

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ VE TARİHİ BİLİM DALI**

**DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE MEDENİ
DURUMUN RASYONEL MODERN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ (KOCAELİ İLİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Çağla ŞENVELİ

KOCAELİ 2019

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ VE TARİHİ BİLİM DALI**

**DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE MEDENİ
DURUMUN RASYONEL MODERN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ (KOCAELİ İLİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Çağla ŞENVELİ

Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU

KOCAELİ 2019

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ VE TARİHİ BİLİM DALI**

**DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE MEDENİ
DURUMUN RASYONEL MODERN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: KOCAELİ İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Çağla ŞENVELİ
Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar Tarihi: 26.06.2019 No:18

Jüri Başkanı : Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Alper KOÇ

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Selim İNANÇLI

KOCAELİ 2019

ÖNSÖZ

“Davranışsal İktisat Perspektifinde Medeni Durumun Rasyonel Modern Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri: Kocaeli İli Örneği” isimli yüksek lisans tez çalışmasında akademik anlamda bilgi birikimini ve tecrübelerini bana aktaran, tez çalışmamın hem teorik sürecinde hem de uygulama aşamasında desteğini gördüğüm danışman hocam Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU’na; hayatımın her anında yanımda olan maddi ve manevi desteklerini hiç esirgemeyen annem Mine ŞENVELİ ve babam Aykut ŞENVELİ’ye, tezimin düzeni ile ilgili yardımlarından ötürü kardeşlerim Ceyda ŞENVELİ ve Zehra ŞENVELİ’ye, bu zorlu süreçte her zaman desteğini hissettiğim değerli arkadaşım Yasin VAROL’a çok teşekkür ederim.

Lisans ve Lisansüstü öğrenim süresince bilgi ve deneyimlerini paylaşan yaşama dair farkındalık yaratmamı sağlayan Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü hocalarıma ayrıca teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER	II
ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ	VII
TABLolar LİSTESİ.....	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE	
1.1 NEO-KLASİK İKTİSAT	3
1.2 NEO-KLASİK İKTİSADIN TEMELLERİ	4
1.2.1 Metodolojik Bireycilik.....	4
1.2.2 İktisadi Rasyonellik	5
1.2.3 İktisat ve Nesnel Analiz.....	6
1.3 NEO-KLASİK İKTİSAT VE MATEMATİK İLİŞKİSİ	6
1.3.1 Matematiksel İktisada Yapılan Eleştiriler	7
1.4 NEO-KLASİK İKTİSATTA TÜKETİM ANLAYIŞI.....	9
1.4.1 Alfred Marshall'ın Rasyonel Tüketim Tercihi	9
1.4.2 Hermann Heinrich Gossen 'in Tüketim Tercihi	10
1.4.2.1 Azalan Marjinal Fayda.....	10
1.4.2.2 Fayda Maksimizasyonu.....	12
1.4.2.3 Sübjektif Değer Yasası.....	13
1.4.3 William Stanley Jevons'un Rasyonel Seçim Teorisi.....	14

İKİNCİ BÖLÜM

2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE TÜKETİM DAVRANIŞI

2.1 DAVRANIŞSAL İKTİSAT	16
2.1.1 İktisat ve Psikoloji İlişkisi	17
2.2 DAVRANIŞSAL İKTİSADIN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ	18
2.2.1 Klasik İktisat Döneminde Davranışsalcılar	21
2.2.1.1 Adam Smith ve Ahlaki Duygular Kuramı	22
2.2.1.2 Jeremy Bentham ve Faydacı Yaklaşım	23
2.2.2 Neo-klasik İktisat Döneminde Davranışsalcılar	24
2.2.2.1 Irving Fisher ve Davranışsal İktisat	24
2.2.2.2 Vilfredo Pareto ve Davranışsal İktisat	25
2.2.3 Eski Davranışsal İktisat	26
2.2.4 Yeni Dönem Davranışsal İktisat	28
2.3 KARAR VERME SÜRECİ ÇERÇEVESİNDE DAVRANIŞSAL İKTİSAT	31
2.3.1 Beklenti Teorisi	31
2.3.2 Sınırlı Rasyonellik	34
2.3.2.1. John Dewey'in Sınırlı Rasyonalite Modeli	35
2.3.2.2 Friedrich August von Hayek'in Sınırlı Rasyonalite Modeli	35
2.3.2.3 Immanuel Kant'ın Ahlak Teorisi Modeli	36
2.3.2.4 Çıpalama Kavramı	36
2.4 ÇAĞDAŞ ANLAMDA TÜKETİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	37
2.4.1 Kişisel Faktörler	37
2.4.1.1 Yaş	38
2.4.1.2 Cinsiyet	38
2.4.1.3 Eğitim Düzeyi	38
2.4.1.4 Gelir seviyesi	39
2.4.2 Psikolojik Faktörler	39
2.4.2.1 Algılama	39

2.4.2.2 Güdülenme	39
2.4.2.3 ğrenme	41
2.4.3 Sosyal Faktörler	41
2.4.3.1 Kültür	42
2.4.3.2 Aile	42
2.4.3.3 Sosyal Statü	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MEDENİ DURUMUN SATIN ALMA KARAR MEKANİZMASI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KOCAELİ UYGULAMASI

3.1 MEDENİ DURUM İLE TÜKETİM ARASINDAKİ İLİŞKİ.....	44
3.2 ARAŞTIRMANIN AMACI.....	44
3.3 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ	45
3.4 AMPİRİK ANALİZ	45
3.4.1 Demografik Verilerin Dağılımı	45
3.4.2 İstatiksel Bulgular	49
3.4.3 Likert Soruların Güvenilirlik Testi	52
3.4.4 Araştırmanın Hipotezleri	54
3.4.5 Hipotezlerin Test Edilmesi ve Yorumlanması.....	56
3.4.6 Likert Soruların Ortalamalarının Demografik Veriler İle Analizi.....	81
SONUÇ	85
KAYNAKÇA	88
EKLER	93
ÖZGEÇMİŞ	96

ÖZET

İktisat literatürü incelendiğinde hâkim iktisadi anlayış olarak ana akım iktisat teorisi ve onun kabul ettiği varsayımlar çerçevesinde birçok teori oluşturulmaktadır. Yıllar ilerledikçe hayatın pek çok alanında değişimler yaşandığı gibi insan faktörünü inceleyen iktisat bilimi içerisinde de değişiklikler meydana gelmektedir. Sosyal bir varlık olan insanın iktisadi davranışları incelendiğinde iktisat disiplinin tek başına açıklama gücünün yeterli olmadığı kanaatine varılıp bazı iktisatçılar tarafından alternatif modeller aranmaya başlanmıştır. Bu modellerden ampirik ve yararlı sonuçlar elde edebilmek için insanın doğası gereği iktisadi, sosyal, kültürel birçok faktöre etki eden psikoloji biliminden faydalanmak gerekmektedir. İktisat biliminin psikoloji ile yaptığı sentez ile ana akım iktisadın katı duruşu esnekleştirilmektedir. Bu çerçevede davranışsal iktisat başlığı altında yeni ve dinamik bir alan ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada ana akım iktisat teorilerinin benimseyen okullardan biri olan Neo-klasik Okul'un kavramsal ve teorik bir çerçevede incelemesi yapılmaktadır. Neo-klasik okulun iktisadi analizlerinde vazgeçemediği yoğun matematik kullanımı ile iktisat bilimi arasındaki ilişki ve bu konuda yöneltilen eleştiriler açıklanmaktadır. Neo-klasik Okul'un güçlü isimlerinden Marshall, Gossen ve Jevons'un tüketicilerin tüketim davranışları ile ilgili çalışmalarına değinilmektedir. İkinci bölümde, davranışsal iktisat kavramının teorik çerçevesi ile birlikte bu yeni alanın ortaya çıkış süreci ve ana akım iktisadi anlayışın hüküm sürdüğü yıllarda meydana gelen davranışsal eğilimler ifade edilmektedir. Rasyonel bir tüketicinin karar mekanizmasının işleyişi davranışsal iktisat bağlamında kurulan modellerin yardımıyla açıklanırken, karar verme sürecine etki eden çeşitli faktörler üzerinde durulmaktadır. Bu tez çalışmasının üçüncü ve son bölümünde Kocaeli ilinde anket çalışması ile bir uygulama yapılmıştır. Bu ilde yaşayan, evli ve bekâr tüketici kıstası altında tüketicilerin tüketim eğilimleri açıklanacaktır. Bu inceleme yapılırken temel nokta medeni durum olmasına rağmen tüketim davranışı üzerinde etkili olan kişisel ve sosyal faktörler de irdelenmektedir. Evli veya bekar tüketicilerin tüketim alışkanlıkları üzerine yapılan bu anket çalışması ile analizler sonucu evli ve bekâr tüketicilerin farklı tüketim eğilimleri olduğu saptanmıştır. Özellikle evli tüketicilerin bekâr tüketicilere göre gıda harcamaları için daha irrasyonel davrandığı görülürken, havaların kötü olduğu zamanlarda alışverişe çıkma konusunda irrasyonel davrandıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Rasyonel Davranış, Bekâr ve Evli Tüketici

ABSTRACT

When the literature of economics is examined, many theories are formed within the framework of mainstream economic theory and the assumptions it accepts as the dominant economic understanding. As the years progress, there are changes in many areas of life as well as changes in economic science that examine the human factor. When the economic behaviors of human being, which is a social entity, are examined, it is concluded that the discipline of economic discipline alone is not sufficient and alternative models have been sought by some economists. In order to obtain empirical and useful results from these models, it is necessary to benefit from the science of psychology which affects many economic, social and cultural factors due to human nature. With the synthesis of the science of economics with psychology, the rigid stance of mainstream economics is being flexed. Within this framework, a new and dynamic field emerges under the title of behavioral economics. In this study, the conceptual and theoretical framework of the Neo-Classical School, which is one of the schools that adopts mainstream economic theories, is examined. In the economic analysis of the neo-classical school, the relationship between the use of intensive mathematics and the science of economics which cannot be given up and the critiques on this subject are explained. The neo-classical School's strong names Marshall, Gossen and Jevons' work on consumer behavior are discussed. In the second part, the theoretical framework of the concept of behavioral economics, along with the emergence of this new field and the behavioral tendencies that occurred in the years when mainstream economic understanding prevailed. While the functioning of the decision mechanism of a rational consumer is explained with the help of models established in the context of behavioral economics, various factors affecting the decision-making process are emphasized. In the third and last part of this thesis, an application was made with a survey study in Kocaeli. Consumption trends of consumers living in this province under the criterion of married and single consumer will be explained. While the main point of this investigation is the marital status, the personal and social factors affecting consumption behavior are also examined. As a result of this survey conducted on the consumption habits of married or single consumers, it is determined that married and single consumers have different consumption trends.

Keywords: Behavioral Economics, Rational Behavior, Single and Married Consumer

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

SİMGELER

- a : Arpa
e : Ekmek yapımı
MRS : Marjinal İkame Oranı
 MU_e : Ekmeğin Marjinal Faydası
 MU_y : Hayvan yeminin Marjinal Faydası
MU : Marjinal Fayda
 p_i : x_i sonucunun gelme olasılığı
 P_e : Ekmeğin fiyatı
 P_y : Hayvan yeminin fiyatı
TU : Toplam Fayda
 $u(X_i)$: X_i sonucu elde etmenin faydası
y : Hayvan yemi

KISALTMALAR

- AÜ : Ankara Üniversitesi
IBM : International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri)
İİBF : İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
MEB : Milli Eğitim Bakanlığı
SPSS : Statistical Package For The Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
UK : United Kingdom
USA : United States of America

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Toplam Fayda ve Marjinal Fayda.....	11
Tablo 2: Eski Davranışsal İktisat Okulları'nın Temsilcileri ve Çalışma Konuları ...	27
Tablo 3: İlk Çerçeveleme Etkisinin Örneği.....	29
Tablo 4: İkinci Çerçeveleme Etkisinin Örneği.....	30
Tablo 5: Dörtlü Model Beklenti Teorisi.....	33
Tablo 6: Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları	46
Tablo 7: Katılımcıların yaşa göre dağılımları	46
Tablo 8: Katılımcıların eğitim düzeyine göre dağılımları.....	46
Tablo 9: Katılımcıların mesleklerine göre dağılımları	47
Tablo 10: Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları	47
Tablo 11: Katılımcıların sahip oldukları çocuk sayısına göre dağılımları	47
Tablo 12: Katılımcıların yaşadıkları semtlere göre dağılımları	48
Tablo 13: Katılımcıların aylık gelirine göre dağılımları	48
Tablo 14: Katılımcıların alışveriş yapma sıklığına göre dağılımları.....	48
Tablo 15: Kolmogorov-Smirnov Testi.....	49
Tablo 16: Anket sorularının medeni duruma göre ortalama ve standart sapmaları ..	51
Tablo 17: Güvenilirlik Testi.....	52
Tablo 18: Likert Soruların Ortalama Varyans ve Crocbach' Alpha değerleri	53
Tablo 19: Hipotezler.....	55
Tablo 20: Medeni duruma göre “alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı.	57
Tablo 21: Medeni duruma göre “satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	58
Tablo 22: Medeni duruma göre “İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	59
Tablo 23: Medeni duruma göre “Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	60
Tablo 24: Medeni duruma göre “Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	61
Tablo 25: Medeni duruma göre “Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı	62

Tablo 26: Medeni duruma göre “Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	63
Tablo 27: Medeni duruma göre “Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	64
Tablo 28: Medeni duruma göre “Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	65
Tablo 29: Medeni duruma göre “Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim” ifadesine verilen cevapların dağılımı	66
Tablo 30: Medeni duruma göre “Alışverişimi spontane yaparım” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	67
Tablo 31: Medeni duruma göre “Mağaza düzeni alışveriş kararında etkilidir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	68
Tablo 32: Medeni duruma göre “Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	69
Tablo 33: Medeni duruma göre “Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir” ifadesine verilen cevapların dağılımı	70
Tablo 34: Medeni duruma göre “En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	71
Tablo 35: Medeni duruma göre “En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	72
Tablo 36: Medeni duruma göre “En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	73
Tablo 37: Medeni duruma göre “Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur” ifadesine verilen cevapların dağılımı	74
Tablo 38: Medeni duruma göre “Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	75
Tablo 39: Medeni duruma göre “Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	76
Tablo 40: Medeni duruma göre “İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	77
Tablo 41: Medeni duruma göre “Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yaparım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	78

Tablo 42: Medeni duruma göre “Semt pazarından alışveriş yapmam” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	79
Tablo 43: Medeni duruma göre “Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım” ifadesine verilen cevapların dağılımı	80
Tablo 44: Medeni duruma göre “Her zaman organik gıdayı tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı.....	81
Tablo 45: ANOVA Testinin Hipotezleri.....	82
Tablo 46: Likert Soru Ortalama Hipotezlerinin Testi	82



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Azalan Marjinal Fayda	11
Şekil 2: TL Başına Marjinal Faydanın Eşitlenmesi	13
Şekil 3: Tüketimde Etkinlik.....	26
Şekil 4: Genel ekonomik model ile beklenti teorisinde fayda değerinin kayıp/kazanç ile karşılaştırılması.	31
Şekil 5: GÜdülenme	40
Şekil 6: Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	41



GİRİŞ

İktisat temel inceleme alanı olarak bireyi esas alan sosyal bir bilimdir. Geleneksel anlayış iktisadi hayatın temel odak noktası konumundayken yıllar geçtikçe kabul gören varsayımların yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Ana akım iktisat teorilerini savunan Neo-klasik Okul'un en önemli varsayımlarından biri olan rasyonalite kavramı farklı açılardan irdelenmeye başlanmıştır. Rasyonel davranan birey her zaman fayda maksimizasyonu yapmaktadır. Neo-klasik Okul iktisadi olay ve olgularda bireyi sadece kendi menfaatleri doğrultusunda hareket eden akılcı ve bencil olarak tanımlayan "homoeconomicus" tanımını yapmaktadır. Bireyi tüm tercihleri ile ilgili tam bilgiye sahip olup, daima tutarlı ve çoğu aza tercih eden ve birçok seçenek arasından en optimal olanı seçme kabiliyetine sahiptir. Neo-Klasik Okul iktisadi analizlerde yoğun bir matematik kullanımını öngörmektedir. Matematiksel ifadelerin ve denklemlerin iktisadi analiz için kullanılması nesnel bir yargı oluşturma çabasıdır.

İktisat biliminin tek başına varlığını devam ettiremeyeceği birçok iktisatçı tarafından ortaya konulmaktadır. İktisatçılar farklı bilim dalları ile iktisat arasında bir etkileşimin olması gerektiğine vurgu yapmaktadırlar. Bu çerçevede iktisat, insanı temel alan bir bilim olduğu için psikoloji biliminden yararlanması gerekmektedir. İktisat ve psikoloji arasında bu etkileşim sonucunda ve rasyonel birey kavramının sorgulanmaya başladığı yeni bir çalışma alanı ortaya çıkmaktadır. Davranışsal iktisat, 1958 yılında Neo-klasik Okul'a karşı psikolojik açıdan eleştiriler getirmeye başlamış ve bireylerin her zaman rasyonel davranmadığı yönünde yaklaşımlar geliştirmeye başlamıştır.

Bu çalışma davranışsal iktisat perspektifinde bekâr ve evli tüketicilerin tüketim anlayışları arasında bir farklılık olup olmadığını saptamak için yapılmaktadır. Bekâr ve evli bireylerin tüketim sırasında rasyonel mi irrasyonel mi davranışlar sergilediği incelenmektedir. Medeni durumun değişmesi tüketim alışkanlıkları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bu çalışma literatür ve anket uygulamasından oluşmaktadır. Literatür çalışması içinde birinci bölümde Neo-Klasik Okul'un kavramsal ve teorik çerçevesi altında, iktisat ile matematik arasındaki ilişki üzerinde durulduktan sonra Neo-klasik Okul'un en önemli temsilcilerinden Alfred Marshall, Hermann Heinrich Gossen ve William Stanley Jevons 'un tüketim anlayışları açıklanmaktadır. İkinci

bölümde iktisat bilimi içerisinde yeni ve dinamik bir çalışma alanı olan davranışsal iktisat kavramı, davranışsal iktisadın ortaya çıkış süreci ve gelişimi ve rasyonellik kavramını esnekletiren sınırlı rasyonalite ve davranışsal iktisatçıların sınırlı rasyonalite modelleri açıklanmaktadır. Çağdaş anlamda tüketimi etkileyen faktörler üzerinde durulmaktadır. Üçüncü bölümde Kocaeli ilinde medeni durumun satın alma karar mekanizması üzerindeki etkisi analiz edilerek, araştırmanın amacı, yöntemi ve örnekleme üzerinde durulduktan sonra istatistiksel analiz çerçevesinde çeşitli bulgular elde edilmiştir. Kocaeli ilinde yaşayan bekâr ve evli tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını test eden bu anket çalışması iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümdeki sorular katılımcıların demografik özelliklerinin tespit edilebilmesi için hazırlanmıştır. İkinci bölümde ise 5'li likert ölçeği kullanılarak sorular oluşturulmuştur. Anketin ölçek güvenilirliğinin olduğu tespit edildikten sonra Kocaeli ilinde yaşayan 406 katılımcı ile yüz yüze görüşülerek anket gerçekleştirilmiştir. Anket sonucu elde edilen veriler IBM SPSS 25.0 (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı) üzerinden analiz edilmiştir. Demografik verilerin dağılımı çeşitli tablolar halinde verilmiştir. Uygulanacak olan testlerin seçilebilmesi için Kolmogorov-Smirnov testi uygulanarak normal bir dağılımın olduğu tespit edilmiştir. Bunun sonucunda medeni duruma göre t-testi yapılarak baz alınan sorular için korelasyon değerleri saptanmıştır. Kocaeli ilinde yaşayan evli ve bekâr bireylerin tüketim alışkanlıklarının incelenmesi noktasında yapılan anket sonucu elde edilen ölçeklerin ortalamaları ikiden fazla grup ile karşılaştırıldığında ANOVA testi ile inceleme yapılmaktadır. Harcamalar içerisinde en çok kozmetik ürünlerine ayırırım hipotezine evli tüketicilerin rasyonel kararlar aldıkları tespit edilirken; bekâr tüketicilerin irrasyonel davranışlar sergilediği görülmektedir. En fazla çocuğum ihtiyaçları için alışverişe çıkarm hipotezine evli tüketiciler irrasyonel kararlar alırken; bekâr tüketiciler rasyonel davranmaktadır. Yalnız alışveriş yapmayı severim hipotezine evli tüketiciler katılmazken; bekâr tüketiciler bu ifadeyi doğrulamaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

1.1 NEO-KLASİK İKTİSAT

Neo-klasik iktisat, ana akım iktisadın onarılmış bir versiyonudur. İktisat literatürü içerisinde hâkim iktisadi anlayış olan Neo-klasik ekol, sahip olduğu ilkeler ve ekonomik analizleriyle günümüzdeki iktisadi anlayışın mihenk taşı durumundadır. Neo-klasik ifadesi ilk olarak 1900 yılında Veblen tarafından “İktisat Biliminin Önyargıları (Preconceptions of Economic Science)” adlı makalesinde kullanılmıştır. Bu makalede Veblen neo-klasik iktisadı şu şekilde açıklamaktadır. Klasik İktisat Okulu’nun modernize edilmiş versiyonu ve Marshallgil ekonomik görüşlerin menfi bir karşılığı olduğunu ifade etmektedir (Veblen, 1900: 261).

Bu ekolü meydana getiren birçok kavram bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi bireydir. Aynı zamanda birey Neo-klasik iktisadın yöntemlerinden birini oluşturmaktadır. Diğerisi ise, sosyal yapılardan ve tarihsel koşullardan esinlenerek hareket etmeyi ve bireyi bunların pasif bir yansıması olarak görmeyi gerektirir (Acar, 2005: 42). Birey iktisadi bir karar alırken “rasyonel” davranmalıdır. Neo-klasik iktisadi düşünce akılcı karar verebilen bireyi kendisine konu edinmektedir. Tüketiciler her zaman faydalarını maksimize etmektedir. İktisat literatürüne bakıldığında “rasyonel birey” ifadesi kavramsal olarak bir karşılık bulmaktadır. Çokça tartışmalara konu olan bu kavram “homoeconomicus”tur. Neo-klasik iktisatçılar, akılcı ve kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden bireylerden oluşan bir toplum tasarlamaktadır. Bazı iktisatçılar bu anlayış ile bireyi, dolaylı olarak da toplumu bencil bir yapı içerisine çekip, bu topluluğun hegemonyası altında bir güç oluşturulduğunu ifade etmektedirler.

