİE Yayın No: 274, Ankara.
- Birnberg, J. G. ve Ganguly, A. R., (2012), “Is neuroaccounting waiting in the wings? An essay”, *Accounting, Organizations and Society*, Vol.37, Issue.1, (1-13).

Bodur Y. A. (2016), “Yatırımcı Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Aşırı Güven Açısından Değerlendirilmesi”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dönem Projesi İşletme Anabilim Dalı Muhasebe ve Finansman Programı Dönem Projesi*.

Can Y. (2012), “İktisatta Psikolojik İnsan Faktörü: Davranışsal İktisat”, *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, C.4 S.2, (91-98).

Camerer, C. F ve Loewenstein, G., (2002), “Behavioral Economics: Past, Present, Future”, *Division of Humanities and Social Sciences*, Vol.228,Issue.77, (1-61).

Cesar, A., Perez, G., Vidal, P. ve Marin, R., (2010), “Neuroaccounting Contribution to Understanding the Decision Making: An Example From an Innovative Company”, *Mackenzie Presbyterian University*, (1-17).

Colyvan, M., (2008), “Relative Expectation Theory”, *The Journal of Philosophy*, Vol.105, Issue.1, (37-44).

Davitsen, H. J. ve Trueblood, R. M., (1961), “Karar Almaya Donuk Muhasebe” (189-196) (çeviren: Davut Aydın)

Dinç, E. ve Karakaya ,A., (2014), “Muhasebe Bilgi Sistemi Ve Kurumsallaşma Düzeyi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, S.27, (22-50).

Durna, U. ve Demirel, Y., (2008), “Bilgi Yönetiminde Bilgiyi Anlamak”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.30, (129-156).

Eser, R. ve Toigonbaeva, D., (2011), “Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.6, S.1, (287-321).

Erdem A.R. (1998), “Süreç Kuramlarının Eğitim Yönetimine Katkıları”, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, S.4, (51-57).

Galperti, S., (2019), “A theory of personal budgeting”, *Theoretical Economics*, Issue.14, (173-210).

Gonzalez, C. ve Lebiere, C., (2005), “Instance-Based Cognitive Models of Decision-Making”, *Carnegie Mellon University*, (1-28).

Gökdeniz Ü. (2005), “İşletmelerde Muhasebe Bilgi Sistemine Yaklaşım”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, S.27, (86-94).

Gönen, S. ve Rasgen, M., (2017), “Davranışsal Muhasebe Alanını İçeren Araştırmalara Yönelik Literatür Taraması”, *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, C.6, S.6, (189-198).

Hastings, J. S. ve Shapiro, J. M., (2018), “How are SNAP benefits spent? Evidence from a retail panel”, *The American Economic Review*, Vol.108, Issue.12, (3493-3540).

- Hayta A.B. (2014), ‘Bireysel Yatırımcıların Finansal Risk Algısına Etki Eden Psikolojik Önyargılar’, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S.3, (329-352).
- Hofstede, R. ve Kinard, J. C., (1970), ‘‘A Strategy for Behavioral Accounting Research’’, *The Accounting Review*, Vol.45, Issue.1, (38-54).
- Kahneman, D., (2003), ‘‘A Psychological Perspective on Economics’’, *Views Of Economics From Neighboring Social Sciences*, Vol.93, Issue.2, (162-168).
- Kahneman, D. ve Tversky, A., (1979), ‘‘Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk’’, *Econometrica*, Vol.47, Issue.2, (263-291).
- Kahyaoğlu, M. B. ve Ülkü, S., (2012), ‘‘Temsililik Hevrestikinin Algılanan Risk Üzerindeki Etkisi: İMKB Bireysel Hisse Senedi Yatırımcıları Üzerine Bir Uygulama’’, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C.4, S.1, (53-59).
- Kalmış, H. Ve Dalgın, B., (2010), ‘‘Muhasebe Bilgilerinin Karar Almada Kullanımının Önemi ve Çanakkale’de Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama’’, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, S.46, (112-118).
- Katona, G., (1978), ‘‘Behavioral Economics’’, *Challenge*, (14).
- Kısakürek, M. ve Pekcan, A., (2005), ‘‘Muhasebenin Ürettiği Bilgiye Farklı Açılardan Bakışlar’’, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.6, S.2, (107-125).
- Kitapçı, İ., (2017), ‘‘Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar’’, *Maliye Araştırmaları Dergisi*, C.3 S.1, (85-102).
- Kooreman, P., (2000), ‘‘The Labeling Effect of a Child Benefit System’’, *The American Economic Review*, Vol.90, Issue.3, (571-583).
- Lazarus, R.S. ve Folkman, S., (1984), *Stress, Appraisal and Coping*, Springer Publishing Company Inc, New York, USA.
- Levav, J. Ve McGraw, A. P., (2009), ‘‘Emotional Accounting:How Feelings About Money Influence Consumer Choice’’, *Journal of Marketing Research*, S.46, (66-80).
- Marşap, B. ve Okan Gökten P., (2016), ‘‘Davranışsal Muhasebe: Kuramsal Yaklaşım’’, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C.8, S.4, (345-359).
- Moreno, K., Kida, T. ve Smith, J. F., (2002), ‘‘The Impact of Affective Reactions on Risky Decision Making in Accounting Contexts’’, *Journal of Accounting Research*, Vol.40, Issue.5, (1331-1349).
- Naing, L., Winn, T. ve Rusli, B.N., (2006), ‘‘Practical Issues in Calculating the Sample Size for Prevalence Studies’’, *Archives of Orofacial Sciences*, Issue.1, (9-14)
- Olsena, J., Kasperc, M., Koglerb, C., Muehlbachera, S. ve Kirchlera, E., (2019), ‘‘Mental Accounting of Income Tax and Value Added Tax Among Self-Employed Business Owners’’, *Journal of Economic Psychology*, S.70, (125-139).