Neo-klasik ekolün ilerlemesinde hesaplamalardaki nesnellik açısından fizikçilerin, matematikçilerin ve mühendislerin anlamlı bir şekilde katkıları olmuştur (Durusoy, 2008: 11). Bu çerçevede matematik, başlı başına Neo-klasik ekol için vazgeçilmez bir unsur olmaktadır. Ayrıca iktisadi sorunları açıklama kabiliyetine göre bu ekolün kullandığı en önemli yöntem haline gelmektedir. Neo-klasik iktisatçılar iktisadi analizler yaparken tamamen matematiksel denklemler üzerinden gitmeleri, sosyal bir varlık olan bireyi incelerken salt düşünce kalıpları arasında sıkışıp kalmalarına neden olmaktadır. Matematiği iktisadi analizlerde kullanmak kaçınılmazdır ama duygu ve düşünce dünyası üzerinde hakimiyet gücü olan bir bireyin son derece kalıplaşmış

denklemler içerisinde rahatça davranabilmesi mümkün değildir. Neo-klasik iktisat, varsayımları ve iktisadi olaylara uyguladığı analizlerle literatürde genel kabul görmüş bir okul olma özelliğine sahiptir. Bu okulun birçok varsayımı bulunmaktadır. Çalışmamıza konu olan rasyonalite kavramı çerçevesinde bu varsayımlar maddeler halinde açıklanacaktır.

1.2 NEO-KLASİK İKTİSADIN TEMELLERİ

1.2.1 Metodolojik Bireycilik

Metodolojik bireycilik, bireyden yola çıkılarak toplumu ifade etmek olarak tanımlanmaktadır. Birey ve toplum doğru orantılı bir şekilde çalışmaktadır. Çünkü bir toplumu meydana getiren bireyler topluluğudur. Bu nedenle iktisadi olaylar bireyler dikkate alınarak incelenmektedir. Bu model Robinson Crusoe örneğine dayanmaktadır (Guerrien, 1999: 8-9). Neo-klasik iktisatçılar, bu yöntemin iktisadi gerçekliği açıklamak için uygun olan tek yöntem olduğunu iddia ederler.

Birey bir toplumu var eden, ona anlam katan olmazsa olmaz bir unsurdur. Neo-klasik ekol, bireyin faydacı davranışlarının topluma da fayda sağlayacağını, bireyin öz çıkar yasası gereği kendi menfaatini ön planda tutmasının toplumun da menfaatine olduğunu öne sürmektedir. İktisadi açıdan ben merkezli bir birey anlayışı kavramsal olarak “homoeconomicus” olarak ifade edilmektedir. İktisadi menfaatine yönelik, tüm düşünce ve davranışlarını ekonomik çıkarları üzerinde düzenleyen bir insan modelidir. Neo-klasik iktisadın temel varsayımlarından biri olmakla birlikte iktisadın sosyal bilimlerden ayrılıp, pozitif bilimlere olan geçişini sağlayan en önemli kavramlardandır (Demirel ve Artan, 2016:4).

Homoeconomicus olan bir birey; kişisel çıkarları doğrultusunda hareket eder. Karşı karşıya kaldığı opsiyonlar arasından rasyonel davranarak kişisel faydasını maksimum etmeye çalışır. Tercihlerini özgür bir şekilde gerçekleştirir ve herhangi bir zorluk ile karşı karşıya kaldığında buna tepki gösterir. Yaptığı tercihler kesinlikle birbiriyle zıt durumda değildir. Homoeconomicus tutarlı olmayı gerektirir. Neo-klasik ekolde iktisadi taraflar arasında ekonomik olarak her türlü bilgiye ulaşmak mümkündür. Bilgiye ulaşmak son derece kolay olmaktadır. Bir homoeconomicus’un sahip olduğu bu özellikler bireyin toplumda kendini var edebilmesi için sahip olması gereken temel özelliklerdir.

1.2.2 İktisadi Rasyonellik

Rasyonalite ya da rasyonel bir davranış bir insanın eylemine, inançlarına, arzularına atıf yapmaktadır (Audi, 2001: 62-63). Rasyonel, rasyonalist, rasyonalizm ve rasyonalite kavramlarının etimolojik kökeni araştırıldığında hepsinin tek bir sözcükten türetildiği görülmektedir. Latince “ratio” (rasyo) kelimesinden türetilen bu kavram ilk olarak Öklid’in kitabında kullanılmıştır. Ancak buradaki anlamı hesaplama veya sayma şeklinde ifade edilmiştir. Ratio, kökensel olarak çok geniş bir perspektife sahiptir (Kırmızıaltın, 2017: 20-21).

Rasyonellik bireyin faydasını maksimum kılacak seçeneği diğerlerine tercih etmesiyle oluşturduğu davranış biçimidir. Simon, bu konuyu bir örnek ile açıklamaktadır. Gece uyumadan önce kitap okumanın rasyonel bir davranış olup olmadığını sorgulamaktadır. Birey gece kitap okuduğunda elde ettiği faydanın, uykusuz kaldığında oluşan zarara göre daha fazla olduğu sonucunu çıkarmaktadır. Çünkü birey rasyonel davranarak kendisine maksimum düzeyde fayda sağlayacak seçeneği tercih etmektedir (Simon, 1978: 2). Birey tam aksi bir şekilde davranıp, uykudan elde ettiği faydanın kitap okumaktan elde ettiği faydadan daha yüksek olduğunu düşünüyorsa kitap okumak yerine uyumayı tercih edecektir. Hangi davranışın rasyonel olduğu üzerinde bir yorum yapılacak olursa bunun kişiden kişiye farklılık göstereceği sonucuna varılmaktadır.

Bazı görüşlere göre rasyonellik kavramının altında yatan birtakım unsurların olduğu ifade edilmektedir. Bireylerin sahip olduğu inançlar, hayatı boyunca yaptığı istekler ve aldığı kararlar bu üç unsuru oluşturmaktadır. Hamlin’e göre; sahip olduğu inançların oluşturduğu bütüne inanç rasyonelliği, bireyin isteklerine ulaşmak için en uygun araçları kullanmasına araç rasyonelliği ve isteklerinin uygunluğu gerçekleştirilmesinin mümkün olduğu bütüne de amaç rasyonelliği olduğunu ifade etmektedir (Hamlin, 1986: 12-15).

İktisadi Rasyonellik, iktisat modellerinin yapısını oluşturan varsayımların başında gelmektedir. Neo-klasik iktisatla birlikte benimsenen rasyonellik varsayımı, birçok iktisat teorisinin de oluşturulmasına öncülük etmiştir. (Yalçın, 2012:8). Bu varsayımın temeli klasik iktisat okulunun öncüsü olan Adam Smith dönemine kadar uzanmaktadır. Smith’e göre insanlar ticaret yaparken duygularına göre hareket etmez ve rasyonel davranırlar. İktisadi rasyonellik kavramı içerisinde bireyin duygularına, manevi düşüncelerine yer yoktur. Özellikle 20.yüzyıl iktisat dünyasında hakimiyet kuran Neo-

klasik okul, iktisat rasyonalite ve nesneliliğin modellere yansımaları başarılı bir şekilde ortaya koymaktadır. İktisadi rasyonellik zaman ilerledikçe farklı kavramlara evrilmiştir. Teknolojinin ve sanayinin gelişimi ile birlikte bu kavram rasyonel seçim veya rasyonel aktör ifadeleriyle literatüre sunulmaya başlanmıştır. Toplum içerisindeki rasyonel aktörlerin aldığı akılcı kararlar üzerinde kendi bilişsel duygu ve düşünce yapıları rol oynamamaktadır. İktisadi rasyonellik, bireylerin davranışlarını incelerken her bireyin davranışını aynı kabul etmektedir. İnsanlar aynı toplum içerisinde yaşamalarına rağmen sergiledikleri davranışların aynı ölçüde değerlendirilmesi iktisat teorilerinde kabul görse de gerçek yaşamda bunun kabul edilebilirliği tartışmalara konu olmaktadır. Örneğin, bir ücret karşılığı çalışan arkadaşınıza hiçbir menfaat beklemeden sadece ona yardımcı olmak için onun işini yapmanızı veya yolda kaza geçiren bir hayvanı görüp onun tüm tedavi masraflarını üstlenip onunla ilgilenmenizi iktisat teorileriyle açıklamak mümkün değildir.

1.2.3 İktisat ve Nesnel Analiz

Sınırsız ihtiyaçların kıt kaynaklar ile karşılanması kabulünü gören hâkim iktisadi anlayışta yapılan analiz türleri rasyonalite kavramı çerçevesinde meydana gelmektedir. Nesnel analiz tekniği bireyin kendi değer yargısını katmadan somut olan değişmez kalıplar üretmektedir. Mantıksal analizin hüküm sürdüğü çalışmalarda bir yandan da incelemeyi yapan birey için kolaylık arz etmektedir. Çünkü salt kalıplar içerisinde hiçbir öznel ifadenin yer almadığı sonuçlar tartışmaya da açık değildir. Bu durum analizi yapan kişinin matematiksel ifadeleri de kullanarak ulaşılması daha kolay sonuçlar elde etmeye sevk etmektedir. Ana akım iktisat teorileri içindeki Neo-klasik ekol hüküm sürdüğü dönemlerde insanın akılcı bir varlık olmasını ve bu doğrultuda aldığı kararları rasyonel davranarak verdiği kanaatinde olduğu için yapılan iktisadi analizlerin akıl ve mantık silsilesi içinde olduğu bir gerçektir. Bu çerçevede toplumda salt düşünce kalıplarının etrafında oluşturulan iktisat teorileri için hiçbir öznel yargıya yer verilmemektedir. Neo-klasik öğretisi sadece bireylerin rasyonel olduğu düşüncesi ile kendini var ettiği için oluşturduğu varsayımlar eleştirilerin odak noktası oldu.

1.3 NEO-KLASİK İKTİSAT VE MATEMATİK İLİŞKİSİ

İktisat bilimi ile matematik arasında inkâr edilemez bir ilişki bulunmaktadır. Ortaya konulan teoriler, varsayımlar ve bu varsayımlar sonucu elde edilen çıkarımlar

matematik yardımıyla oluşmaktadır. Matematiğin iktisat içindeki kullanımı çok önem arz etmektedir. İktisat bilimine marjinalist devrim ile giren matematik kendini birçok okulda da hissettirmeye başlamıştır. Alman Tarihçi Okulu, teorilerin veriler aracılığıyla belirlenebildiğini savunurken, marjinalistler ve birçok Neo-klasik iktisatçı matematiksel ifadelerle açıklanan yasaları iktisadi hayata katmıştır. Farklı düşüncelere sahip iktisatçılar ortaya çıktıkça matematik iktisat bilimi içerisinde sorgulanmaya başlanmaktadır. Avusturya Okulu mensupları, Marksist iktisatçılar ve Post-Keynesyen gibi okullar matematiğin iktisat biliminde kullanılmasını eleştirmektedirler. 2000'li yıllarda bazı üniversitelerde bu konuyla ilgili öneriler oluşmuştur. İktisat içindeki aşırı matematik kullanımı şiddetle protesto edilmektedir. İktisat biliminin matematik ile olan ilişkisinin azaltılıp, yerine sosyal bilimler ile olan ilişkilerin artırılması gerektiğine vurgu yapılmıştır (Ardıç, 2004: 25).

1.3.1 Matematiksel İktisada Yapılan Eleştiriler

Matematik ve istatistiksel tekniklerin kullanımı iktisat biliminin başlangıcı olarak kabul edilen Adam Smith dönemine kadar uzanmaktadır. 1940'lı yıllarda savaş sonrası dönemde matematik ve istatistik iktisat teorilerini açıklamada sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır (Rotwein, 1966: 102). 1980 sonrası dönemde matematiğin çok fazla kullanımı eserlerde görülmektedir. İktisat bilimi matematiksel ifadelerin yoğun kullanımı sonucu bilimsellik kazanacağı düşünülmektedir. Bu sebeple kurulan modellerde aşırı bir matematiksel yoğunluk söz konusudur (Durusoy, 2008: 15).

İktisat biliminde matematik kullanımı birçok iktisatçı tarafından eleştiri oklarının hedefinde olmuştur. Yapılan eleştiriler çeşitli yönlerden değerlendirilmektedir. İlk olarak oluşturulan matematiksel denklemlerde birtakım sorunlar meydana gelmektedir. Denklemler için toplanan verilerin ne şekilde elde edildiği çok önemlidir. Bunun yanında toplanan verilerin uygun iktisadi süreçlere katılmaması matematiğin düzgün işletilememesine yol açmaktadır. İkincisi, kullanılan matematiksel denklemlerin veya istatistik verilerin iktisadi gerçekliği açıklamada geçerli olup olmadığı sorgulanmaktadır (Demir, 1995: 65).

İktisadi olaylar incelenirken yararlanılan matematiksel ifadelerde birtakım problemler oluşmaktadır. Matematiksel denklemlerin kurulmasında yapılan hatalar iktisadi analizlerin yanlış sonuçlar doğurmasına yol açmaktadır. Bununla birlikte kullanılan denklemler ile yapılan iktisadi olaylarla aynı doğrultuda olmazsa doğru ve

gerçek sonuçlar elde edilememektedir. Matematik ile elde edilen sayısal verilerin iktisat teorisine entegre edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, kantitatif çalışmaların bilimsel olarak açıklanabilmesi tartışılmaktadır. Yıllar önce bu durum daha teoride kalırken, günümüz çağında yapılan incelemeler ve analizler sonucunda kendine uygulama alanı yaratmıştır. İktisatçılar arasında matematiğin bu denli aşırı kullanımı, genel çerçevede iktisat biliminin matematikten ibaret olduğu düşüncesini yaratmaktadır (Pehlivanoglu ve Şenveli, 2019: 198).

Matematiksel denklemlerin aşırı kullanımı nedeniyle iktisatçılar iki opsiyon arasından seçim yapmak zorunda kalmaktadır. Bir yanda aşırı matematik kullanımı ile analizin birçok sayısal veri arasından (bazı durumlarda gerçeği dahi yansıtmayabilen) tahminler yapmak, bir yanda da iktisadi bazı gerçekler matematik diline dökülmediği için analizin dışında bırakılarak devam etmek gibi araştırmacıyı zorlayıcı iki durum söz konusudur. İktisatçı hangi seçeneği tercih ederse etsin iktisadi analizin önünde bir engel teşkil etmektedir (Acar, 2005: 69-70).

Neo-klasik iktisatta matematik yoğunluğu tartışmalarına Wassily Leontief de katılmıştır. İktisadi meselelerdeki problemlerin çözüme kavuşturulması için kullanılan bilimsel verilerin yeterli olması gerektiğini savunmaktadır. İktisat biliminin matematiğin alt bir dalı olarak görülmesinin yanlış olduğuna dikkat çekmektedir. İktisadi modellemelerin bilimsel açıdan gerçekliğin sorgulanabilmesi için matematiği vazgeçilmez olarak görmektedir (Görün, 1979: 45 ; Durusoy, 2008: 13).

Özellikle bu dönüşümde ağırlıklı olarak etkisi daha çok olan Neo-klasik iktisadı, gerçekleri açıklamaktan uzak kaldığı yönünde eleştirilere maruz bırakmıştır. Öyle ki eleştirilere niceliksel iktisatçı olan W. Leontief de katılmıştır. Leontief iktisadi sorunlar karşısında eldeki bilimsel araç ve gereçlerin yetersiz olmasını önemli bir eksiklik olarak görmüş ve iktisadın sadece matematik model kurma işinden ibaret hale geldiğini düşünmüştür. Bu durum matematik modellerin, içsel tutarlılığı sağladığı sürece modelin geçerliliğinden şüphe edilmemesine yol açmış ve modellerde kullanılan varsayımların ampirik olarak sağlam olup olmadığı göz ardı edilmiştir (Görün, 1979: s.45).

1.4 NEO-KLASİK İKTİSATTA TÜKETİM ANLAYIŞI

1.4.1 Alfred Marshall'ın Rasyonel Tüketim Tercih

İktisat bilimi, insanoğlunun sınırsız ihtiyaçlarını, var olan sınırlı kaynaklarla elde edilen mal ve hizmetler ile karşılanması anlayışına dayanmaktadır. Bu nedenler tüketim ve tüketim ile alakalı bütün konular iktisat biliminin konusu durumundadır. Tüketici kendisine maksimum düzeyde fayda sağlayan mal ve hizmetleri tercih etmektedir (Tarı ve Pehlivanoglu, 2007: 192-193). Bu noktada Alfred Marshall'ın tüketim tercihinin açıklanması yerinde olacaktır.

Çağının en etkili iktisat teorisyeni olan Alfred Marshall [1842–1924], Neo-klasik Okul'un en önemli temsilcilerinden biridir. Marshall'ın iktisat literatürüne çok önemli katkıları bulunmaktadır. Bunlardan birincisi “Marjinal Fayda” kavramıdır. Bir tüketici birçok seçenek arasından sadece bir tercih yapacaksa rasyonel hareket etmesi gerekmektedir. Kişiyeye göre hangi seçenektan en yüksek fayda düzeyini sağlıyorsa onu seçmek tüketici için rasyonel bir harekettir. Marshall bir örnek üzerinden hem marjinal faydayı hem rasyonel tüketici seçimini açıklayabilmektedir. Marshall'a göre; rasyonel bir tüketici bir ürün için satın alma kararını gerçekleştirirken çeşitli varsayımları göz önünde bulundurmaktadır.

- ❖ Bir malın fiyatı düşerse o mala olan talep artar.
- ❖ Bir malın ikamesi var ise; ikame malın fiyatı artarsa mala olan talep artar.
- ❖ Bir malın tamamlayıcısı var ise; tamamlayıcı malın fiyatı düşerse mala olan talep artar.
- ❖ Tüketicinin gelir düzeyinin yükselmesi (giffen ve düşük mal hariç) malların talebini arttırır.
- ❖ Bir malın üretebilmesi için ham maddeye ihtiyaç vardır. Ham maddenin fiyatlarının yükselmesi nihai malların da fiyatlarının yükselmesine neden olmaktadır (Çubukçu, 1999: 79 ; Çekiç, 2016: 27).

Marshall'ın rasyonel tüketim tercihi modeli çerçevesinde yapılan birtakım eleştiriler de bulunmaktadır. Tüketicilerin davranışlarını etkileyen birtakım faktörlerin (kültürel, sosyal ve psikolojik faktörler) modele katılmayıp yok sayılması eleştirilmektedir. Tüketicilerin rasyonel davranabilmeleri için Neo-klasik Okul'un da öngördüğü gibi sahip olunması gereken tam bilgi varsayımının her tüketici tarafından sağlanmasının mümkün olmaması da eleştirilerden bir tanesidir. Alfred Marshall'ın

marjinal fayda kavramına dayandırdığı rasyonel tüketim tercihi dayanıksız tüketim mallarında dayanıklı tüketim mallarına göre daha uygun ve geçerlidir.

Alfred Marshall Neo-klasik Okul'un taraftarlarından olmasına rağmen Neo-klasik Okul'a mensup diğer iktisatçılar gibi bencil bir tavır sergilememiştir. Bireylerin salt kalıplar içerisinde iktisadi kararlarını gerçekleştirmeleri yerine kültür ahlak gibi çeşitli sosyal faktörlerden etkilendiklerini savunmaktadır. Toplumsal yapıya vurgu yapan Marshall, revizyonist yapısıyla bireylerin tüketim tercihleri üzerinde marjinal faydaya dayalı bir analiz yaparak karar verdiklerini açıklamaktadır.

1.4.2 Hermann Heinrich Gossen 'in Tüketim Tercihi

Gossen [1810-1858], bireylerin her zaman rasyonel hareket ettiği düşüncesindedir. Bentham tarafından ortaya konulan zevk-zahmet ilkesini benimsemiş ve bireylerin faydalarını maksimumlaştırmanın yollarını aradığını belirtmiştir. Gossen bir kardinalist iktisatçıydı. Fayda düzeyinin ölçülebileceğini ve belirli bir değer atfedilebileceğini savunmaktadır. Geliştirdiği teorilerde matematiği oldukça sık kullanma taraftarındadır. Bu düşünce gereği "Matematik Ekolü" içerisinde kendine yer bulmaktadır. Gossen iktisat literatürüne kazandırdığı yasalar ile iktisat bilimin yönünü büyük oranda belirlemiştir. Gossen, "Gossen Kanunları" şeklinde ifade edilen tüketici dengesinin belirlendiği 3 yasayı geliştirmiştir (Adaçay ve İslatince, 2013: 132-133).

- ❖ Azalan Marjinal Fayda Kanunu
- ❖ Faydanın Maksimizasyonu (İhtiyaçların Optimal Dağılımı)
- ❖ Subjektif Değer Kanunu

1.4.2.1 Azalan Marjinal Fayda

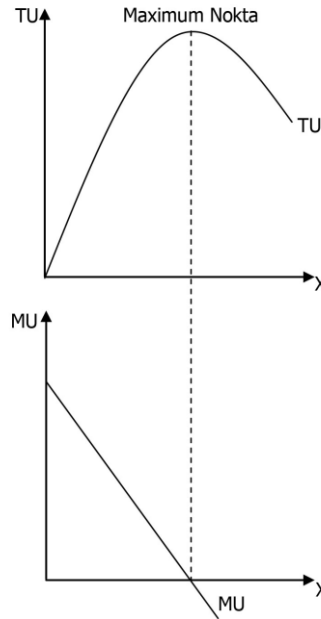
Marjinal Fayda Kanunu, Gossen'nin I. yasasıdır. Marjinal fayda kavramını analitik olarak kullanan ilk iktisatçı Gossen'dir. "Marjinal Fayda Genel Teorisi" bu çerçevede yaptığı en önemli çalışmasıdır. Azalan Marjinal Fayda yasasını "Doyan İstekler Yasası" şeklinde de ifade eden Gossen, bireylerin isteklerinin sınırsız olduğuna dikkat çekerken, istekler karşılandıkça azalma eğilimi içine girdiğini vurgulamaktadır. İstekler azalmaya başladıktan sonra belirli bir noktadan sonra sıfıra inmektedir. Ancak para gibi bazı isteklerin bu yasa çerçevesinde değerlendirilmesi mümkün olmadığından bütün istekler bu çerçevede değerlendirilmemektedir. Gossen, para

ihtiyacını bu yasanın dışında bırakmaktadır. Gossen istekleri giderme noktasında kullanılan malın değerini, ihtiyaç karşılanırken sağlanan tatmin düzeyinden belirlemektedir. Mal miktarı bir birim arttırıldığında meydana gelen tatmin düzeyi bir öncekine göre daha azdır. Gossen, azalan marjinal fayda kavramını aşağıdaki tablo yardımıyla açıklamaktadır:

Tablo 1: Toplam Fayda ve Marjinal Fayda

Tüketim Miktarı	Toplam Fayda	Marjinal Fayda
0	0	0
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4

Şekil 1: Azalan Marjinal Fayda



Şekil 1’de (ceteris paribus koşulu sağlanmak kaydıyla) bir tüketici tüketimi gerçekleştirirken bir birim mal miktarını arttırdığında önce toplam fayda düzeyi artmaktadır. Belirli bir noktada maksimum olduktan sonra toplam fayda düzeyi azalmaktadır. Toplam fayda eğrisinin altında marjinal fayda eğrisi, son birim ilave malın şiddetidir. Toplam faydanın maksimum olduğu nokta marjinal faydanın sıfır olduğu noktadır. Bu nokta doyum noktasıdır.

1.4.2.2 Fayda Maksimizasyonu

Fayda maksimizasyonu Gossen'nin II. yasasıdır. Rasyonel davranan bir tüketici tüketim kararını gerçekleştirirken edindiği maldan maksimum oranda fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Maksimum fayda düzeyini elde ederken paranın marjinal biriminden yararlanılmaktadır. Aşağıda bir örnek yardımıyla gösterilmektedir.

$$\frac{M_{Armut}}{P_{Armut}} = \frac{M_{Şeftali}}{P_{Şeftali}} = \frac{M_{Kiraz}}{P_{Kiraz}}$$

MU(Armut) armutun marjinal faydasını, MU(Şeftali) şeftalinin marjinal faydasını ve MU(Kiraz) kirazın marjinal faydasını göstermektedir. Bir tüketici 1 TL ile her maldan eşit miktarda marjinal fayda elde ettiği zaman toplam faydasını maksimum hale getirmiş olacaktır. Her üç meyveden elde edilen marjinal fayda eşit olduğu için tüketicinin toplam faydası maksimumdur. Bu şekilde denge sağlanmış olur. Tüketici meyvelerin herhangi birinden aldığı miktarlarda bir değişikliğe gidip toplam faydasını arttıramamaktadır.

Bir tüketici birden daha fazla bir mal tüketimi gerçekleştiriyorsa tüketici dengesi için birtakım varsayımlar geçerli olmaktadır. Bu varsayımlar aşağıdaki gibidir: (www.ekonomihukuk.com.tr 13.05.2019).

- ❖ Bir tüketici sahip olduğu gelirinin tamamı ile mal ve hizmet tüketimi yapmaktadır.
- ❖ Mal ve hizmetlerin fiyatları sabittir.
- ❖ Azalan marjinal fayda prensibi geçerlidir.
- ❖ Tüketici rasyonel davranmaktadır.
- ❖ Tüketicinin amacı fayda maksimizasyonu yapmaktır.

Tüketici dengesi bir tüketicinin tükettiği malların fiyatları, miktarları ve gelirene göre oluşmaktadır. Malların fiyatında, miktarda veya gelirden bir değişim meydana geldiğinde tüketici dengesi de değişmektedir.

Fayda maksimizasyonu ile en yüksek fayda düzeyine ulaşarak tüketici dengesinin bir koşulu sağlanmış olmaktadır. Tüketim yapan hanehalkı gelir kısıtı altında

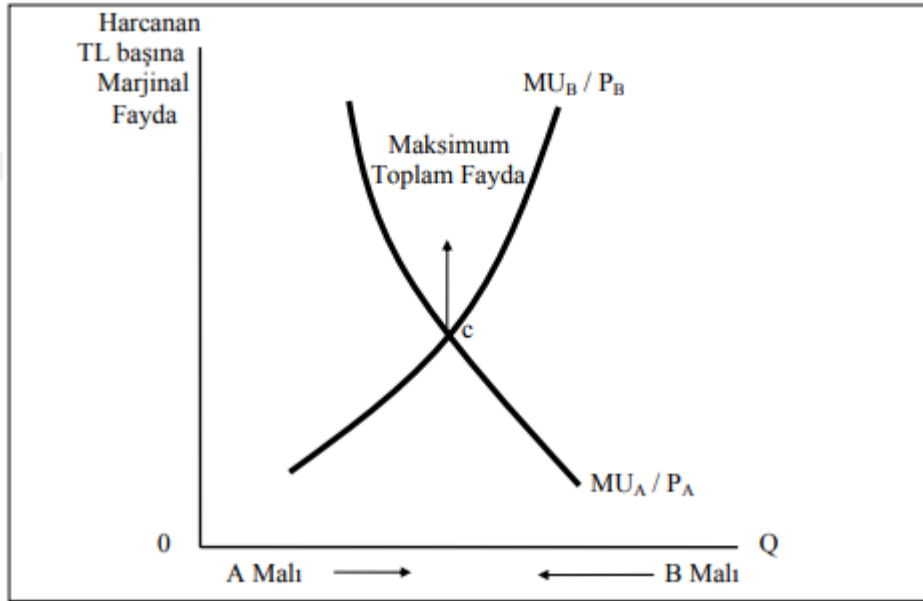
maksimum toplam fayda elde edecek şekilde gelir bölüşümünü gerçekleştirmektedir. Fayda maksimizasyonu yapabilmek için TL başına bulunan her malın fayda düzeylerinin eşit olması gerekmektedir. Bu durum marjinal analiz olarak adlandırılmaktadır (www.acikders.org.tr, 01.05.2019)

$$\text{Harcanan TL başına marjinal fayda} = \frac{\text{Malın Marjinal Faydası}}{\text{Malın fiyatı}}$$

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_B}$$

A ve B iki mal olsun. A ve B aşağıdaki eşitlik sağlandığında fayda maksimizasyonu gerçekleşmektedir (Şekil 2). A malının miktarı sağa doğru, B malının miktarı sola doğru artmaktadır. TL başına marjinal faydaların eşitlendiği yer c noktasıdır.

Şekil 2: TL Başına Marjinal Faydanın Eşitlenmesi



1.4.2.3 Sübjektif Değer Yasası

Sübjektif Değer Yasası Gossen'nin III. yasasıdır. Sübjektif değeri, bir malın doyunluk seviyesi ile açıklamaktadır. Mal doyunluk miktarından az olduğu durumda sübjektif değeri ortaya çıkmaktadır. Değer kavramı mal ile tüketici arasında oluşan öznel bir ilişkiden meydana gelmektedir. Tüketici bir mala değer anlamı yükleyebilirken, hiçbir anlam yüklemeyebilir. Malın değeri tüketicinin onun için attığı değere göre biçimlenmektedir. Gossen'nin üçüncü yasası olarak ifade edilen

Sübjektif Değer Kanunu, Ricardocu ve Marxçı anlayıştaki emek-değer prensiplerini de geçersiz hale getirmektedir (Bocutoğlu, 2016: 167-168).

1.4.3 William Stanley Jevons'un Rasyonel Seçim Teorisi

Jevons [1835-1882], iktisat bilimine birçok katkıları bulunmaktadır. Kendisinden önce Gossen'nin çalıştığı fayda kavramı, azalan marjinal fayda prensibi gibi konularda çalışmaları bulunmaktadır. Jevons rasyonel seçim teorisini marjinal fayda kavramı üzerinden ifade etmektedir. Bu teoriyi bir örnek yardımıyla açıklamaktadır:

Bir miktar arpanın ekme ve hayvan yemi olarak iki farklı şekilde kullanıldığı bir durumu varsaymaktadır. Ekmek yapımı için (e), hayvan yemi için (y) ve arpayı da (a) şeklinde göstermektedir. Bu çerçevede ($a=e+y$) eşitliği oluşmaktadır. Mevcut bütçe ile bir birey arpayı nasıl bir bölüştürme yaparak kullanacaktır? Bu aşamada üç durum söz konusudur.

- ❖ 1. Bütçenin tamamını ekme yapımı için ayırmak
- ❖ 2. Bütçenin tamamını hayvan yemi için ayırmak
- ❖ 3. Bütçenin bir kısmını ekme yapımı için, bir kısmını da hayvan yemi için ayırmak.

Tüketici bu üç durumdan birini seçmek mecburiyetindedir. Fiyatlar incelendiğinde; ekmeğin fiyatı (P_e), hayvan yeminin fiyatı ise (P_y)'dir. Marjinal faydaları incelendiğinde; ekmeğin marjinal faydası (MU_e), hayvan yeminin marjinal faydası (MU_y)'dir. Bu çerçevede rasyonel davranan bir tüketicinin bütçe kısıtı altında eşit marjinal fayda elde edebilmek için hem ekmekten hem de hayvan yeminden optimal miktarlarda tüketimini gerçekleştirmesi beklenmektedir. $(MU_e) / (P_e) = (MU_y) / (P_y)$ eşitliği sağlanmaktadır. Ekmekten ve hayvan yeminden elde edilen marjinal fayda düzeyleri birbirine eşittir. Bu teori Gossen'nin ihtiyaçların optimal dağılımı yasası ile aynıdır. Malların fiyatlarında birtakım değişiklikler meydana gelebilir. Hayvan yeminin marjinal faydası fiyata oranla yükselebilir. Rasyonel davranan bir tüketici daha fazla hayvan yemi satın alırken, daha az ekme tüketmektedir. Böyle bir noktada hayvan yeminin miktarı arttığı için marjinal fayda düzeyi azalacaktır. Ekmeğin miktarı azalınca marjinal faydası yükselecektir. Sonuç olarak mallar fiyatları çerçevesinde marjinal fayda düzeyleri belirlenecektir. Rasyonel

tüketim süreci bu şekilde tamamlanmış olacak ve tüketicinin tatmin düzeyi maksimum hale gelmiş olacaktır (Bocutoğlu, 2012: 143-144).

Jevons, çalışmalarında çok çarpıcı örneklere yer vererek teorilerini açıklamaktadır. Değer teorisini açıklarken inci örneğini vermektedir. Rasyonel davranan tüketicilerin incilerinden belirli fayda düzeyi sağladıkları için değerli taşlar olduklarını ileri sürmektedir. Değerli olan bu taşlar için emek faktörünün kullanıldığını vurgulamaktadır. (Bocutoğlu, 2012, ss.170-173).

Jevons'un azalan marjinal fayda prensibi Gossen'nin marjinal fayda yasası ile eşittir. Ancak Jevons faydanın ölçülebilir olduğu görüşünü savunmamaktadır. Ona göre fayda sıralanabilir bir özellik taşımaktadır. Jevons bir ordinalisttir. Analizlerinde fayda düzeyinin ölçülemez ama sıralanabilir olduğu görüşü çerçevesinde hareket etmektedir. Matematik kullanımına çok fazla önem verdiği için Jevons'un bir kardinalist olduğu da düşünülmektedir. Bir tüketici bir malı tüketirken, sağladığı fayda düzeyini karşılaştırabilir. (Bocutoğlu, 2012: 144-145).

İKİNCİ BÖLÜM

2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE TÜKETİM DAVRANIŞI

2.1 DAVRANIŞSAL İKTİSAT

Davranışsal iktisat, psikoloji ve iktisat bilimlerinin birbirleriyle harmanlanarak oluşturduğu yeni, multidisipliner bir çalışma alanıdır. Bireyler iktisadi bir karar alırken her zaman rasyonel davranmamaktadırlar. İktisadi analizlerde meydana gelen bu sapmaların dayanağı psikoloji biliminin iktisat bilimi ile bir sentez oluşturduğu kanaatine dayanmaktadır. Bireyler bir yatırım kararı aldığında veya tasarruf yapma eğilimi içerisinde olduklarında, ana akım iktisadın öngördüğü rasyonel bir birey gibi hareket etmeyebilirler. Bu noktada bireylerin karar süreçleri üzerinde duygusal kararlar aldıkları ve birtakım aktivitelerden etkilendikleri ortadadır (Kurtoğlu, 2016: 30-32 ; Kitapçı, 2017: 89).

İnsan her zaman anlaşılması çok zor bir varlık olmuştur. İnsan davranışları çok değişken ve karmaşıktır. Günlük yaşantımızda insanlarla olan ilişkilerimizde birçok faktör etken olmaktadır. Bireyin sosyal yaşantısı, kültürel çevresi, psikolojik durumu bunların hepsi bireyin karar mekanizmasını çok ciddi şekilde etkilemektedir. İktisadi kararlar verirken de her zaman akılcı davranmanın doğru olduğu söylenebilir mi? Bu sorunun cevabı muhtemelen çoğu insan için “hayır”dır. Çünkü insanlar birer robot değildir. İnsanların duyguları, hisleri ve düşünceleri vardır. Bunlara göre hareket etmektedirler. Aynı zamanda iktisat teorilerinin bakış açısını değiştiren yeni bir akım kazandıran bir ekoldür.

Davranışsal iktisat, Loewenstein ve Camerer’ e göre “özünde inanç olan ve gerçekliği artıran psikolojik temellere dayalı ekonomik bir analizle, saha olaylarında daha iyi tahmin yaparken teorik bakış açısı oluşturan ve daha iyi düşündüren bir politikadır” (Camerer ve Loewenstein, 2002: 2). Davranışsal iktisat, Neo-klasik okulunun temel varsayımlarının yıkılmaz olduğu düşüncesini ortadan kaldırmaktadır (Kahneman, 2003: 162). Böylelikle iktisat dünyasına yeni bir soluk getirmektedir. Davranışsal iktisat, iktisadi karar verme süreci içerisinde bireyin duygularını bu sürece dahil ederek hareket ettiğini söylemektedir.

İktisat teorisi içerisindeki azalanlar verimler kanunu, fırsat maliyeti psikolojinin de inceleme alanına girmektedir. Birey yaşamı boyunca birçok seçenek arasından tercih

yaparak karar almaktadır. İstedikini seçerken, ortada olan diğer alternatiflerden vazgeçer. Örneğin, birey iş tercihi yaparken, zamanını yönlendirme konusunda farklı alternatifler arasından karar verirken veya hayat arkadaşını seçerken diğer potansiyellerinden vazgeçer (Ruben, 2013: 76).

2.1.1 İktisat ve Psikoloji İlişkisi

İktisat ve psikolojinin bilim dünyasına kazandırdığı birtakım ortak kavramlar bulunmaktadır. Bunlar: psikolojik hazcılık, fırsat maliyeti ve azalan verimler kanunu olarak ifade edilmektedir. İktisat ve psikoloji arasındaki ilişki felsefeye dayanmaktadır. Her iki bilim dalı da psikolojik hazcılık kavramı altında “faydacı felsefe”ye katkı da bulunmuştur. Psikolojik hazcılık geleneksel iktisat teorisinin temelini oluşturmaktadır. İktisadi bir karar verme noktasında veya günlük hayatta karşılaşılan herhangi bir konuda birden fazla seçenek arasından tercih edilmeyen seçenek fırsat maliyetini oluşturmaktadır. Bir üretim veya tüketim sürecinde, ilave edilen her bir birimin toplam da meydana getirdiği etki “marjinal fayda” olarak ifade edilmektedir. İktisat literatürü incelendiğinde psikoloji ile iktisat bilimleri arasındaki sistematik ilişki ilk defa 1981 gündeme gelmiştir. Journal of Economic Psychology isimli bir dergi yayınlanmaya başlamıştır. Bu dergi, iki bilim dalı arasındaki ilişkiyi açıkça ortaya koymaktadır ve güçlendirmektir. Bu dergi aynı zamanda her iki disiplinin de oluşturduğu yaklaşımlarda birbirlerinden daha fazla yararlanmasını hedeflemektedir.

İktisat bilimi, sınırsız olan insan ihtiyaçlarının dünya üzerindeki sınırlı olan kaynaklar ile karşılanması olarak ifade edilmektedir. İktisadın içinde barındırdığı en temel birim insandır. İnsan sosyal bir varlık olduğu için hiçbir zaman içinde bulunduğu toplumdaki ayrı düşünülemez. İktisat bilimine kendini adayan bireyler çoğunlukla kıtlık üzerinde çalışmaktadır. Onların karar alma kavramının temelinde psikolojik faktörlerin etkili olduğu yadsınamaz bir gerçektir. İktisat bilimi psikoloji gibi birçok bilim dalı ile etkileşim halinde olmaktadır. İnsanı konu alan iktisat bilimi ile insan psikolojisi arasındaki etki çerçevesinde bakıldığında 20.yüzyıl başlarında iktisat bilimindeki psikoloji vurgusu azalmaya başlamıştır. Hatta bazı iktisatçılar bu ilişkiyi reddetmektedirler. Bu reddedişin altındaki temel sebep, iktisadın somut, gerçeklerle açıklanabilen ve matematiksel ifadeler ile kanıtlanabilen analizler temelinde kurulmuş olmasıdır. Edgeworth, Walras gibi iktisatçılar bireylerin davranışlarında meydana

getirdiği tepkisel güçleri incelerken, Lionel Robbins ortaya koyduğu “rasyonel tercih teorisi” ile iktisada başka bir çerçeveden bakmaktadır. İktisadi davranışlar üzerinde bu teori ile rasyonel davranan ve tam bilgiye ulaşma gücüne sahip olduğunu bilen bir insan modeli karakterize etmektedir (Robbins, 2007). Dönemin iktisatçıları iktisat bilimini doğa bilimleriyle örtüştürmeye çalışsa da psikoloji bilimi kendini bu ortamda hissettirmeye başlamıştır. Psikoloji bilimine bu denli mesafeli durmalarının sebebi de psikolojinin bir temelini olmadığı düşüncesidir. Bu nedenle Jeremy Bentham’ın haz ile ilgili olan görüşleri kabul edilmemektedir. Ancak 20.yüzyılda Irving Fisher ve Vilfredo Pareto gibi iktisatçılar geniş bir spekülasyon yaparak psikoloji hakkında görüşlerini paylaşmışlar. John Maynard Keynes, piyasada meydana gelen aksaklıkların rasyoneliteden uzak davranışlar sebebiyle oluştuğunu ve bu yüzden iktisadi karar süreçlerinde psikolojinin etkisinin çok önemli olduğuna vurgu yapmaktadır (Akerlof, 2001).

2.2 DAVRANIŞSAL İKTİSADIN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ

İktisat ve psikoloji arasındaki ilişki 20.yüzyılın ortalarında tekrar hareketlenmeye başlamıştır. Bu hareketliliğe sebep olan en önemli isimlerden biri ise Herbert Simon’dur. İktisat, işletme, sosyoloji ve siyaset gibi pek çok alanda araştırmalar yapan Simon erken dönem davranışsal iktisadın ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Simon 1978 yılında Nobel ödülüne layık görülmüştür. Sınırlı rasyonellik ve karmaşıklık gibi kavramları davranışsal iktisat başlığı altına kazandırsa bile bu disiplin adı altında kendine önemli bir konum elde edememiştir (Simon, 1955: 113). Davranışsal iktisadın ortaya çıkışı çok yeni bir dönemi işaret etmemektedir. Bu ortaya çıkış süreci incelendiğinde klasik iktisadın hüküm sürdüğü döneme kadar gidilebilmektedir. Klasik iktisat savunucularından Adam Smith, Jeremy Bentham ve David Hume meydana gelen iktisadi olayları tahlil ederken psikoloji bilimini kullanarak bireylerin karar mekanizmalarını açıklamışlardır (Eser ve Toingonbaeva, 2011: 289).

Yirminci yüzyılın başlarında Neo-klasik iktisatçılar, psikolojinin iktisat bilimi içerisine girmesinin mevcut teoriler üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabileceğini ifade etmişlerdir. Bu sebeple psikolojik faktörleri göz önünde bulundurmadan analiz yapmışlar. Sonuç olarak, rasyonelitenin dışına çıkmayan bu çerçevede bir bilim yaratmaya çalışmışlardır. Daha sonra Irving Fisher ve Vilfredo Pareto iktisadi

incelemelerinde bireylerin duygularına yer vermeye başlamışlardır (Cameer ve Loewenstein, 2004: 6).

İktisadi incelemelerinde iktisat ve psikoloji sentezi yapan diğer bir iktisatçı ise John Meynard Keynes'tir. Keynes iktisat yazını içerisinde en temel eseri olan “ The General Theory of Employment, Interest, and Money” adlı eserde davranışsal iktisat dünyasına önemli katkılarda bulunmuştur. Ona göre, ordinalizmden iki farklı yolla sapma meydana gelmektedir. İlk olarak, gerçek davranışın beklenen fayda modeli ile ifade edilemeyeceği, diğeri ise davranışın nedeni ile ilgili düşüncesidir (Agner ve Loewenstein, 2006: 18).

Günümüze daha yakın bir dönemde bu konuda çığır açmış isimlerden biri, Daniel Kahneman'dır. 2002 yılında Nobel ödülü kazanan Daniel Kahneman bireylerin her zaman rasyonel davranamayacağı hipotezini kanıtlayarak yaptığı araştırmaları sayesinde bu ödülü almaya hak kazanmıştır. Ona göre, kişiler her zaman rasyonel davranmadığı gibi hane halklarının risk altındayken veya bir belirsizlik söz konusu olduğunda rasyonalite özelliklerini yitirmektedirler (Kahneman ve Tversky, 1979: 263). Amos Tversky ve Daniel Kahneman yeni davranışsal iktisat başlığı altında çok önemli katkılar yapmışlardır. Kahneman, California Üniversitesi'nde doktorasını tamamlarken, Tversky psikoloji doktorasını Michigan Üniversitesi'nden almıştır. Davranışsal iktisat çalışmalarından önce her ikisi de beklenen fayda ve Bayes teoremi üzerinde incelemelerde bulunmuştur. Yeni davranışsal iktisat Tversky ve Kahneman ile geleneksel davranışsal iktisattan (erken dönem) ayrılmaktadır. Erken dönemdeki varsayımlar, neo-klasik iktisadi anlayışın benimsediği varsayımları kabul etmeyip kesin bir dille reddetmektedir. Erken dönem davranışsal iktisat farklı modeller arayışındadır. Yeni davranışsal iktisat anlayışında, var olan modeller kullanılarak çeşitli kısıtlamalar altında sapmaların ortaya çıktığı varsayımları incelenmektedir (Ruben ve Dumludağ, 2015: 43).