- Orakçı, E. ve Özdemir, A., (2017), “Telafi Edici Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Türkiye Ve Ab Ülkelerinin İnsani Gelişmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi”, *AKÜ İİBF Dergisi*, C.19, S.1, (61-74).
- Pesendorfer, W., (2006), “Behavioral Economics Comes of Ages: A Review Essay on Advances in Behavioral Economics”, *Journal of Economic Literature*, (712-721).
- Prelec, D. ve Loewenstein ,G., (1998), “The Red And The Black: Mental Accounting Of Savings And Debt”, *Marketing Science*, Vol.17, Issue.1, (4-28).
- Rozi M. (2011), “KOBİ’lerde Muhasebe Bilgi Sisteminin Etkin Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, C.3 S.2,(307-316).
- Ruben, E. ve Dumludağ, D., (2015), “ Davranışsal İktisadın Gelişimi”, *İktisat ve Toplum*, S.58, (4-9).
- Saraç, M. ve Kahyaoğlu M.B., (2011), “Bireysel Yatırımcıların Risk Alma Eğilimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik ve Demografik Faktörlerin Analizi”, *BDDK Bankacılık ve Piyasalar*, C.5, S.2, (135-157).
- Şenel, S. A ve Darıcı, S., (2018), “Psikofizyolojik Tekniklerin Adli Muhasebe Alanında ve Suçun Ortaya Çıkarılmasında Kullanılmasına İlişkin Bir Tartışma: Nöromuhasebe Kavramına Farklı Bir Bakış”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S.67, (381-391).
- Thaler, R., (1980), “Toward a Positive Theory of Consumer Choice”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Issue.1, (39-60).
- Thaler, R., (1985), “Mental Accounting and Consumer Choice”, *Marketing Science*, Vol.4, Issue.3, (199-214).
- Thaler, R., (1999), “Mental Accounting Matters”, *Journal of Behavioral Decision Making*, S.12, (183-206).
- Thaler, R., (2008), “Mental Accounting and Consumer Choice: Anatomy of a Failure”, *Marketing Science*, Vol.27, Issue.1, (12-14).
- Uşul, H. ve Çağlan, E.,(2018), “Nöromuhasebe”, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, S.2, (450-465).
- Uşul, H., (2007), *Davranışsal Muhasebe*, Asil Yayın Dağıtım Ankara.
- Webley, P. ve Plaisier, Z., (1998), “Mental Accounting in Childhood”, *Children's Social and Economics Education*, Vol.3, Issue.2, (55-64).
- Yavuz H. (2014), “Muhasebe Bilgi Sisteminin İşletme Yönetim Kararları Üzerinde Etkileri: Bartın İlindeki Kobi’ler Üzerinde Bir Araştırma”, *T.C. Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*
- Zhang, C. Y ve Sussman, A. B., (2017), “The Role of Mental Accounting in Household Spending and Investing Decisions”, *Chicago Booth Research Paper*, Vol.19, Issue.7, (1-31).

Zeithaml, A., Varadarajan, P. R. ve Zeithaml, C. P., (2007), “The Contingency Approach: Its Foundations and Relevance to Theory Building and Research in Marketing”, *European Journal of Marketing*, Vol.22, Issue.7, (37-63).



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı :	Yasemin EKER
Doğum Yeri :	Balıkesir
Medeni Hali :	Evli
Eğitim Durumu :	Lisans
Lisans Öğrenimi :	Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İngilizce İşletme Bölümü
Yüksek Lisans Öğrenimi :	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , Muhasebe Ve Finansal Yönetim Anabilim Dalı, Muhasebe Ve Finansman Tezli Yüksek Lisans
Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi :	İngilizce – Çok İyi
İş Deneyimi :	2007-2008 – Antalya Mermer San.Tic.Ltd.Şti İhracat Operasyon Görevlisi 2008- Halen – T.C. Ziraat Bankası A.Ş