Kahneman ve Tversky önce rasyonellik kavramına değinmişlerdir. Analizlerine rasyonellik varsayımı ile başlamışlar. Sonra yeni modeller kurmayıp var olan modeller üzerine kısıtlamalar koyarak analizlerini ortaya koymaktadırlar. Bu çerçevede gerçekleştirilen yöntem “kısıtlı rasyonellik” olarak ifade edilmektedir. Bu anlayış standart bir ekonomik modele yakınsamaktadır. Böylelikle pek çok iktisatçı psikoloji bilimini iktisat bilimi ile bütünleştirmeye çalışmıştır (Kahneman, 2003). 1974 yılında

Kahneman ve Tversky önemli çalışmalarını bilimsel dergilerde yayımlamaya başlamışlardır. Science Dergisi'nde belirsizlik, Econometrica Dergisi'nde beklenti teorisi üzerine bir risk durumu oluştuğunda karar alma süreci üzerinde çalışılmıştır. Bu makalede bir belirsizlik durumu altında bireyin karar alma sürecini işletirken duygusal, hissel ve rasyonel olmayan özelliklerin etkili olduğu görülmektedir. Aynı makalede beklenti teorisi, beklenen fayda teorisine tepki olarak ortaya çıkmıştır. Beklenti teorisinin oluşturduğu varsayımlarına göre her bir bireyin meydana gelen kayıplara ve kazançlara yönelik oluşturduğu tavrın birbiriyle aynı olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu noktada davranışsal finansın gelişmesine katkıda bulunulmuştur (Ruben ve Dumludağ, 2015: 44).

Davranışsal iktisat alanında yapılan incelemelerde bireylerin eş kayıp ve kazanç olasılıklarına verdikleri tepkiler farklıdır. Bir risk durumu altında finansal piyasalarda meydana gelen kâr veya zarar durumunda “tasarruf etme” davranışlarının nedenlerini ortaya koymak davranışsal iktisadın alanına girmektedir. Finansal piyasalarda kullanılan “kayıptan kaçınma” kavramı nispi gelir hipotezinin kurulmasına dayanak olmuştur. Bu hipoteze göre bireyler sahip olduğu sosyo-kültürel özelliklerini başka bireylerle kıyaslamaktadırlar. Elde edilen sonuçlara göre, kendisinden daha iyi bir konuma sahip olan bireylerin kendi mutluluğunu olumsuz yönde etkide bulunduğu fakat daha kötü durumdaki bireyler ile bir kıyaslamaya girildiğinde kişinin kendi mutluluğu üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir (Kahneman ve Tversky, 1984; Tversky ve Kahneman, 1991). Kahneman ve Tversky deneysel analizler ile davranışsal iktisadın gelişmesine katkıda bulunmuşlar. İnsan davranışları üzerinde etkili olan psikolojik faktörleri araştırmışlardır. Kahneman aynı zamanda mutluluk ekonomisine dair önemli katkılar yapmıştır. Mutluluğun fayda ölçümü yerine kullanılan güçlü bir kıstas olduğu görüşüne sahip birçok iktisatçıyı, bireyler arasında bu kıstasın mukayese edilebilir olması sebebiyle bu alanda çalışmalar yapmaya itmektedir. Mutluluk fayda yerine kullanılan bir ölçüm haline gelmektedir (Frey ve Stutzer, 2002). Bu alanda çalışma yapan iktisatçı sayısında önemli artışlar meydana gelmiştir. Richard Thaler, Colin Camerer, Maathew Rabin ve George Loewenstein davranışsal iktisada katkı yapan en önemli iktisatçılardır (Ruben ve Dumludağ, 2015: 45-46). 1980 yılından sonra bu alanda birçok yayın yapılmaya başlanmıştır. Bunun için önce “Society for the Advancement of Behavioral Economics” topluluğu kurulmuş. Daha sonra “Journal of Economic Behavior and Organization” adlı dergi

çıkmaya başlamış. İktisatçılar düzenli olarak bu dergide yayın yapmaya başlamıştır. Bu yeni çıkan dergilerin yanında iktisat literatüründe olan birkaç önemli dergi de davranışsal iktisat bağlamında yayın yapmışlardır. “Quarterly Journal of Economics” davranışsal iktisat dalına özel bir baskı çıkarmıştır (Camerer ve diğerleri, 2004). Rabin “psikoloji ve iktisat” başlıklı makalesini farklı bir dergide yayınlamıştır (Rabin, 1998).

1999 yılında dünyanın en iyi üniversitelerinden biri olan Harvard Üniversitesi’nde Andrei Shleifer’e John Bates Clark ödülü verildi. Bu ödülü Amerikan Ekonomi Birliği’nin Nobel almaya haz kazanabilme potansiyeline sahip iktisatçılara verdiği çok önemli bir ödüdür. Shleifer bu ödülü, rasyonelite ve fiyat farklılaşması gibi kavramları eleştirerek davranışsal finans alanındaki çalışmaların önemli olduğuna vurgu yapmaktadır (Shleifer, 2000).

Davranışsal iktisat alanında yaptığı katkılardan dolayı 2017 yılında Nobel Ekonomi ödülüne layık görülen isim Amerikalı ekonomist Richard Thaler’dır. Thaler’ın çalışmasının içerisinde sınırlı rasyonellik, sosyal tercihler ve irade eksikliği gibi kavramların kişisel kararlar ve piyasa üzerindeki etkileri ve bu etkileri meydana getiren sebepler açıklanmaktadır. İsveç Kraliyet Bilimleri Akademisi tarafından yapılan açıklamaya göre; bireysel kararların psikolojik ve ekonomik analizler arasında bir köprü görevi gördüğü ifade edilmiştir.

2.2.1 Klasik İktisat Döneminde Davranışsalıcılar

İktisat ve psikoloji arasındaki tarihsel ilişki klasik ekolün hüküm sürdüğü dönemde yeşermeye başlamıştır. İktisadın ana damarlarından biri olarak kabul gören Adam Smith, en önemli eserlerinden biri olan Ulusların Zenginliği adlı eserinde insan psikolojisi ile ilgili düşüncelerini belirtirken, bir başka eseri olan Ahlaki Duygular Kuramı’nda da bu konu üzerindeki fikirlerini dile getirmektedir (Dumludağ ve Ruben, 2015:4). Ancak Adam Smith’in kendisinden önce 1705 yılında Bernard Mandeville tarafından kaleme alınan Arılar Masalı adlı eserden etkilendiği ve Ahlaki Duygular Kuramı’nı bu eserde çizgisinde kaleme aldığı bir gerçektir. Bernard Mandeville’nin Arılar Masalı adlı çalışması masal özelliği gösteren bir yapıttır. İngiltere’deki bir arı kovanının içindeki hayatı konu edilmektedir. Bu kovanda ahlaksız davranışlar süregelmiş ve her arı birbirini kandırmaktadır. Kovandaki arıların hepsi lüks harcamalara çok önem vermektedir. Eserin sonunda yapılan bu kötülükler son bulmamaktadır ve arıların hepsi bencil bir şekilde hayatlarını sürdürmektedir.

Mandeville, insan davranışlarının temelini bencillik duygusu ile açıklamaktadır (Ruben, 2013: 31).

2.2.1.1 Adam Smith ve Ahlaki Duygular Kuramı

Adam Smith 1759 yılında kaleme aldığı Ahlaki Duygular Kuramı eseriyle duygu kavramının nasıl oluştuğunu ortaya koymaktadır. Bireylerin sahip olduğu manevi düşünce kalıpları başka bireylerin mutluluğuna hizmet ettiği yargısını açıklamaktadır. Bireyler, bu duyguları (acı veya sevinç) paylaşma veya sahip olunan bu duygulara başka bireyleri ortak etme eğilimi içerisine girmektedir. Ayrıca bireyin başkaları tarafından beğenilmesinin kendisine iyi hissettirildiğine de değinilmektedir. Bu düşünce “kendini sevme” kavramı ile ifade edilmektedir. Adam Smith’in bu eserini kaleme alırken, Bernard Mandeville’nin çokça tartışılan Arılar Masalı’nda bencilliği mutluluk duygusu ile kıyaslayan bir yapı bulunmaktadır. Bireyin mutlu olabilmesinin koşulu olarak bencilce davranışlar sergilemesi gerektiği üzerinde durulmaktadır. Bu tarz bencil davranışlar neticesinde bundan toplumun da olumlu bir şekilde etkilenebileceği çıkarımı yapılmaktadır. Bernard Mandeville bireylerin davranışlarını onların bencil ve menfaatçi düşüncelerinin şekillendireceğini ifade etmektedir. Adam Smith bu davranış ile toplum içerisindeki konumumuzu göstereceğini belirtmektedir. Aynı zamanda Smith’e göre birey iyi olan her şeyi herkesin gözü önünde sergilemekten çekinmezken kötü olan her şeyi saklama çabası içerisinde olduğunu ifade etmektedir (Ruben, 2013: 31).

Adam Smith’in ifade ettiği gibi:

“Doğa onlara (zenginlere, güçlülere) boyun eğilmesini, onların karşısında titremeyi ve onların yücelmiş konumları karşısında diz çökmeyi, gülümseyişlerini her türlü hizmetin ikamesi olacak bir ödül ve onların hoşnutsuzluklarından en ağır küçük düşme olarak sanki daha korkunç bir kötülük yokmuş gibi kaçınılmasını öğretirdi” (Smith, 2002: 64).

Adam Smith’e göre doğa, zenginlerin(güçlülerin) var olmasını ve fakirlerin ise onları kıskanmasını istiyor. Böylelikle bireyler sahip olduklarından daha fazlasını isteyecekler ve hırslanacaklardır. Bu hırstan da toplum fayda sağlayacaktır (Aktaş, 2015). Adam Smith yazdığı “Ahlaki Duygular Kuramı” adlı eseri ile günümüzdeki davranışsal iktisadın perspektifinde incelenen en önemli yaklaşımlardan biri olan

“kayıptan kaçınma” ile örtüşmektedir. Bu çerçevede Adam Smith yıllar sonrasına atıf yapmaktadır. Birey iyi bir konumdan kötü bir konuma geçtiği zaman veya düştüğü zaman ortaya çıkan üzülmeye, bu durum tam tersini aksettirdiğinde, kötü bir konumdan iyi bir konuma geçişte yaşanan sevinçten daha fazladır (Camerer ve Loewenstein, 2004: 5). Çok şaşırtıcı bir konudur ki Ahlaki Duygular Kuramı yayınlandıktan kısa bir süre sonra iktisat için çok önemli bir konuma sahip olan eser “Ulusların Zenginliği”nde bu konudan bahsedilmemektedir. Bu eserde Adam Smith, bireyin öz çıkarları peşinde koşma eğiliminde olduğunu vurgu yapmaktadır (Buğra, 1995: 101-102).

2.2.1.2 Jeremy Bentham ve Faydacı Yaklaşım

İktisat, ortaya koyduğu anlayışla bireysel menfaati her şeyin üzerinde tutan bir insan modeli ortaya koymaktadır. Jeremy Bentham kitabında bireysel faydanın ne olduğunu açıklayan birtakım yargılar ortaya koymaktadır. Yaratılan bu insan modeline psikolojik olarak bir haz meselesi çerçevesinde yaklaşılmaktadır. Haz meselesi ya da hedonizm şeklinde kavramsallaştırılan bu eylem, bir bireyin yaptığı bütün eylemlerinde karşılaştığı acıları bir kenara bırakıp hazzı ulaşma çabası içine girdiği bir anlayıştır. Jeremy Bentham’a göre psikolojik hazcılığın altında yatan iki duygu bulunmaktadır. Haz ve acı yönetimi faydacı yaklaşımın temel yapıtaşlarını oluşturmaktadır (Ulaş, 2002:648). Psikolojik hazcılık iktisat tarihi içerisinde doktrinlerin temeli olan geleneksel anlayışının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu kavram, her insanın faydasını en üst seviyeye getirmesini ve zararını en alt seviyede tutmasını ve bunun sonucunda toplumun faydasının da artacağını belirtmektedir.

Jeremy Bentham’ın psikolojik hazcılık üzerine oluşturduğu yaklaşımlar iktisadın temel özelliklerini de ortaya çıkarmaktadır. İnsanın bencil bir varlık olduğunu ve kendi menfaatlerini ön planda tutup ona göre davrandığı varsayımını ortaya çıkarmaktadır. İnsan sosyal bir varlıktır. Bütün durumlarda akılcı davranmaktadır. Sonuçları kendi faydasını maksimum yapacak şekilde düzenlemektedir. Fayda maksimizasyonu iktisadi insanın en temel özelliğidir.

İnsan hayatı boyunca karşılaştığı problemleri kişisel çıkar güdüsüyle çözmeye odaklanmaktadır (Irzık ve Buğra, 1998: 35). İktisat bilimindeki rasyonalite (akılcılık) kavramı ile Mandeville’nin akılcılık kavramı birbirinden farklıdır. Mandeville’ye göre insan mutlak anlamda bencil bir varlıktır. Ancak akılcı davranışlar ile bu bencillikten

kurtulabilmektedir. Geleneksel iktisada göre, böyle bir durum söz konusu değildir. İnsan her şeyden önce kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir ve fayda maksimizasyonu yapmaktadır. İktisada göre, akılcılık bencilliğin bir basamağıdır (Ruben, 2013: 35).

2.2.2 Neo-klasik İktisat Döneminde Davranışsalcılar

Carl Menger, Neo-klasik dönemin en önemli iktisatçılarından biridir. “Ekonomi Bilimi’nin Temelleri” adlı çalışmasıyla iktisat bilimine büyük bir katkı sağlamaktadır. Menger, iktisadi sorunların temelini psikoloji kaynaklı olduğunu savunmaktadır. Marjinal fayda analizini geliştirmiştir. Carl Menger birçok iktisatçı gibi bir değer teorisi oluşturmuştur. Ona göre değer teorisini oluşturan faydadır. Bir değer için ölçülmesinin sübjektif olduğunu vurgulamıştır. Bir malın değerinin kişiden kişiye değişeceğini söyleyen Menger, değer üretimi maliyeti ile bir ilişkisinin olamayacağını ifade etmektedir. Teorilerinde bireylerin davranışsal anlamda sergiledikleri tavrı hazcı ve psikolojik temellere dayandırmaktadır (Bocutoğlu, 2016: 173).

Neo-klasik iktisat savunucularından Alfred Marshall (1842-1924) da teorilerinde psikolojik yönlü çalışmalara yer vermiştir. “İktisadın İlkeleri” çalışmasında iktisat biliminin tanımı için iki farklı şekilde değerlendirmektedir. Biri, iktisat için yapılan genel bir tanımlama olan servet inceleme bilimidir. Diğer tanımlama ise insanı inceleme bilimidir. İnsan üzerinde çeşitli psikolojik araştırmaları bulunmaktadır. İnsanı “karmaşık makine” olarak nitelendiren Marshall iktisadi karar birimlerinin özellikleriyle tanımladığı makine kavramını özdeşleştirmektedir (Matsuyama, 2009: 2).

2.2.2.1 Irving Fisher ve Davranışsal İktisat

Irving Fisher [1867-1947], Neo-klasik ekole yaptığı katkılarla adından söz ettirse de o dönemde ortaya koyduğu çalışmalarıyla modern rasyonalite hakkında görüşlerini açıkça belirtmektedir. Rasyonel seçim, iktisadi karar verme süreci ve pazar dengesi gibi teorileriyle Richard Thaler tarafından döneminin davranışsalcısı olarak nitelendirildi. Fisher geliştirdiği teoriler ile birlikte iktisadi analizlerde veri toplama teknikleri ile ilgili farklı yöntemlerin kullanılması gerektiğine değinmektedir. Ayrıca bireylerinin davranışlarına dikkat edilmesi ile rasyonelliğin yetersizliği

açıklanmaktadır. Disiplinler arası bilgi aktarımının olduğu dönemde psikolojinin göz ardı edilmesinin imkânsız olduğu görüşündedir. Fisher'ın bu görüşleri Richard Thaler'in dikkatini çekmektedir ve ona davranışsal iktisatçı deme ihtiyacını hissetmiştir. Fisher, "Para Yanılgısı ve Faiz'in Teorisi" adlı çalışmalarıyla iktisat bilimine farklı kavramlar kazandırmıştır (Thaler, 1997: 439).

Fisher, para yanılgısı kavramı ile farklı bir bakış açısı geliştirmiştir. Bireyler paranın üzerinde yazan değeri ile (nominal değer), enflasyondan arındırılmış değeri (reel değer) arasındaki farkı bilmemektedirler. Bu sebeple bir yanılgıya düşmektedirler. Fiyatlar genel düzeyinde meydana gelen bir değişikliğin satın alma gücü üzerinde bir etkiye sahip olamayacağı düşüncesi, para yanılgısının ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Sadece fiyatlar genel düzeyi ile alakalı düşünceler değil, döviz kurlarında meydana gelen değişikliklerin de satın alma gücü paritesi üzerinde bir etkiye sahip olamayacağı görüşünde olan bireyler para yanılgısına düşmektedirler. Fisher bireylerin bugün veya daha sonraki yıllarda yapacakları tüketimlerini bugünkü veya gelecekteki bir gelir kısıtı altında gerçekleştirdiklerini ifade etmektedir. İstekleri doğrultusunda zaman özgürlüğüne sahip bireyler tüketimlerini istedikleri zaman gerçekleştirebilirler. Fisher zaman tercihi teorisi ile beklentilerin ve alışkanlıkların tüketim üzerinde etkili olduğunu açıklamaktadır (Thaler, 1997: 440 ; Eser ve Toigonbaeva, 2011: 292).

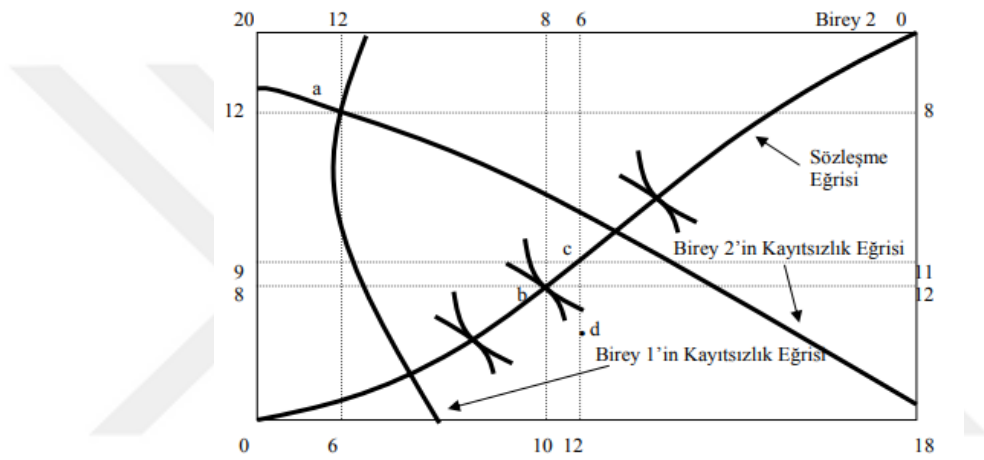
2.2.2.2 Vilfredo Pareto ve Davranışsal İktisat

Vilfredo Pareto [1848-1923], Neo-klasik okula; refah teorisi, subjektif değer teorisi, pareto etkinliği gibi önemli teorileri kazandırmasının yanında iktisat bilimini sosyal faktörlerin etkisinden kurtarmıştır. Bu sebeple rasyonel birey ifadesi Pareto'nun çok sık kullandığı ve desteklediği bir kavram olmuştur. Deney ve gözlemin iktisadi analizlerde kullanılan önemli araçlar olduğuna dikkat çekmektedir (Albayrak, 2003: 38-39). Bireylerin mevcut durumlarının daha iyi bir hal alabilmesi için ortaya koyduğu "Pareto Etkinliği" kavramı ile üretimde, tüketimde ve hem üretim hem de tüketim de etkinliğin olabirliğini açıklamaktadır.

Tüketici etkinliği, anlaşma eğrisi üzerinde $MRS_1 = MRS_2$ (marjinal ikame oranı) olduğu noktalarda gerçekleşmektedir. (Şekil 1). Bu noktalar dışında etkinlik olmamaktadır.

A noktasında $MRS_1 = -4/1$, $MRS_2 = -3/1$ dir. $MRS_1 > MRS_2$ 'dir. B noktasında, her iki kişi için de daha büyük kayıtsızlık eğrilerine geçmek olanaklıdır. Anlaşma eğrisi, bütün tüketim etkin noktaların birleştiği eğridir. Kayıtsızlık eğrilerin türevlerinin eşit olduğu eğridir. Anlaşma eğrisi üzerinde birinin durumu kötüleşmeden, diğer kişinin durumunun iyileşmesi (faydanın artması) söz konusu değildir. Tüketim teorisinde kullandığı kayıtsızlık eğrilerini üretim teorisinde de kullanmıştır.

Şekil 3: Tüketimde Etkinlik



2.2.3 Eski Davranışsal İktisat

Birinci Nesil Davranışsal İktisat olarak da adlandırılan eski davranışsal iktisat 20.yüzyılda ortaya çıkan ve ana akım iktisadın varsayımlarını kabul etmeyen bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Ortaya koydukları teorileri psikoloji temeline dayandıran Eski davranışsal iktisatçılar insan davranışları üzerinden elde ettikleri bulgular ile araştırmalarını gerçekleştirmektedir. Ancak kurdukları modeller iktisat bilimine pek bir katkı sağlayamamıştır (Sent, 2004: 742 ; Şeniğne, 2011: 41).

Eski davranışsal iktisatçılar aklın insan davranışları üzerindeki etkilerine odaklanmamaktadır. Ana akımın (geleneksel iktisat) varsayımlarına karşı geliştirdikleri psikolojik temelli teorileri iktisat literatürüne kazandırmaktadırlar. Eski davranışsal iktisat temsilcileri dört okul etrafında toplanmaktadır (Sent, 2004: 740; Tepeler, 2017: 29). Aşağıdaki tabloda eski davranışsal iktisatçıların mensubu olduğu okullar ve değindikleri konular gösterilmiştir.

Tablo 2: Eski Davranışsal İktisat Okulları'nın Temsilcileri ve Çalışma Konuları

Okullar	Temsilcileri	Çalışma Konuları
Carnegie Okulu	Herbert Simon , Richard Cyert ve James March	Sınırlı Rasyonelite, Firma Davranışları, Simülasyon ve Tatmin
Michigan Okulu	George Katona	Makro Ekonomik Konular Tüketici Davranışları Firma Davranışları,
Oxford Okulu	Andrews , Lamberton, Malmgren ve Richardson	Belirsizlik Koordinasyon
Stirling Okulu	Neil Kay , John Suttan Peter Earl	Eklektizm Entegrasyon

Yukarıda ismi geçen, farklı okulların mensupları olan eski davranışsalcılar çalıştıkları konular itibariyle birbirlerinden farklılık göstermektedir. Ancak buldukları ortak payda ise, ana akımın rasyonel birey modeline karşı psikoloji ve duygusal faktörlerin çalışmalara entegre edilmesini savunmalarıdır. Bireylerin davranışlarının incelenmesiyle ve çeşitli analitik araçların yardımıyla modeller oluşturmaya çalışan eski davranışsalcılar, bu modelleri deneysel yasalara dayandırmaya çalışmaktadırlar (Ruben ve Dumludağ,2015:42).

Carnegie Okulu'nun en önemli temsilcisi Herbert Simon'dur. Simon davranışsal iktisat alanına çok önemli katkılarda bulunmuştur. Yapılan analizlerin sınırlı rasyonellik ve karmaşıklık bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Simon'un düşüncelerinden sınırlı rasyonellik kavramı davranışsal iktisadın temelini oluşturmaktadır. Eski davranışsal iktisat döneminde ortaya konan bu kavram neo-klasik iktisatçılar tarafından iyi karşılanmadığı için asıl değerini kazanamamıştır (Ruben ve Dumludağ, 2015a: 7-8).

Michigan Okulu'nun en önemli temsilcilerinden biri George Katona'dır. Makro iktisadın inceleme alanına giren enflasyon konusuna dair çalışmaları bulunmaktadır. Yaptığı çalışmalarda enflasyon tahmini yaparken, beklentilerin etkili olduğuna vurgu yapmaktadır (Katona, 1947: 454-459 ; Çekiç, 2016: 66-67).

Oxford okuluna dahil olan iktisatçılar belirsizlik, koordinasyon gibi kavramların çok öneminden bahsederken, Stirling okulunun savunucuları ise eklektizm ve entegrasyona yönelik çalışmalar yapmışlardır (Toigonbaeva ve Eser, 2011: 296).

2.2.4 Yeni Dönem Davranışsal İktisat

1970’li yıllardan itibaren davranışsal iktisat için yeni gelişmelerin yaşandığı önemli adımların atıldığı bir dönemi işaret etmektedir. Bu dönemde davranışsal iktisat denildiğinde akla ilk gelen iki önemli isim çalışmalarına başlamıştır. Bu isimler Daniel Kahneman ve Amos Tversky’dir. Eski davranışsalcıların Neo-klasik akımı kabullenmeyişi onlar farklı yorumlamaktadırlar. Bu nedenle davranışsal iktisatta eski ile yeni ayrımı mevcuttur. Eski davranışsalcılar Neo-klasik iktisatçılar tarafından kabul gören varsayımları kabul etmezken, yeni davranışsalcılar Neo-klasik ekol çerçevesinde yeni bir iktisat yaratma çabası içerisine girmişlerdir. İktisat literatürü incelendiğinde yeni davranışsal iktisat savunucularının benimsediği anlayış gitgide güçlenerek varlığını sürdürmektedir Kahneman ve Tversky üç ayrı dönemde çok güçlü çalışmalara imza atmışlar. Bunlardan birincisi “Science” dergisindeki yayımladıkları makaledir. 1974 yılında yayımlanan bu makalede açıklanan konu, bir belirsizlik ortamında kişilerin karar mekanizmasının işleyiş şekli incelenmiştir. Kümülatif olasılık teorisi olarak geliştirilen bir modelleme belirsizlik durumlarında geçerlidir (Tversky ve Kahneman, 1992: 297-323). Aynı dönemde, Econometrica adlı dergide “Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Alma” isimli makaleyi hazırlamışlardır. (Ruben ve Dumludağ, 2015b: 43-44).

İkinci olarak geliştirdikleri kavram çerçeveleme etkisidir. Çerçeveleme etkisi, soruluş tarzları farklı olmak kaydıyla, kişilerin aynı sorulara farklı yanıtlar vererek incelemeye olan etkilerini göstermektedir (Kitapçı, 2017: 10). Sağlık alanında yapılan çalışmalarda çerçeveleme etkisinin önemi aktarılmaktadır. Karar çerçeveleriyle birey sorulan sorular sonucunda önce seçenekleri değerlendirir daha sonra karar mekanizmasını işletir. Her bireyin yaşamı farklı olduğundan sorulara verdikleri cevaplar da farklıdır. Bazı şartlar altında bireyin kararları üzerinde değişiklikler meydana gelmektedir. Örneğin risk veya belirsizlik durumu altında birey daha çekinceli davranabilmektedir. Ayrıca bireyin verdikleri kararlar ortaya çıkacak kayıp ve kazanç durumuna göre de değişiklik göstermektedir. (Türkmen vd.,2012:7). Amerika Birleşik Devletleri’nde birçok insanın hayatına mâl olabilecek bir salgın ile

İlgili iki farklı tedavi hazırlanmıştır. Bu çalışmanın amacı Yeni Davranışsal İktisat savunucularından Tversky ve Kahneman'ın (Asya Hastalığı) isimli çalışması hakkındadır. Yapılan iki tedavi programı aşağıdaki gibidir:

- ❖ Çerçeveleme etkisi olumlu olarak yapılan katılımcılar için; birinci planın onaylanması halinde 200 insanın yaşayacağı, ikinci planın onaylanması halinde %33 olasılıkla 600 insanın yaşayacağı, %67 ihtimalle hiç kimsenin yaşayamayacağını bildirmiştir. Katılımcılar iki plan arasından %72'si birinci planı tercih ederken, geri kalan katılımcılar ikinci planı seçmiştir.
- ❖ Çerçeveleme etkisi olumsuz olarak yapılan katılımcılar için; birinci plan kabul görürse 400 insan hayatını kaybedecek. İkinci plan kabul görürse %33 ihtimalle kimse ölmeyecek veya %67 ihtimalle 600 insan hayatını kaybedecek. Bu sonuca göre katılımcıların çoğu ikinci planı tercih etmişlerdir (Türkmen vd.,2012:8).

Çerçeveleme etkisini incelemek için kanser hastalarının hangi tedavi yöntemlerini seçmesiyle alakalı bir deney yapılmıştır. Aşağıdaki tabloda hastalara sunulan tedavi yöntemleri ve iyileşme süresi bilgileri verilmiştir.

Tablo 3: İlk Çerçeveleme Etkisinin Örneği

Toplam Hasta Sayısı (100)	Tedavi Yöntemi	İyileşme süresi	İyileşen Hasta Sayısı
90	Cerrahi Müdahale (Sonrası)	5 yıl	34
100	Radyoterapi	5 yıl	22

Yapılan deneysel çalışmaya göre; ilk çerçevede etkisine bakıldığında cerrahi müdahale sonrasında 100 hastadan 90 hastanın yaşadığı ancak müdahaleden 5 yıl sonra 3 hastanın yaşamına devam ettiği katılımcılara söylenmektedir. Diğer taraftan radyoterapi alan 100 hastanın müdahale sırasında 100'inin de yaşadığı ancak 5 sene sonra iyileşen hasta sayısının 22 olduğu katılımcılara ifade edilmiştir.

Tablo 4: İkinci Çerçeveleme Etkisinin Örneği

Ölen Hasta Sayısı (Toplam hasta:100)	Tedavi Yöntemi	Geçen Yıl	Müdahale Sonrası Ölen Hasta Sayısı
10	Cerrahi Müdahale (Sonrası)	5 yıl	66
-	Radyoterapi	5 yıl	78

İkinci çerçeve etkisine göre; cerrahi müdahalede bulunulan 100 hastadan 10’u müdahale esnasında 66 hasta da 5 yıl içerisinde hayatını kaybetmiştir. Radyoterapi uygulanan hastalardan 78 hasta beş yıl içinde hayatlarını kaybetmişlerdir. Bu iki farklı uygulama hastalar tarafından değerlendirildiğinde birinci çerçevede hastaların %18’i radyoterapi yöntemi ile kanser tedavisini sürdürmeyi tercih ederken, ikinci çerçevede radyoterapi yöntemini tercih eden hastaların sayısında artış olmuştur. Birinci çerçevedeki %18’lik oran %44’e kadar çıkmıştır (Coyle, 2010: 140 ; Çekiç, 2016: 87).

Üçüncü olarak beklenti teorisi ile ilgili görüşlerinin matematiksel ifadelerle açıklamaktadırlar. Yeni dönem davranışsal iktisat çerçevesinde Kahneman ve Tversky dışında etkili çalışmalara imza atan bir kişi daha bulunmaktadır. Nobel ödüllü Amerikan ekonomist Richard Thaler’in “Olumlu bir tüketici seçimi teorisine doğru”, “Zihinsel muhasebe ve tüketici seçimi” ve “Dürtme” gibi eserlerinde öncü yazar konumundadır. Bunun dışında Kahneman ile birlikte “Kâr arayışında bir kısıtlama olarak adalet: Piyasadaki haklar” ve “Adalet ve ekonominin varsayımlar” adlı alışmaları birlikte yapmışlardır. Ayrıca alternatif ve batık maliyet gibi konular ile ilgili de hatırlanır çalışmalara imza atmıştır. Daha sonraki yıllarda davranışsal iktisat görüşleriyle gitgide gelişimini sürdürmüştür. Uluslararası çapta yayın yapan “Üç Aylık Ekonomi Dergisi” davranışsal iktisat ile ilgili özel bir sayı çıkartmıştır. Böylelikle bu çalışma alanı üzerinde yapılan çalışmaların spesifik bir hal aldığı dönemin iktisatçıları tarafından kabul görmektedir.

2000’li yıllar başladığında davranışsal iktisat alanında çalışma yapan bir iktisatçı olan George Akerlof, “Davranışsal Makro iktisat ve Makro iktisadi Davranış” adlı konuşması ile önemli kavramlar üzerinde durmuştur. Değindiği kavramlar irdelendiğinde toplumdaki fakirliği anlamak amacıyla bu konular üzerinde durduğunu ifade etmektedir (Ruben ve Dumludağ, 2015b: 47). Bir yıl sonra Kahneman da Nobel

Ekonomi Ödülü aldı. Vernon Smith ile birlikte bir belirsizlik durumu altında bireyin irrasyonel davranışını açıklamak için psikoloji ile iktisat arasında bir sentez köprü kurarak yararlı bir çalışmaya imza attıkları için bu ödülü almaya hak kazandılar (Ruben ve Dumludağ,2015:47).

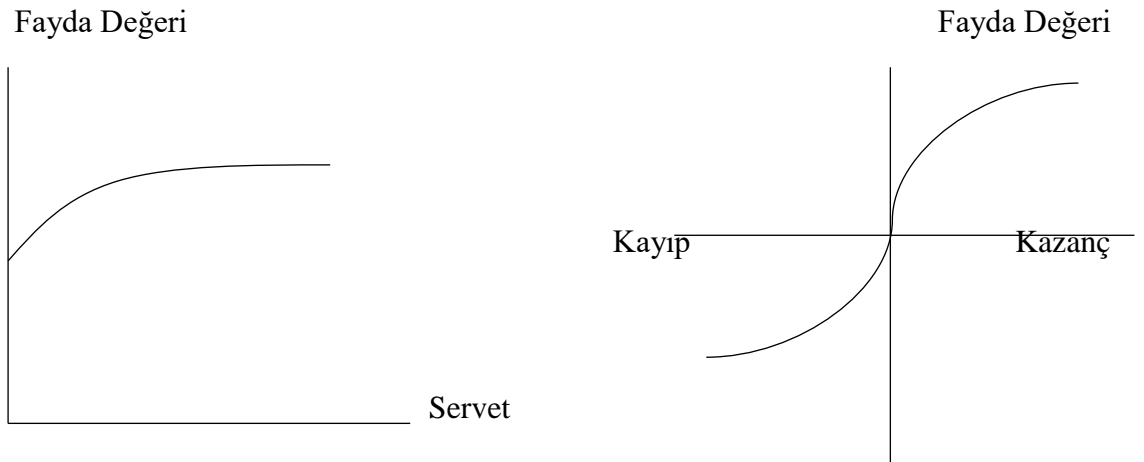
2.3 KARAR VERME SÜRECİ ÇERÇEVESİNDE DAVRANIŞSAL İKTİSAT

2.3.1 Beklenti Teorisi

Ana akımın kabul ettiği rasyonel birey ve alınan iktisadi kararların rasyonelliği varsayımı ile, elde edilecek en yüksek fayda seviyesini amaçlamaktadır. Bu anlamda ana akım iktisat (Klasik İktisat, Marjinalizm ve Neo-klasik iktisat) savunucuları beklenen fayda kavramını geliştirmişler. Beklenen fayda denklemi aşağıdaki gibi gösterilmektedir. Burada p_i değişkeni, i olayın olasılık değerini verirken, $u(X_i)$ değişkeni ise i . olayın gerçekleşmesi halinde sağladığı fayda değerini ifade etmektedir.

$$\text{Beklenen Fayda} = \sum p_i u(X_i) \quad \text{Eşitlik (1)}$$

Ancak psikolojinin iktisat ile bir sentez oluşturduktan sonra ortaya çıkan davranışsal iktisat akımı beklenen fayda teorisine kabul etmeyerek tüketicilerin veya yatırımcıların riskten kaçmaya yönelik yaptıkları hareketleri inceleyen bir teori geliştirdiler. Beklenti teorisi bu hareketlerin analizlerini yapmaktadır (Altunöz, 2016: 61).



Şekil 4: Genel ekonomik model ile beklenti teorisinde fayda değerinin kayıp/kazanç ile karşılaştırılması (Wilkinson, 2008: 109-111).

Beklenti Teorisi, Davranışsal İktisat alanına birtakım varsayımlar kazandırmıştır.

- ❖ Bireylerin tercihleri sonucu elde edilen kayıp ve kazançların değeri azalan getiri durumundadır.
- ❖ Kayıptan kaçınma olarak ifade edilen değer fonksiyonları kazançlara göre daha duyarlıdır.
- ❖ Kazanç grafiği iç bükey, kayıp grafiği dış bükeydir. Bu durumda herhangi bir risk altında bireylerin kayıp ve kazanç karşısında risk almama veya riskten kaçmaya yakınsamaktadırlar.

Kayıplar kazançlara göre insana daha fazla etki etmektedir. Kayıp sonrası yaşanan acının insanda yarattığı psikolojik yıkım, kazanç sonrası elde edilen mutluluğun yarattığı etkiden daha fazladır. Bireylerin riskten kaçma eğilimlerinin risk alma eğilimlerine göre daha fazla olduğu yargısı oluşmaktadır. Bu noktada teori bireylerin rasyonel davranış sergilemediğini vurgulamaktadır. Risk alma durumunda elde edilebilecek kazanç reddedildiği için, bireyler irrasyonel bir şekilde hareket etmiş olurlar.

Maksimum fayda düzeyine ulaşabilmek için iki farklı servet, farklı şekillerde değerlendirilmektedir. Bütün serveti 1.000.000 dolar olan bir insanın ilave olarak 500 dolar kazanç sağlamanın faydası 1.000.500 dolardan sağlanan fayda ile 1.000.000 dolar arasındaki fark kadardır. Eğer kişi 500 dolar kaybetse idi bu kayıptan elde edeceği faydasızlığı aynı şekilde iki servet durumunun arasındaki farka eşittir. Kayıp ve kazanç kavramları bu şekilde açıklanmaktadır (Kahneman, 2011: 322).

Kahneman “Thinking, Fast and Slow” adlı çalışmasında fayda teorisi ile ilgili olarak iki farklı soru üzerinde durmaktadır.

- ❖ 1.soru: %100 bir ihtimal ile 900 dolar kazanmak mı veya %90 ihtimal ile 1000 dolar kazanmak mı?
- ❖ 2.soru: %100 bir ihtimalle 900 dolar yitirmek mi veya %90 ihtimal ile 1000 dolar yitirmek mi?

Sorulara cevap veren bireylerin çoğu, ilk soruda risk almak yerine riskten kaçınmayı tercih etmektedirler. Kesin olarak elde edecekleri paranın faydası %90 bir olasılık ile elde edecekleri 1000 liranın faydasından daha fazladır.

İkinci soruya verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların risk aldıkları gözlemlenerek 900 dolar yitirmenin negatif değeri 1000 dolar yitirmenin negatif değerinden fazladır (Kahneman, 2011: 323 ; Karaca, 2017: 12).

İktisadi karar birimlerinin çoğu yaşamları boyunca tercihlerinin doğrultusunda hareket etmektedir. Birçok seçenek arasından seçim yapan karar birimlerinde hem kaybetme korkusu hem de kazanç sağlama umudu bulunmaktadır. Bu iki kavram birbirleriyle mukayese edildiğinde kaybetme dürtüsünün kazanma dürtüsüne göre daha fazla olduğu vurgulanmaktadır (Kahneman, 2011: 327-329).

Beklenti teorisine göre; bir şarap dağıtım işi yapan bir bireyin çalışma durumu kayıp ve kazanç kavramlarının açıklanmasında örnek olarak verilebilir. Şarap kış aylarında içilen bir alkollü içecek türüdür. Yazın tercih edilmeyen bu alkolün satışıyla ilgili olarak, bu işi yapan bir bireyin her ay belirli miktarlarda satış yapması gerekmektedir. Şarap kışın çok tercih edildiği için satışları da çok yüksektir. Yazın ise havaların ısınmasından dolayı şarap tercih edilmediği için satışları da azalmaktadır. İktisat mantığı, şarap satıcısı, kışın çalışabildiği kadar çalışıp satışlarını arttırmalıdır. Satışların az olduğu yaz aylarında ise kendilerine zaman yaratmalarını söylemektedir. Ancak kayıptan kaçınma mantığı bu şekilde değildir. Şarap satıcısı yazın dahi satış yapmaya gayret göstermeli ve böylelikle kış aylarında da çok fazla çalışmasına gerek kalmayacaktır. Kahneman ve Tversky bu çerçevede bir dörtlü model geliştirmişleridir. Bu modele göre beklenti teorisi altında bireyler servetlerinden çok kayıp ve kazanç durumları daha ön planda tutulmaktadır.

Tablo 4'te beklenti teorisinin dörtlü tercihler modeli aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 5: Dörtlü Model Beklenti Teorisi

	Kayıplar	Kazançlar
Düşük Olasılık	%5 ihtimalle 10000 dolar kaybetme, Riskten kaçma Kaybetme Korkusu	% ihtimalle 10000 dolar kazanma Riskten Alma
Yüksek Olasılık	%95 ihtimalle 10000 dolar kaybetme Risk Alma	%95 ihtimalle 10000 dolar kazanma Riskten Kaçma

Kaynak: (Kahneman, 2011: 367)

2.3.2 Sınırlı Rasyonellik

İktisat biliminde temel öğretilerde ekonomideki karar vericilerin tam bilgiye sahip olduğu kabul edilerek her zaman rasyonel davrandıkları öne sürülmektedir. Herbert Simon, bu durumun bu şekilde olamayabileceğini eserlerinde söylemektedir. Gerçek hayatta meydana gelen sorunlarda ve bu sorunların çözümünde bireyler tam bilgiye sahip olamayabilirler. Bu noktada eksik bilgi ile karar almak durumunda kalabilirler. Simon, sınırsız rasyonellik kavramını gerçekçi bulmamaktadır. Bireyler yaşamları süresince verdikleri bütün kararlar üzerinde sınırsız rasyonelitenin varsayımlarına uygun hareket etmektedirler. Sınırlı rasyonellik ifadesi tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Sınırlı rasyonellik ile bireylerin sahip olduğu bilgilerin hepsini kullanarak karar alması mümkün değildir. Bu yüzden sınırsız rasyonelliğe karşı çıkmaktadır (Baloğlu, 2000: 220-221). Simon'a göre, bireyler karar verme sürecini işletirken kararların sınırlı bilgi, elde ettikleri kaynağa ve zaman göre şekillendirmektedir. Sınırlı rasyonellik, çözülmesi zor sorunların çözümüne ulaşmada bireylerin düşünme yeteneklerinin sınırsız olmadığını ifade etmektedir (Simon, 1957: 198). Rasyonellik kavramı ile sınırlı rasyonellik kavramı arasındaki fark ise şudur: Rasyonellik, bireyler karar verme süreçleri içerisinde kararlarını makro düzeyde değerlendirirken, sınırlı rasyonelitede bireylerin davranışlarına vurgu yapmaktadır. Rasyonel karar veren birey matematiksel sonuçları göz önünde bulundurmaktadır. Bu sebeple geleneksel iktisat rasyonelitede temel aldığı için analizlerinde matematiksel ifadelerle yer vermektedir. Sınırlı rasyonelitede davranış ön planda olduğu için bireylerin davranış analizleri laboratuvar ortamlarında yapılmaktadır (Akdere ve Büyükboyacı, 2015: 106).

Rasyonellik kavramı iktisat tarihi boyunca bütün iktisat okullarının temel varsayımlarından biri olmuştur. Rasyonelitede bireyler üzerinden onların iktisadi karar verme süreçleri boyunca düşüncelerinin nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır. Ancak iktisat bilimi temelinde insan gibi karmaşık yapıda olan bir varlığın yer alması sonuçları her zaman açıkça ortaya koyamamaktadır. Rasyonelitede bu noktada yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle bazı iktisatçılar “sınırlı rasyonelitede modelleri” oluşturmaya başlamışlardır (Şeniğne, 2011: 28).

2.3.2.1. John Dewey'in Sınırlı Rasyonalite Modeli

John Dewey'in rasyonalite modelinden önce Mark White bazı çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalarda sınırlı rasyonalite modeliyle ilgili olarak Dewey'in ahlak teorisi modelinden etkilenerek sınırlı rasyonalite kavramı açıklanmıştır. White'a göre, Dewey'in ahlak teorisi ile Neo-klasik ekoldeki homo-economicus varsayımı aynıdır (Şeniğne, 2011: 28). White sınırlı rasyonalite modeli ile ilgili bir öneri de bulunmaktadır. John Dewey'in ahlak anlayışının Neo-klasik ekoldeki anlayışa ilave edilerek yeni bir model çıkarılabileceğini ifade etmektedir (White, 2003: 223-226).

Neo-klasik ekoldeki rasyonalite kavramı tam bilgi varsayımını kabul ettiği için eleştirilmektedir. Bu modellerde ahlaki davranış geri planda kalmaktadır. Geleneksel iktisat homo-economicus varsayımı ile bireyler öz çıkarlarına uygun olarak davranmaktayken sadece kendileri için yüksek fayda elde ettiklerinden homo-economicus ahlaki açıdan nedenseldir. Ancak Dewey'in sınırlı rasyonalite modelinde bireyler de nedensel olmaktadır. White, homo-economicus ile Dewey'in bu teorisini birleştirerek homo-economicusun ahlaki bir yapı oluşturacağını öne sürmektedir (White,231-233). Ancak Dewey'in sınırlı rasyonalite modeli ile geleneksel iktisadın modelleri bazı noktalarda da çelişmektedir. Geleneksel iktisatta, birey tercih yaparken elindeki opsiyonlardan ordinal anlamda bir sıralama yapmakta ve en yüksek faydayı sağladığı opsiyonu seçmektedir. Dewey'in modelinde böyle bir sıralama söz konusu değildir. Çünkü ahlaki tercihler heterojen bir yapıdadır ve birbirleriyle kıyaslanamazlar. Bu çerçevede teoriler çelişmektedir (Şeniğne, 2011: 30). Her iki düşüncenin de birey tanımları birbirinden farklılık arz etmektedir (White,236). Dewey'in sınırlı rasyonalite modeli istenilen düzeyde bir etkiye sahip olamamıştır.

2.3.2.2 Friedrich August von Hayek'in Sınırlı Rasyonalite Modeli

Friedrich August von Hayek yapılan sınırlı rasyonalite modellerinden daha farklı bir model geliştirmiştir. Bireylerin irrasyonel davranışlar sergilediklerini vurgulayan Hayek, piyasa ile ilgili fikirlerinde bireysel kararlar aldıklarını ifade etmektedir. Piyasada var olan serbest rekabet modelinde rasyonel bireylerin sayısı azdır. Ancak irrasyonel davranışlar sergileyen bireylerin davranış kalıpları üzerinde etkili olarak rasyonelliğe doğru geçeceklerini ifade etmektedir. Hayek, bu şekilde yapılan

yönlendirme sonucunda irrasyonellikten rasyonelliğe doğru bir geçiş olacağını belirtmektedir (Akyıldız, 2006: 7-8).

Hayek'in sınırlı rasyonalite modeli üzerinde birtakım doğru olmayan bilgiler olduğu düşünülmektedir. Hayek piyasadaki davranış analizini her zaman rasyonel olarak kabul etmektedir. Oysa piyasa her zaman rasyonel olmamaktadır veya rasyonellikten irrasyonelliğe doğru kaymalar olmaktadır (Akyıldız, 2008: 37-38).

2.3.2.3 Immanuel Kant'ın Ahlak Teorisi Modeli

Mark White, John Dewey'in ahlak teorisinden yararlanarak geliştirdiği sınırlı rasyonalite modeline Immanuel Kant'ın ahlak teorisini de katmaktadır. Oluşturulan modelde kendi menfaatini her şeyin üzerinde tutan rasyonel insan kavramı homoeconomicus farklı yaklaşımlar ile birlikte değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımlar Egoizm, Hedonizm ve Altruizm'dir. Bu yaklaşımlar birbirleriyle aynı noktada buluşmamaktadır. Ana akım iktisat teorisi bir tüketicinin karar verme mekanizmasını kendi faydasını maksimize ederek bir seçim yapmasını öngörmektedir. (White, 2004: 90-96). Kantçı ahlak anlayışı da Neo-klasik İktisat Okulu'nun kabul ettiği anlayış doğrultusunda iki farklı çeşit kuralları bu anlayış ile birleştirmiştir.

- ❖ 1.kural: Kusursuz ödevler: Kesinlikle uyulması gereken, uyulmaması ahlaki açıdan doğru olmayan kurallardır. Önceliklidir.
- ❖ 2.kural: Diğer ödevler: Kantçı ahlaka göre meydana gelecek sonuçlara göre yapılması gereken kurallar zinciri (White, 2004: 93-96 ; Akyıldız, 2008: 36).

Sonuç olarak, Mark White kullandığı modele Kant'ın ahlak ödevlerini ekleyerek ana akım iktisat teorisinde var olan fayda kavramına farklı bir modeli katmış oldu.

2.3.2.4 Çıpalama Kavramı

Çıpalama veya çıpa etkisi, bireylerin tüketimleri sırasında karşılaştıkları fiyatlara istinaden daha önceden var olan tahminlerine verilen addır. Bireyler bu durumun farkında olmasalar bile günlük hayatta sıklıkla karşılaşmaktadırlar. Önceden tahmin ettikleri fiyata yakın tahminler yapmaktadırlar. Örneğin bir tarla satışından, alınacak olan tarlanın fiyatını önceden öngörmektedirler. Bu öngörülerini oluştururken yaptıkları araştırmalarda daha önceden biçilen fiyatları dikkate almaktadırlar. Eğer yüksek bir fiyat ile karşılaşıldığında (gerçek fiyat düşük olsa bile) tarlanın değerinin fazla olduğu kanaatine varmaktadırlar (Kahneman, 2015: 140).

Çıpa etkisine örnek olarak bir üniversitede yapılan deney çalışması verilmektedir. Okuldaki öğrencilere telefon numaralarının son kısmına iki yüz eklemeleri söylenmiş ve elde ettikleri sayının üstü veya altı ile ilgili olarak, geçmiş tarihte Hükümdar Atilla'nın yaptığı bir akının tarihini tahmin etmeleri istenmiştir. Öğrencilerin telefonda edindikleri sayılar tahminleri üzerinde bağlayıcı kararlar vermelerine neden olmuştur. Yapılan deney sonucunda öğrencilerin rasyonel hareket etmediği ve bir karar sürecinde çevrelerinden çeşitli yollar ile etkilenecekleri görülmektedir (Thaler ve Sunstein, 2008: 24).

Çıpa etkisi Almanya'da meydana gelen bir hırsızlık davasında da görülmektedir. Hırsızlık yapan bir kadının alacağı ceza hakkında hakimler çift zar atarak karar vermektedirler. Atılan zarın altındaki sayıdan yüksek veya düşük bir cezayı kararlaştıran hakimlerden 9 gelen zarın alacağı ceza 8 aydır. Zarı 3 olarak atan hakimlerde 5 ay olarak karar vermektedirler (Kahneman, 2015: 146). Yapılan bu deneyler sonucunda bireylerin mesleklerinin bir önemi olmaksızın çevrelerinin etkisi altında kalarak irrasyonel kararlar alabilmektedirler. Her anlamda kendi kararlarını bağımsız bir şekilde alan tüketicilerin dışında, alacakları ürünler ve fiyatları ile ilgili kararlarını kendi başlarına alamayan ve çevreden etkilenen tüketiciler için çıpa etkisi bulunmaktadır (Demir, 2013: 112).

2.4 ÇAĞDAŞ ANLAMDA TÜKETİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Tüketim davranışını gerçekleştiren tüketicilerin satın alma süreci her biri için farklılık göstermektedir. Geleneksel öğretilerde yer alan maksimum fayda kuralı psikolojik ve toplumsal faktörler göz önüne alındığında doğru bir şekilde çalışmamaktadır. Birey kendi yapısı gereği çok karmaşık bir yapıda olduğundan tüketim davranışı da çeşitlilik göstermektedir. Tüketim davranışı üzerinde birtakım faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Bunlar; kişisel etmenler, psikolojik etmenler ile sosyal etmenler olmak üzere üç ana başlık çerçevesinde toplanmaktadır (Köseoğlu, 2002: 98).

2.4.1 Kişisel Faktörler

Tüketicinin tüketim davranışı üzerinde etkisi bulunan kişisel faktörler yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelir seviyesidir.

2.4.1.1 Yaş

İnsan doğumundan ölümüne kadar öğrenmeye açık bir varlıktır. İnsanın yeme, içme gibi temel ihtiyaçları doğuştan gelen alışkanlıklardır. İnsan bebeklik döneminden itibaren öğrenme süreci başlar. Yaş ilerledikçe tüketim davranışı çeşitlilik göstermektedir (Saylor, t.y: 20-21). Tüketim alışkanlıkları; ergenler, öğrenciler, çocuk sahibi olan bireyler ve yaşlı insanlar olarak dört ana yaş grubu belirlenmiştir. Yaş gruplarına göre, bireylerin tüketim davranışı üzerindeki alışkanlıkları incelenmektedir. Bu gruplara dahil olan bireylerin aynı tüketimleri yaptıkları görülmektedir (Orhan, 2002:5). Gençlerin ve yaşlıların oluşturdukları gruplar incelendiğinde çok büyük farklılıklar görülmektedir. Gençler tüketim yaparken daha cesaretli davranırken; yaşlılar daha korumacı bir şekilde tüketim yapmaktadırlar.

2.4.1.2 Cinsiyet

Kadın ve erkeklerin genel olarak farklı tüketim alışkanlıkları bulunmaktadır. Kadınlar tüketim davranışını gerçekleştirirken alacakları herhangi bir ürünün öncelikle görselliğine bakmaktadırlar. Kadınlar için görsel içerik çok önemlidir. Konuyla ilgili yapılan bir araştırmaya göre, kadınlar ürünlerin fiziki görünümüne bakarken ayrıca ürünleri kullanacakları mekanları düşünerek satın alma davranışını gerçekleştirmektedirler. Erkekler ise, bir ürün satın alırken görsellikten ziyade ürünün kullanılabilirliği, sağladığı fayda düzeyini göz önünde bulundurmaktadırlar. Bu çerçevede kadın ve erkeklerin farklı satın alma davranışları gerçekleştirdikleri görülmektedir.

2.4.1.3 Eğitim Düzeyi

Bireylerin sahip olduğu eğitim düzeyi ile birlikte edinilen meslek grupları tüketim davranışlarını belirleyen etkenler arasında bulunmaktadır. Farklı mesleklere sahip bireylerin tüketim davranışları da birbirinden farklıdır. Bir işçi ile bir banka memurunun çalıştıkları kurumlardaki iş ortamlarına göre tercih ettikleri giyim tarzı farklılık göstermektedir. İlkokul mezunu bir birey ile yüksek öğrenim görmüş bir bireyin tercih ettiği mal ve hizmet grupları farklıdır. Bireyin eğitim düzeyi sosyo-kültürel hayata doğrudan etki yapmaktadır. Alınan eğitim ile birlikte farklılaşan sosyal çevre tüketim davranışlarını da doğrudan etkilemektedir (Tokol, 1990: 36).

2.4.1.4 Gelir seviyesi

Tüketimi etkileyen en önemli faktör bireyin sahip olduğu gelir düzeyidir. Birey gelir seviyesine göre tüketim yapmaktadır. Yüksek bir gelire sahip ise tercih ettiği mal ve hizmetlerin kalitesi de yükselmektedir. Bireyin tüketimlerini bir pastaya benzetildiğinde gelir seviyesine göre bu pasta dilimleri farklılık gösterecektir. Yüksek bir gelire sahip bireylerde pasta dilimleri çok çeşitlenebilirken, gelir düzeyi düşük bireylerde pasta dilimleri daha sade bir görünüm içerisinde olacaktır.

2.4.2 Psikolojik Faktörler

Tüketimi etkileyen ikinci ana başlık bireylerin hayatlarında en önemli unsurlardan biri olan psikolojik faktörlerdir. Bu faktörler, algılama, güdülenme ve öğrenmedir.

2.4.2.1 Algılama

İşletme bilim dalının çalışma alanlarından biri olan örgütsel davranış içerisinde algılama ile ilgili birçok yaklaşım öne sürülmektedir. Algılama temel itibarıyla duygusal bir süreçle birlikte ortaya çıkmaktadır. Bireyler çevresinde meydana gelen olayları önce anlarlar ve anlama süreci tamamlandıktan sonra yorumlama sürecini başlatırlar. Algılama sürecini inceleyen Young oluşturduğu modele göre, meydana gelen bir olayın beş duyu tarafından anlamlandırılmasıdır (Chisnall, 1975: 13). Bir tüketicinin satın almak istediği bir ürünü beş duyu ile algıladıktan sonra zihninde o ürünle ilgili bir görsel meydan gelmektedir. Daha sonra ürünü beğenme veya beğenmeme durumu söz konusu olmaktadır (Örücü ve Tavşancı, 2001: 111).

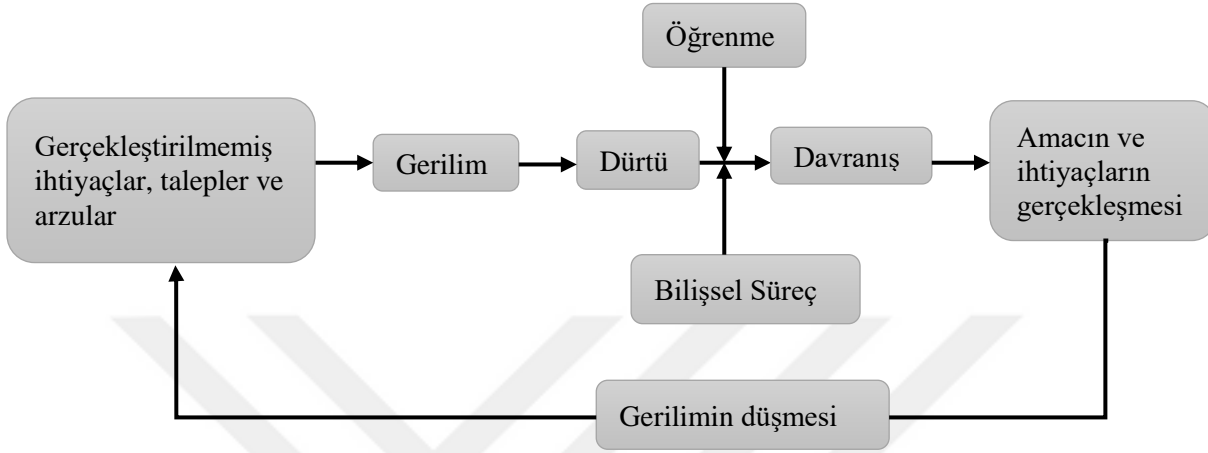
2.4.2.2 Güdülenme

Güdü, bireylerin davranışlarının altında yatan veya davranışlarının yönünü belirleyen içsel bir his olarak tanımlanmaktadır. Tüketicilerin günlük hayattaki tüketim eğilimlerini yönlendiren bir çeşit uyarı mekanizması görevi görmektedir. Güdü bireyi etkilemekte ve hareket yönünü belirleme özelliğine sahip olan bir tür gereksinmedir. Biyolojik ve sosyal olarak iki çeşit güdü vardır.

❖ **Biyolojik Güdüler:** yemek yemek, bir şeyler içmek, cinsellik ve anne olmak

Biyolojik güdüler, bireylerin doğuştan sahip olduğu içsel güdülerdir. Bunların yanında kuşların sıcak bölgelere göçü, arıların bal yapması, karıncaların çalışkan hayvanlar olması.

❖ Sosyal Güdüler: Saygı görme, alçak gönüllü olma, başarı, güven ve hoşgörü Sosyal güdüler sonradan öğrenilen güdülerdir. Toplumdan topluma farklılık göstermektedir.

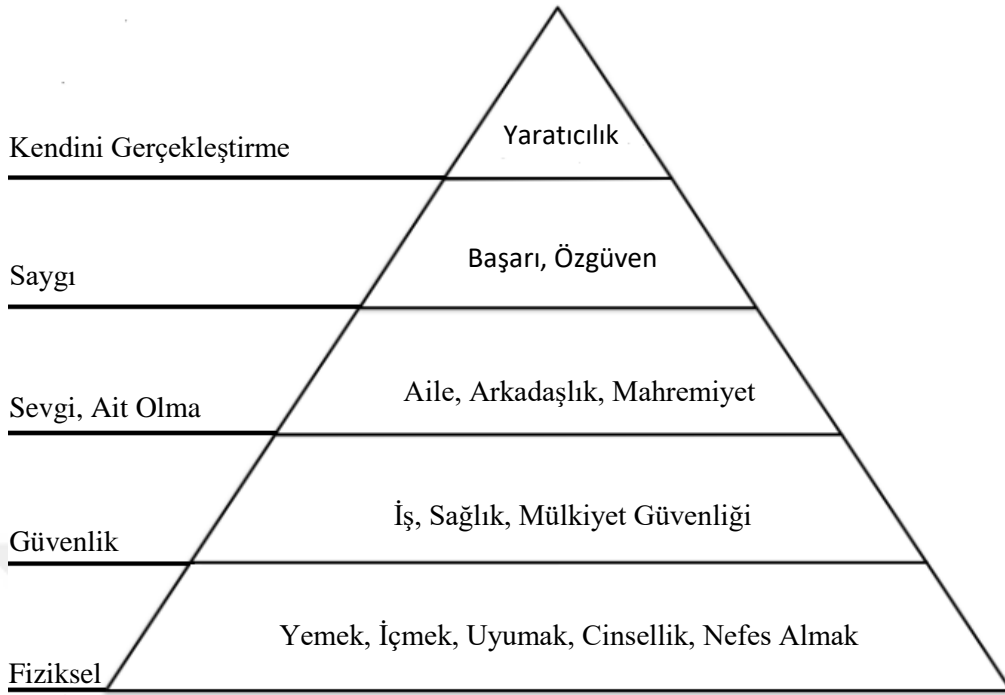


Şekil 5: Güdülenme (Motivasyon) süreci (Odabaşı ve Barış, 2007: 106)

Güdüler çok çeşitli olmakla birlikte temel olarak canlıların hayatlarını şekillendirmektedir. Çünkü her canlı bir organizmadır ve her organizma güdüye ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi ortaya çıkmaktadır.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi 5 ana kategoriye ayrılmaktadır: (Onaran, 1981).

- ❖ **Fizyolojik İhtiyaçlar:** Yemek, içmek, uyumak ve buna benzer temel yaşamsal ihtiyaçlar
- ❖ **Güvenlik İhtiyacı:** Dış faktörlerden kaynaklı tehlikelerden korunmak
- ❖ **Sosyal İhtiyaçlar:** Aidiyet, sevgi, kabul görme, sosyal yaşam vb.
- ❖ **Değer Verilme/Saygınlık İhtiyacı:** Statü, başarı, itibar, tanınma
- ❖ **Kendini Gerçekleştirme:** Gelişim, başarı, yaratıcılık ve doğallık



Şekil 6: Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

2.4.2.3 Öğrenme

Öğrenme, toplum içerisinde yaşayan her bireyin yaşamları boyunca edindikleri tecrübeler sonucunda elde ettikleri veriler ve bu verilerin davranışlarında meydana getirdiği etkiler olarak ifade edilmektedir. Öğrenmenin üç temel özelliği bulunmaktadır.

- ❖ 1. Öğrenme Süreci: Bireyin karşılaştığı ilk bilgidir. Okuma, tartışma, gözlem yapma ve analiz etme gibi metotlar aracılığıyla bilgiler edinilmektedir.
- ❖ 2. Davranışlardaki Değişiklikler: Uzun, kısa, olumlu veya olumsuz olarak davranışlarda değişiklikler meydana gelmektedir.
- ❖ 3. Bilinçli veya bilinçsiz öğrenme: İhtiyaçtan veya rastlantısal olarak bireyler bilgi sahibi olabilmektedirler (Schiffman ve Kanuk, 2000: 207).

2.4.3 Sosyal Faktörler

Bireyler bir toplumu oluşturan en küçük birimlerdir. Toplum içerisinde yaşamının getirdiği birtakım etmenler bulunmaktadır. Tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olan ve toplumsal çevreden kaynaklı faktörler sosyal faktörler olarak adlandırılmaktadır. Bunlar kültür, aile ve sosyal statüdür.

2.4.3.1 Kültür

Kültür, bir toplum içerisinde meydana gelen, bireylerin uymak için çaba gösterdiği dinamik bir yapıdır. Kültür bireyleri her yönden etkileyen bir unsurdur. Tüketim alışkanlıkları sahip olunan kültüre göre değişiklik göstermektedir. Tüketiciler satın alma kararlarını gerçekleştirirken sahip oldukları kültür içerisinde tüketimlerini şekillendirmektedir (Odabaşı ve Barış, 2007: 314-315).

2.4.3.2 Aile

Aile bir toplumun en küçük yapı taşıdır. Temel olarak anne, baba ve çocukların oluşturduğu bu grup topluma yön veren en önemli örgütlerden bir tanesidir. Aynı evde yaşayan arkadaşlar aile kavramını karşılamamaktadır. Kan ile, evlilik veya anne-baba-evlat ilişkisi olan bireyler arasında aile kavramı doğmaktadır. Bunun dışında meydana gelen gruplara hane halkı denmektedir (Loudon ve Bitta, 1988: 288). Tüketimi etkileyen en önemli faktörlerden biri ailedir. Satış yapan pazarlama yöneticileri, aile içindeki bireylerin tüketim alışkanlıklarının bilinmesinin çok önemli olduğunu vurgulamaktadır. Başarılı ve kazançlı bir alışverişin gerçekleşebilmesi için pazarlama yöneticilerinin ailedeki roller konusunda farklı gruplandırmalar yaparak incelemelerini gerçekleştirmektedirler. Bu roller beş gruba ayrılmaktadır (Tek, 1990: 138).

- ❖ Fikir vericiler
- ❖ Etkileyiciler
- ❖ Karar vericiler
- ❖ Satın Alma Kararını Gerçekleştirenler
- ❖ Kullanıcılar

Aile içerisinde tüketim alışkanlıkları dönemsel olarak da farklılaşmaktadır. Bu 7 başlıkta toplanarak aşağıda verilmiştir: (MEB, 2012: 22).

- ❖ Bekârlık dönemi: Birey gençtir ve tek başına yaşamaktadır.
- ❖ Yeni evlenen çiftler: Bireyler gençtir ve yeni yuva kurmuşlardır.
- ❖ Tam yuva I: Genç evli çiftlerin bu dönemde sahip olduğu en küçük çocukları altı yaşından küçüktür.
- ❖ Tam yuva II: Evli çiftler gençtir ve en küçük olan çocukları altı yaşından büyüktür.

- ❖ Tam yuva III: Evli olan bireylerin çocukları vardır ve çocuklarının bakımını üstlenmektedirler.
- ❖ Boş yuva: Bu kavram çerçevesinde evli olan çiftler yaşlanmıştır ve sahip oldukları çocuklar ile aynı evi paylaşmamaktadırlar.
- ❖ Yalnız yaşayan bireyler: Yaşlı ve tek başına yaşamını sürdüren bireyleri kastetmektedir.

Her birey kendi dönemi içerisindeki tüketim alışkanlığını gerçekleştirmektedir. Örneğin, tek başına yaşayan bekar bir birey kişisel ihtiyaçlarına yönelik tüketimini gerçekleştirirken, evli ve çocuklu bir birey tüketim alışkanlıklarını ailesi için gerçekleştirmektedir. Yeni evlenen çiftler ile tam yuva I dönemindeki çiftlerin tüketim harcamaları da farklılık göstermektedir. Bir dönem yeni evlerinin eşyalarını tamamlamak için mal ve hizmet satın alırken; bir dönem çocuklarının ihtiyaçları için mal ve hizmet alımını gerçekleştirmektedir.

2.4.3.3 Sosyal Statü

Sosyal statü, bir toplum içerisindeki aynı kültürel değerlere, yaşam tarzına, mesleklere ve gelire sahip bireylerden meydana gelen örgütlerdir. Mal ve hizmet alımında bulunan tüketiciler bu tüketimlerini gerçekleştirirken dahil oldukları sosyal statü gereği gerçekleştirmektedirler. Sosyal statü çevresinde tüketim alışkanlıkları şekillenmektedir (Uras, 2002: 233; Fırat, 2003: 60).

Sosyal statü bazı ölçütlere göre ayrışmaktadır. Bu ayrışma aşağıdaki gibidir: (Köseoğlu, 2002: 107).

- ❖ Harcama, tasarruf ve marka seçimi gibi konularda farklılıklar bulunmaktadır.
- ❖ Düşünce biçimlerinde, ürünlerin algılanması noktasında farklılıklar meydana gelmektedir.
- ❖ Tercih edilen mal ve hizmetler içinde bulunulan sınıfı göstermektedir.
- ❖ Statü olarak daha alt kısımda kalan tüketiciler zorunlu mallara yönelik talepte bulunurken, yüksek statülü bireyler lüks harcamalara önem vermektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MEDENİ DURUMUN SATIN ALMA KARAR MEKANİZMASI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KOCAELİ İLİ UYGULAMASI

3.1 MEDENİ DURUM İLE TÜKETİM ARASINDAKİ İLİŞKİ

Tüketim yaşamın vazgeçilmez bir unsurudur. Bireyler yaşamlarını devam ettirebilmeleri için tüketim yapmak mecburiyetindedirler. Tüketim alışkanlıkları belirli faktörler çevresinde şekillenmektedir. Bu faktörlerden biri de bireylerin medeni durumlarıdır. Tüketicilerin evli veya bekar olması tüketim alışkanlıkları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Örneğin, bekar bir tüketicinin harcamaları incelendiğinde kişisel harcamaların daha yoğunluklu olduğu görülmektedir. Evli bir tüketicinin harcamaları incelendiğinde ise kişisel harcamalarından çok ailevi harcamalarının ön planda olduğu görülmektedir. Özellikle ev içerisindeki gelir tek bir kişi tarafından sağlanıyorsa ve bu kişi ailedeki bütün bireylerin ihtiyacını karşılama rolünü üstlenmişse belirli bir gelir kısıtı altında kişisel harcamalarına ağırlık vermesi bekar bir tüketiciye göre çok daha zordur. Çocuksuz evli tüketiciler ile çocuklu evli tüketiciler arasında da farklı tüketim alışkanlıkları bulunmaktadır. Örneğin, çocuklu bireyler yaşadıkları eve çocuklarına uygun tipte eşyaları tercih ederken, çocuksuz bireylerin bu şekilde bir kısıtı bulunmamaktadır. Farklı bir örnek verilecek olursa, bekar üniversite öğrencileri ve evli üniversite öğrencileri arasında da farklı tüketim alışkanlıklarının olduğu gözlemlenmektedir. Bekar bir üniversite öğrencisi sorumluluk anlamında daha özgürce tüketim eğilimini gerçekleştirirken, evli bir üniversite öğrencisi sorumluluk açısından eşini düşünerek bu tüketim alışkanlığını yapmaktadır. Verilen örnekler nezdinde medeni durumun tüketim alışkanlıklarını birçok yönden etkilediği açıklanmaktadır.

3.2 ARAŞTIRMANIN AMACI

Her tüketicinin bir satın alma karar mekanizması bulunmaktadır. Bir tüketici satın alma sürecini gerçekleştirirken, bu sürece etki eden birçok faktör vardır. Bunlar; kişisel, psikolojik ve sosyal faktörlerdir. Bu faktörlerden etkilenerek, tüketicilerin bazı durumlarda rasyonellikten uzaklaşarak irrasyonel kararlar verdiği görülmektedir. Kişisel faktörlerden medeni durumun (evli veya bekar) tüketicilerin tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkileri bulunmaktadır. Bu tez çalışmamızda Kocaeli ilinde

yapılan anket uygulaması yardımıyla evli ve bekar tüketicilerin tüketim eğilimlerinin açıklanması amaçlanmaktadır.

3.3 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Araştırma yöntemi için anket uygulaması seçilmiştir. Literatür taramaları sonucunda tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını etkileyen faktörler göz önünde bulundurularak anket soruları hazırlanmıştır. Anket formunun ilk bölümde 8 sorudan oluşan demografik özelliklerin öğrenilmesi için sorular hazırlanmıştır. İkinci kısımda 25 sorudan oluşan 5'li likert ölçeği (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kısmen katılıyorum, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum) ile bir anket soru tablosu hazırlanmıştır.

Anket sonucu elde edilen verilerin IBM SPSS Statistic 25.0 programı üzerinden analizleri yapılmıştır. Anketin güvenilirlik testi (Cronbach's alpha) değeri üzerinden tespit edilmiştir. Örneklem seçimi için Kocaeli ilinin nüfusu incelendiğinde %5 hata payı ile çalışılarak çalışmamız için 406 bireye anket yapılması uygun bulunulmuştur. IBM SPSS Statistic 25.0 programı yardımıyla t-testi, korelasyon analizi ve ortalamalar ve sapmalar bulunmuştur.

3.4 AMPİRİK ANALİZ

3.4.1 Demografik Verilerin Dağılımı

Elde edilen veriler sonucunda cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, medeni durum, sahip olunan çocuk sayısı, meslek türü, alışveriş yapma sıklığı gibi demografik sorular katılımcılara sorulmuştur. Bu çalışma medeni durumun rasyonel modern tüketici davranışları üzerindeki etkileri üzerine yapılmaktadır. Analiz sırasında kullanılacak olan veri setleri anket sıralamasına göre sırayla tablolar halinde verilmiştir.

*Tablo 6'*da katılımcıların cinsiyete göre dağılımları sayısal ve yüzde oranları verilmiştir. Anket çalışmasına Kadın katılımcılardan 196 kişi, erkek katılımcılardan 210 kişi olmak üzere toplam 406 kişi katılmıştır.

Tablo 6: Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Kadın	196	48,3
Erkek	210	51,7
Toplam	406	100

Tablo 7'de katılımcıların yaşlara göre dağılımları sayısal ve yüzde oranları verilmiştir. Anket çalışmasına 18-25 yaş arası 52 kişi, 26-35 yaş arası 116 kişi, 36-45 yaş arası 137 kişi, 45-60 yaş arası 68 kişi, 61 yaş ve üstü 33 kişi katılmıştır. Oransal olarak bakıldığında en az 61 yaş ve üstü katılımcının olduğu görülmekteyken en fazla 36-45 yaş arası katılımcı ile anket yapılmıştır. Katılımcıların evli veya bekar olması önemli olduğu için 61 yaş üzerindeki katılımcılar az sayıdadır.

Tablo 7: Katılımcıların yaşa göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
18-25 arası	52	12,8
26-35 arası	116	28,6
36-45 arası	137	33,7
46-60 arası	68	16,7
61 ve üstü	33	8,1
Toplam	406	100

Tablo 8'de katılımcıların eğitim düzeyine göre dağılımı incelendiğinde, beş gruptan meydana geldiği görülmektedir. Katılımcıların 78'i ilköğretim, 198'i lise, 93'ü üniversite (lisans), 26'sı yüksek lisans ve 11'inin doktora seviyesinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların eğitim düzeyine göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
İlköğretim	78	19,2
Lise	198	48,8
Üniversite (Lisans)	93	22,9
Yüksek Lisans	26	6,4
Doktora	11	2,7
Toplam	406	100

Tablo 9'da ise katılımcıların meslek dallarına göre dağılımı verilmiştir. 33 öğrenci, 57 kamu sektörü, 150 özel sektör, 101 serbest meslek, 65 ev hanımı olmak üzere

toplam 406 tane katılımcıya ulaşılmıştır. Oransal olarak en az katılım, %8,1 ile öğrenci en fazla katılım %36,9 ile serbest meslekten sağlanmıştır.

Tablo 9: Katılımcıların mesleklerine göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Öğrenci	33	8,1
Kamu Sektörü	57	14
Özel Sektör	150	36,9
Serbest Meslek	101	24,9
Ev Hanımı	65	16
Toplam	406	100

Tablo 10'da katılımcıların medeni durumlarının dağılım incelendiğinde bekâr ve evli olmak üzere ikili bir ayrıma gidildiği görülmektedir. Katılımcıların 136'sının bekâr, 270'inin evli olduğu saptanmıştır.

Tablo 10: Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Bekar	136	33,5
Evli	270	66,5
Toplam	406	100

Tablo 11'de katılımcıların sahip oldukları çocuk sayısına göre dağılımı incelendiğinde, 135 katılımcı çocuk sahibi değilken, 82 katılımcı 1,98 katılımcı 2,62 katılımcı 3,29 katılımcı 4 ve daha fazla çocuk sahibidir. Oransal olarak bakıldığında %7,1 ile 4 ve daha fazla çocuğa sahip katılımcılar en az sayıda olurken, diğer gruplarda birbirine yakın bir dağılım olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Katılımcıların sahip oldukları çocuk sayısına göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Yok	135	33,3
1	82	20,2
2	98	24,1
3	62	15,3
4 ve üstü	29	7,1
Toplam	406	100

Tablo 12'de katılımcıların yaşadıkları semtlere göre dağılımı incelendiğinde, 66 kişi Darıca'da, 86 kişi Gebze'de, 109 kişi İzmit'te, 90 kişi Kartepe'de ve 55 kişinin Gölcük'te yaşadığı tespit edilmiştir. Katılımcıları yaşadıkları semtlere göre dağılımı oransal olarak birbirine yakın olduğu saptanmıştır.

Tablo 12: Katılımcıların yaşadıkları semtlere göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Darıca	66	16,3
Gebze	86	21,2
İzmit	109	26,8
Kartepe	90	22,2
Gölcük	55	13,5
Toplam	40	100

Tablo 13'de katılımcıların aylık gelirine göre dağılımı incelendiğinde, 110 kişi 0-2020TL gelire, 120 kişi 2021-3000TL gelire, 108 kişi 3001-4000TL gelire, 47 kişi 4001-5000 TL gelire ve 21 kişi 5001TL ve üstü gelire sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13: Katılımcıların aylık gelirine göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
0-2020 TL	110	27,1
2021-3000 TL	120	29,6
3001-4000 TL	108	26,6
4001-5000 TL	47	11,6
5001 TL ve üstü	21	5,2
Toplam	406	100

Tablo 14'de katılımcıların bir haftadaki alışveriş sıklığına göre dağılımı incelendiğinde, 15 kişi hiç alışverişe gitmezken, 56 kişi 1 defa, 177 kişi 2-3 defa, 107 kişi 4-6 defa, 51 kişi de 7 ve daha fazla alışveriş yapmaktadır.

Tablo 14: Katılımcıların alışveriş yapma sıklığına göre dağılımları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Hiç	15	3,7
1	56	13,8
2-3	177	43,6
4-6	107	26,4

7 ve üstü	51	12,6
Toplam	406	100

3.4.2 İstatiksel Bulgular

Anketimizin ilk kısmı demografik verilerin dağılımını analiz ederken, ikinci kısımda likert sorulara katılımcıların verdiği cevaplar ve onların ortalamaları üzerinden medeni durum değişkenine göre anlamlı olup olmadığı test edilmektedir. Bu uygulama yapılırken, kullanılan test “One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test”tir. Aşağıda medeni durum değişkeni için bu testin sonuçları verilmiştir. Tablo incelendiğinde normal bir dağılım olduğu tespit edilmektedir.

Tablo 15: Kolmogorov-Smirnov Testi

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
medeni durumunuz nedir?	,419	406	,000	,621	406	,000
a. Lilliefors Significance Correction						

Bu sebeple tüm likert sorular için medeni durum değişkenine t-testi uygulanarak sonuçların elde edilmesinde hiçbir sakınca yoktur. Anket sorularının medeni duruma göre ortalamaları ve standart sapmaları tablo haline dönüştürülerek aşağıda verilmiştir. Çalışmanın amacı gereği Kocaeli ilinde yaşayan evli veya bekâr bireylerin tüketim alışkanlıkları çerçevesinde rasyonel davranıp davranmadığının tespit edilebilmesi için 25 likert sorudan oluşan bir anket çalışmasıyla elde edilen ortalamalar ve standart sapmaları bekâr ve evli bireyler için ayrı sütunlar halinde gösterilmiştir. Ankete katılan bireylerin sorulara verdiği cevapların ortalaması alındığında 3,09 değeri elde edilmektedir. Yorumlar bu eşik değeri dikkate alınarak yapılmıştır. Katılımcıların verdiği cevapların ortalamaları 3,09 değerinin altında bir değer ise ifadeye katılmadıkları, ortalama 3,09 değerinin üstünde bir değer elde etmişse katılımcıların ifadeye katıldığı görülmektedir. “Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli

değildir”, “İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım”, “Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir”, “Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim”, “Alışverişimi spontane yaparım”, “Mağaza düzeni alışveriş kararımda etkilidir”, “En fazla eşimin ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım”, “En fazla çocuğumun ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım”, “Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım”, “Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yaparım”, “Semt pazarından alışveriş yapmam”, “Her zaman organik gıdayı tercih ederim” likert ölçekli sorulara verilen cevapların ortalamaları ise 3,09’un altındadır. Kocaeli ilinde yaşayan katılımcıların verdikleri cevaplara göre rasyonel davrandıkları görülmektedir. Tam zıttı bir durumda 3,09 eşik değerinin üstünde olan “Alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim”, “Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım”, “Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim”, “Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir” “Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir”, “Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir”, “Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir”, “Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir”, “En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım”, “Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur”, “Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim”, “İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim”, “Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım” sorularının cevapları incelendiğinde Kocaeli ilinde yaşayan katılımcıların yukarıdaki sorulardan etkilendikleri ve irrasyonel davrandıkları görülmektedir.

Tablo 16: Anket sorularının medeni duruma göre ortalama ve standart sapmaları

ANKET SORULARI	Bekâr		Evli		Toplam	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
Alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim	3,36	1,20	2,99	1,31	3,17	1,25
Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir	2,63	1,16	2,45	1,15	2,54	1,15
İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım	2,89	1,13	2,80	1,18	2,84	1,15
Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir	2,80	1,14	2,72	1,17	2,76	1,15
Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım	3,54	1,28	3,35	1,29	3,44	1,28
Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim	3,66	1,28	3,51	2,21	3,58	1,74
Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir	3,47	1,22	4,33	0,85	3,90	1,03
Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir	3,64	1,35	3,16	1,24	3,40	1,29
Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir	3,27	1,30	2,77	1,13	3,02	1,21
Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim	2,83	1,44	2,38	1,29	2,60	1,36
Alışverişimi spontane yaparım	2,56	1,30	2,43	1,23	2,49	1,26
Mağaza düzeni alışveriş kararında etkilidir	2,59	1,35	2,52	1,28	2,55	1,31
Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir	3,49	1,31	3,39	1,16	3,44	1,23
Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir	3,29	1,31	3,44	1,09	3,36	1,20
En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım	4,45	0,88	3,34	0,99	3,89	0,93
En fazla eşimin ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım	1,22	0,82	3,94	0,83	2,58	0,82
En fazla çocuğumun ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım	1,73	1,46	4,42	1,16	3,07	1,31
Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur	3,88	1,22	3,45	1,37	3,66	1,29
Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım	2,64	1,53	2,93	1,46	2,78	1,49
Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim	3,70	1,06	2,52	1,28	3,11	1,17
İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim	3,71	1,14	3,61	1,15	3,66	1,14
Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yaparım	2,66	1,36	3,05	1,41	2,85	1,38
Semt pazarından alışveriş yapmam	2,74	1,43	2,23	1,38	2,48	1,40
Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım	3,52	1,16	3,20	1,22	3,36	1,19
Her zaman organik gıdayı tercih ederim	2,86	1,31	2,99	1,34	2,92	1,32

3.4.3 Likert Soruların Güvenilirlik Testi

Kocaeli ilinde yaşayan bekâr ve evli katılımcıların tüketim alışkanlıklarının test edilmesi uygulanan anket çalışmasında ikinci bölümde yer alan likert soruların tüm bireyler tarafından aynı şekilde algılanıp algılanmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Evli bekâr katılımcılar soruları farklı şekillerde algırlarlar ise o soruların anket çalışmasından çıkarılması veya değiştirilmesi gerekir. Güvenilirlik testi bireylerin soruları aynı şekilde algılayıp algılamadığını ölçmektedir. Bu anket çalışmamızda güvenilirlik testi yapabilmek için SPSS 25.0 yazılımı üzerinden Cronbach's Alpha katsayısı bulunduktan sonra güvenilirlik testi için katılımcıların soruları algılama düzeyi tespit edilmiştir. Cronbach's Alpha katsayısının güvenilirlik açısından yorumları ise şu şekildedir.

- ❖ 0-.0,20 → çok az güvenilir
- ❖ 0,20-0,40 → az güvenilir
- ❖ 0,40-0,60 → orta düzeyde güvenilir
- ❖ 0,60-0,80 → güvenilir
- ❖ 0,80-1,00 → çok güvenilir veya tamamen güvenilir

Tablo 17: Güvenilirlik Testi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,851	25

Likert soruların güvenilirlik analizi yapıldığında Cronbach's Alpha katsayısının 0,851 olduğu bulunmuştur. Güvenilirlik %85 gibi yüksek bir oran bulunduğu için anketteki likert soruların güvenilirliği çok güvenilir veya tamamen güvenilirdir. Aşağıdaki tablo her bir likert soruda ölçeğin güvenilirliğinin ne kadar artacağını göstermektedir. Ayrıca ölçeğin ortalamasının ve varyansının güvenilirliğini ne kadar etkilediği belirtilmektedir.

Tablo 18: Likert Soruların Ortalama Varyans ve Crocbach' Alpha değerleri

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Alışverişe çıktığımda markalı ürünleri tercih ederim.	74,7086	216,445	,685	,836
Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir.	75,2988	225,557	,495	,843
İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım	74,9778	219,650	,662	,838
Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir	75,0691	221,698	,606	,840
Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım	74,4074	218,613	,627	,838
Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim	74,2642	218,556	,378	,849
Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir	73,7827	241,170	,055	,855
Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir	74,5012	219,508	,597	,839
Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir	74,8864	221,898	,576	,840
Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim	75,2988	213,769	,720	,835
Alışverişimi spontane yaparım	75,3457	221,380	,564	,841
Mağaza düzeni alışveriş kararımda etkilidir	75,2889	215,493	,706	,836
Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir	74,4074	226,009	,455	,844
Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir	74,4321	226,201	,471	,844
En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım	74,1111	228,822	,427	,845
En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım	74,8000	235,576	,133	,856
En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım	74,3062	243,990	-,055	,866
Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur	74,2247	235,214	,174	,853

Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım	74,9926	241,359	,013	,860
Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim	74,9086	233,296	,223	,852
İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim	74,1852	236,230	,187	,852
Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yapmışımdır	74,9086	239,940	,052	,858
Semt pazarından alışveriş yapmam	75,4173	221,996	,476	,843
Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım	74,5136	220,572	,613	,839
Her zaman organik gıdayı tercih ederim	74,8741	217,294	,638	,838

3.4.4 Araştırmanın Hipotezleri

Kocaeli ilinde yapılan medeni durumun rasyonel modern tüketici davranışları üzerindeki etkilerini inceleyebilmek için yapılan anket çalışmasının ilk bölümünde 9 tane demografik özelliklerinin incelenmesi için sorular sorulurken ikinci kısımda 25 tane 5’li likert ölçeği esas alınarak sorular oluşturulmuştur. SPSS programı üzerindeki kodlama aşağıda verilmiştir.

Demografik Soruların Kodlanması:

- ❖ 1.Soru: (1) Kadın (2) Erkek
- ❖ 2. Soru: (1) 18-25 yaş (2) 26-35 (3) 36-45 (4) 45-60 (5) 61 ve üstü
- ❖ 3.Soru: (1) Bekâr (2) Evli
- ❖ 4. Soru: (1)İlköğretim (2)Lise (3)Üniversite(Lisans) (4)Yüksek Lisans
- ❖ (5) Doktora
- ❖ 5.Soru: (1)Öğrenci (2)Kamu Sektörü (3)Özel Sektör (4)Serbest Meslek
- (5) Ev Hanımı
- ❖ 6.Soru: (1)Yok (2) 1 (3) 2 (4) 3 (5) 4 ve üstü
- ❖ 7.Soru: (1)Darıca (2)Gebze (3)İzmit (4)Kartepe (5)Gölcük
- ❖ 8.Soru: (1) Evet (2)Hayır

- ❖ 9.Soru: (1)0-2020TL (2)2021-3000TL (3)3001-4000TL (4)4001-5000TL
(5)5000TL ve üstü

Likert Ölçekleri Sorular İçin,

- ❖ (1) Kesinlikle Katılmıyorum
❖ (2) Katılmıyorum
❖ (3) Kısmen Katılıyorum
❖ (4) Katılıyorum
❖ (5) Kesinlikle Katılıyorum

Tüketicilerin satın alma karar süreçlerine etki eden etmenler çerçevesinde hazırlanan bu çalışmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

Tablo 19: Hipotezler

H₁ : “Alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂ : “Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₃ : “İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₄ : “Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₅ : “Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₆ : “Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₇ : “Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₈ : “Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₉ : “Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₀ : “Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₁ : “Alışverişimi spontane yaparım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₂ : “Mağaza düzeni alışveriş kararında etkilidir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₃ : “Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₄ : “Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₅ : “En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₆ : “En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₇ : “En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₈ : “Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₁₉ : “Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂₀ : “Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂₁ : “İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂₂ : “Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yapmışımdır.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂₃ : “Semt pazarından alışveriş yapmam.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂₄ : “Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H₂₅ : “Her zaman organik gıdayı tercih ederim.” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

3.4.5 Hipotezlerin Test Edilmesi ve Yorumlanması

Hipotezlerin test edilmesi amacıyla SPSS 25.0 yazılımı ile t- testi yapılarak analize devam edilmiştir. T testi iki farklı grup arasında ortalamaları açısından bir benzerlik olup olmadığını açıklayan ve en sık kullanılan hipotez testidir. Ayrıca t testi incelen

veri grubunun daha önce yapılan bir hipotez testinde farklı bir grup içerisinde olup olmadığı cevabını verirken bağımsız iki veri grubu arasında istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini açıklamaktadır (www.mustafaakca.org, 15.05.2019). Anketteki her bir soru için verilen cevaplar medeni duruma göre analiz edilmiş olup tablolar aracılığıyla hesaplanan t değeri ve %5’lik hata payı mukayese edilip hipotezlerin ret veya kabulü şeklinde karar verilmiştir. Daha sonra hipotezin ret veya kabul sonucuna göre veri grupları arasında korelasyon analiz yapılmıştır. Korelasyon analizi ile bir değişkenin diğer değişken ile arasındaki ilişki tespit edilirken, bu ilişkinin derecesini gösteren korelasyon katsayısı bulunmuştur. Elde edilen korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değere tekabül etmektedir. Katsayının negatif veya pozitif çıkması değişkenler arasındaki ilişkinin yönü hakkında ipucu vermektedir.

H_1 : “Alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir”. 138 bekâr katılımcıdan 9’u ilk soruya “kesinlikle katılmıyorum”, 24’ü “katılmıyorum”, 43’ü “kısmen katılıyorum”, 30’u “katılıyorum” ve 32’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 34’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 78’i “katılmıyorum”, 65’i “kısmen katılıyorum”, 38’i “katılıyorum” ve 53’ü ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 20).

Tablo 20: Medeni duruma göre “alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı.

H_1			Alışverişe çıktığım zaman markalı ürünleri tercih ederim					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	9	24	43	30	32	138
		%	6,52	17,39	31,15	21,73	23,18	100
	Evli	Kişi Sayısı	34	78	65	38	53	268
		%	12,68	29,10	24,25	14,17	19,77	100
Toplam		Kişi Sayısı	43	102	108	68	85	406
		%	10,59	25,12	26,60	16,74	20,93	100

Birinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,708 olarak hesaplanmıştır. $0,708 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlılığın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,36 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,99'dur.

H_2 : “Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir”. 138 bekâr katılımcıdan 18’i “kesinlikle katılmıyorum”, 56’sı “katılmıyorum”, 34’ü “kısmen katılıyorum”, 15’i “katılıyorum” ve 15’i ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 53’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 111’i “katılmıyorum”, 52’si “kısmen katılıyorum”, 32’si “katılıyorum” ve 20’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 21).

Tablo 21: Medeni duruma göre “satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_2			Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	18	56	34	15	15	138
		%	13,04	40,57	24,63	10,86	10,86	100
	Evli	Kişi Sayısı	53	111	52	32	20	268
		%	19,77	41,41	19,40	11,94	7,46	100
Toplam	Kişi Sayısı	71	167	86	47	35	406	
	%	17,48	41,13	21,18	11,57	8,62	100	

İkinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre incelemesi yapıldığında t testi sonucuna göre p değeri 0,003 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0,003 < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Bekârların ortalaması evlilerin ortalamasından büyük olduğu için ($2,63 > 2,45$) bekârların irrasyonel olduğu ifade edilebilir. Bu değişkenler

için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde (0,117**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğersinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum bekârların bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir.

H_3 : “İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir”. 138 bekâr katılımcıdan 10’u “kesinlikle katılmıyorum”, 49’u “katılmıyorum”, 38’i “kısmen katılıyorum”, 23’ü “katılıyorum” ve 18’i ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 34’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 88’i “katılmıyorum”, 70’i “kısmen katılıyorum”, 47’si “katılıyorum” ve 29’u ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 22).

Tablo 22: Medeni duruma göre “İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_3			İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	10	49	38	23	18	138
		%	7,24	35,50	27,53	16,66	13,04	100
	Evli	Kişi Sayısı	34	88	70	47	29	268
		%	12,68	32,83	26,11	17,53	10,82	100
Toplam		Kişi Sayısı	44	137	108	70	47	406
		%	10,83	33,74	26,60	17,24	11,57	100

Üçüncü hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,904 olarak hesaplanmıştır. $0,904 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,89 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,80’dir.

H_4 : “Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 12’si “kesinlikle katılmıyorum”, 52’si “katılmıyorum”, 40’ı “kısmen katılıyorum”, 20’si “katılıyorum” ve 16’sı ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 38’i bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 95’i “katılmıyorum”, 62’si “kısmen katılıyorum”, 49’u “katılıyorum” ve 24’ü ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 23).

Tablo 23: Medeni duruma göre “Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_4			Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	12	52	40	20	16	138
		%	8,69	37,68	28,98	14,49	11,59	100
	Evli	Kişi Sayısı	38	95	62	49	24	268
		%	14,17	35,44	23,13	18,28	8,95	100
Toplam		Kişi Sayısı	50	147	100	69	40	406
		%	12,31	36,20	24,63	16,99	9,85	100

Dördüncü hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,939 olarak hesaplanmıştır. $0,939 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,80 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,72’dir.

H_5 : “Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 14’ü “kesinlikle katılmıyorum”, 17’si “katılmıyorum”, 21’i “kısmen katılıyorum”, 50’si “katılıyorum” ve 36’sı ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 28’i bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 44’ü “katılmıyorum”, 64’ü “kısmen katılıyorum”,

68’i “katılıyorum” ve 64’ü ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 24).

Tablo 24: Medeni duruma göre “Alışverişlerimde kredi kartı kullanım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_5			Alışverişlerimde kredi kartı kullanım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	14	17	21	50	36	138
		%	10,14	12,31	15,21	36,23	26,08	100
	Evli	Kişi Sayısı	28	44	64	68	64	268
		%	10,44	16,41	23,88	25,37	23,88	100
Toplam	Kişi Sayısı	42	61	85	118	100	406	
	%	10,34	15,02	20,93	29,06	24,63	100	

Beşinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,207 olarak hesaplanmıştır. $0,207 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,54 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,35’tir.

H_6 : “Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 15’i “kesinlikle katılmıyorum”, 11’i “katılmıyorum”, 19’u “kısmen katılıyorum”, 53’ü “katılıyorum” ve 40’i ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 28’i bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 36’sı “katılmıyorum”, 71’i “kısmen katılıyorum”, 63’ü “katılıyorum” ve 69’u ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 25).

Tablo 25: Medeni duruma göre “Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_6			Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	15	11	19	53	40	138
		%	10,86	7,97	13,76	38,40	28,98	100
	Evli	Kişi Sayısı	8	36	71	63	69	268
		%	10,44	13,43	26,49	23,50	25,75	100
Toplam		Kişi Sayısı	43	47	90	116	109	406
		%	10,59	11,57	22,16	28,57	26,84	100

Altıncı hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,654 olarak hesaplanmıştır. $0,654 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,66 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,51’dir.

H_7 : “Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 11’i “kesinlikle katılmıyorum”, 20’si “katılmıyorum”, 32’si “kısmen katılıyorum”, 42’si “katılıyorum” ve 33’ü ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 4’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 7’si “katılmıyorum”, 22’si “kısmen katılıyorum”, 98’i “katılıyorum” ve 137’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 26).

Tablo 26: Medeni duruma göre “Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_7			Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	11	20	32	42	33	138
		%	7,97	14,49	23,18	30,43	23,91	100
	Evli	Kişi Sayısı	4	7	22	98	137	268
		%	1,49	2,61	8,20	36,56	51,11	100
Toplam		Kişi Sayısı	15	27	54	140	170	406
		%	3,69	6,65	13,30	34,48	41,87	100

Yedinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0 olarak hesaplanmıştır. $0 < 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olduğu sonucu çıkarılmaktadır.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Evlilerin ortalaması bekârların ortalamasından büyük olduğu için ($4,33 > 3,47$) evlilerin irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde ($0,371^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğersinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum evlilerin bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir.

H_8 : “Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 12’si “kesinlikle katılmıyorum”, 20’si “katılmıyorum”, 24’ü “kısmen katılıyorum”, 29’u “katılıyorum” ve 53’ü ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 26’sı bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 54’ü “katılmıyorum”, 94’ü “kısmen katılıyorum”, 38’i “katılıyorum” ve 56’sı ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 27).

Tablo 27: Medeni duruma göre “Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_8			Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	12	20	24	29	53	138
		%	8,69	14,49	17,39	21,01	38,40	100
	Evli	Kişi Sayısı	26	54	94	38	56	268
		%	9,70	20,14	35,07	14,17	20,89	100
Toplam		Kişi Sayısı	38	74	118	67	109	406
		%	9,35	18,22	29,06	16,50	26,84	100

Sekizinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre incelemesi yapıldığında t testi sonucuna göre p değeri 0,019 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0,019 < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Bekârların ortalaması evlilerin ortalamasından büyük olduğu için ($3,64 > 3,16$) bekârların irrasyonel olduğu söylenebilir. Ancak evlilerin ortalaması da 3,09 eşik değerinin üstünde olduğu için irrasyonel olarak kabul edilebilir. Oranlar karşılaştırıldığında bekâr tüketicilerin ortalaması daha büyük olduğu için evli tüketicilere göre daha irrasyoneldir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde negatif yönde ($0,160^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğersinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum bekârların bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir.

H_9 : “Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 14’ü “kesinlikle katılmıyorum”, 28’i “katılmıyorum”, 32’si “kısmen katılıyorum”,

32'si "katılıyorum" ve 32'si ise "kesinlikle katılıyorum" cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 33'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum", 85'i "katılmıyorum", 84'ü "kısmen katılıyorum", 42'si "katılıyorum" ve 24'ü ise "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 28).

Tablo 28: Medeni duruma göre "Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir" ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_9			Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	14	28	32	32	32	138
		%	10,14	20,28	23,18	23,18	23,18	100
	Evli	Kişi Sayısı	33	85	84	42	24	268
		%	12,31	31,71	31,34	15,67	8,95	100
Toplam		Kişi Sayısı	47	113	116	74	56	406
		%	11,57	27,83	28,57	18,22	13,79	100

Dokuzuncu hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre incelemesi yapıldığında t testi sonucuna göre p değeri 0,003 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0,003 < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Bekârların ortalaması evlilerin ortalamasından büyük olduğu için ($3,27 > 2,77$) bekârların irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde ($0,181^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğersinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum bekârların bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir.

H_{10} : “Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 31’i “kesinlikle katılmıyorum”, 36’sı “katılmıyorum”, 21’i “kısmen katılıyorum”, 24’ü “katılıyorum” ve 26’sı ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 86’sı bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 74’ü “katılmıyorum”, 53’ü “kısmen katılıyorum”, 30’u “katılıyorum” ve 25’i ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 29).

Tablo 29: Medeni duruma göre “Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{10}			Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	31	36	21	24	26	138
		%	22,46	26,08	15,21	17,39	18,84	100
	Evli	Kişi Sayısı	86	74	53	30	25	268
		%	32,08	27,61	19,77	11,19	9,32	100
Toplam		Kişi Sayısı	117	110	74	54	51	406
		%	28,81	27,09	18,22	13,30	12,56	100

Onuncu hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre incelemesi yapıldığında t testi sonucuna göre p değeri 0,013 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0,013 < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Bekârların ortalaması evlilerin ortalamasından büyük olduğu için ($2,83 > 2,38$) bekârların irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde negatif yönde ($0,144^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğersinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum bekârların bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir.

H_{11} : “Alışverişimi spontane yaparım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 34’ü “kesinlikle katılmıyorum”, 41’i “katılmıyorum”, 29’u “kısmen katılıyorum”, 18’i “katılıyorum” ve 16’sı ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 77’si bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 75’i “katılmıyorum”, 57’si “kısmen katılıyorum”, 41’i “katılıyorum” ve 18’i ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 30).

Tablo 30: Medeni duruma göre “Alışverişimi spontane yaparım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{11}			Alışverişimi spontane yaparım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	34	41	29	18	16	138
		%	24,63	29,71	21,01	13,04	11,59	100
	Evli	Kişi Sayısı	77	75	57	41	18	268
		%	28,73	27,98	21,26	15,29	6,71	100
Toplam		Kişi Sayısı	111	116	86	59	34	406
		%	27,33	28,57	21,18	14,53	8,37	100

On birinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,553 olarak hesaplanmıştır. $0,553 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,56 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,43’tür.

H_{12} : “Mağaza düzeni alışveriş kararında etkilidir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 33’ü “kesinlikle katılmıyorum”, 45’i “katılmıyorum”, 24’ü “kısmen katılıyorum”, 17’si “katılıyorum” ve 19’u ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 71’i bu

ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 78’i “katılmıyorum”, 52’si “kısmen katılıyorum”, 42’si “katılıyorum” ve 25’i ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 31).

Tablo 31: Medeni duruma göre “Mağaza düzeni alışveriş kararında etkilidir” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{12}			Mağaza düzeni alışveriş kararında etkilidir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	33	45	24	17	19	138
		%	23,91	32,60	17,39	12,31	13,76	100
	Evli	Kişi Sayısı	71	78	52	42	25	268
		%	26,49	29,10	19,40	15,67	9,32	100
Toplam		Kişi Sayısı	104	123	76	59	44	406
		%	38,80	30,29	18,71	14,53	10,83	100

On ikinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,482 olarak hesaplanmıştır. $0,482 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,59 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,52’dir.

H_{13} : “Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 11’i “kesinlikle katılmıyorum”, 26’sı “katılmıyorum”, 29’u “kısmen katılıyorum”, 30’u “katılıyorum” ve 42’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 20’si bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 34’ü “katılmıyorum”, 89’u “kısmen katılıyorum”, 69’u “katılıyorum” ve 56’sı ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 32).

Tablo 32: Medeni duruma göre “Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{13}			Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	11	26	29	30	42	138
		%	7,97	18,84	21,01	21,73	30,43	100
	Evli	Kişi Sayısı	20	34	89	69	56	268
		%	7,46	12,68	33,20	25,74	20,89	100
Toplam		Kişi Sayısı	31	50	118	99	98	406
		%	7,63	12,31	29,06	24,38	24,13	100

On üçüncü hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,008 olarak hesaplanmıştır. $0,008 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,49 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,39’dur.

H_{14} : “Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 15’i “kesinlikle katılmıyorum”, 26’sı “katılmıyorum”, 32’si “kısmen katılıyorum”, 34’ü “katılıyorum” ve 31’i ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 13’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 38’i “katılmıyorum”, 83’ü “kısmen katılıyorum”, 84’ü “katılıyorum” ve 50’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 33).

Tablo 33: Medeni duruma göre ‐Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir‐ ifadesine verilen cevapların dağılımları

H_{14}			Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	15	26	32	34	31	138
		%	10,86	18,84	23,18	24,63	22,46	100
	Evli	Kişi Sayısı	13	38	83	84	50	268
		%	4,85	14,17	30,97	31,34	18,65	100
Toplam		Kişi Sayısı	28	64	115	118	81	406
		%	6,89	15,76	28,32	29,06	19,95	100

On dördüncü hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,001 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için (0,001<0,005) olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Evlilerin ortalaması bekârların ortalamasından büyük olduğu için (3,44>3,29) evlilerin irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde (0,056*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Negatif ilişki değişkenlerden biri artarken diğerinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum evlilerin bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir. Bekâr tüketicilerin ortalaması 3,09 eşik değerin altında olduğu için irrasyonel tanımı onlar için de yapılmaktadır. Ancak evli tüketiciler ile ortalamaları karşılaştırıldığında daha az irrasyonel davranışlar sergiledikleri görülmektedir.

H_{15} : ‐En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım‐ ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 3’ü ‐kesinlikle katılmıyorum‐, 1’si ‐katılmıyorum‐, 15’i ‐kısmen katılıyorum‐, 30’u

“katılıyorum” ve 89’u ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 8’i bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 42’si “katılmıyorum”, 105’i “kısmen katılıyorum”, 76’sı “katılıyorum” ve 37’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 34).

Tablo 34: Medeni duruma göre “En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{15}			En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	3	1	15	30	89	138
		%	2,17	0,72	10,86	21,73	64,49	100
	Evli	Kişi Sayısı	8	42	105	76	37	268
		%	2,98	15,67	39,17	28,35	13,80	100
Toplam		Kişi Sayısı	11	43	120	106	126	406
		%	2,70	10,59	29,55	26,10	31,03	100

On beşinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,029 olarak hesaplanmıştır. $0,029 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 4,45 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,34’tür.

H_{16} : “En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 127’si “kesinlikle katılmıyorum”, hiçbir katılımcı “katılmıyorum”, 1’i “kısmen katılıyorum”, 8’i “katılıyorum” ve 2’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 2’si bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 11’i “katılmıyorum”, 57’si “kısmen katılıyorum”, 129’u “katılıyorum” ve 69’u ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 35).

Tablo 35: Medeni duruma göre “En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{16}			En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	127	0	1	8	2	138
		%	92,02	0	0,72	5,79	1,44	100
	Evli	Kişi Sayısı	2	11	57	129	69	268
		%	0,74	4,10	21,26	4,81	25,74	100
Toplam		Kişi Sayısı	129	11	58	137	71	406
		%	31,77	2,70	14,28	33,74	17,48	100

On altıncı hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,006 olarak hesaplanmıştır. $0,006 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak bir anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 1,22 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,94’tür.

H_{17} : “En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 108’i “kesinlikle katılmıyorum”, hiçbir katılımcı “katılmıyorum”, 6’sı “kısmen katılıyorum”, 4’ü “katılıyorum” ve 20’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 23’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 2’si “katılmıyorum”, 6’sı “kısmen katılıyorum”, 45’i “katılıyorum” ve 192’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 36).

Tablo 36: Medeni duruma göre “En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{17}			En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	108	0	6	4	20	138
		%	78,26	0	4,34	2,89	14,49	100
	Evli	Kişi Sayısı	23	2	6	45	192	268
		%	8,58	0,74	2,23	16,79	71,64	100
Toplam		Kişi Sayısı	131	2	6	45	212	406
		%	32,26	0,49	1,47	11,08	52,21	100

On yedinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0 < 0,005$) olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Evlilerin ortalaması bekârların ortalamasından büyük olduğu için ($4,42 > 1,73$) evlilerin irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde ($0,688^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğeri de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum evlilerin bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir. Bu durumda harcamalar içerisinde en çok payı çocuğa ayıran evli bireylerdir.

H_{18} : “Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 12’si “kesinlikle katılmıyorum”, 72’si “katılmıyorum”, 17’si “kısmen katılıyorum”, 49’u “katılıyorum” ve 53’ü ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 34’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 41’i “katılmıyorum”, 37’si

“kısmen katılıyorum”, 80’i “katılıyorum” ve 75’i ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 37).

Tablo 37: Medeni duruma göre “Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{18}			Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	12	7	17	49	53	138
		%	8,69	5,07	12,31	35,50	38,40	100
	Evli	Kişi Sayısı	34	41	37	80	75	268
		%	12,68	15,29	13,80	29,85	27,98	100
Toplam		Kişi Sayısı	46	48	54	129	128	406
		%	11,33	11,82	13,30	31,77	31,52	100

On sekizinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0 < 0,005$) olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Bekârların ortalaması evlilerin ortalamasından büyük olduğu için ($3,88 > 3,45$) bekârların irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde ($0,141^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğerinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum bekârların bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir. Bu durumda bekâr bireylerin alışveriş listesi hazırlama alışkanlığı evli bireylere göre daha azdır. Evli tüketicilerin de 3,09 eşik değerinin üstünde olduğu için irrasyonel olduğu söylenebilir. Ancak bekâr tüketiciler ile ortalama dereceleri karşılaştırıldığında daha düşük olduğu için daha az irrasyoneldir.

H_{19} : “Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 50’si “kesinlikle katılmıyorum”, 21’i “katılmıyorum”, 19’u “kısmen katılıyorum”, 25’i “katılıyorum” ve 23’ü ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 60’ı bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 59’u “katılmıyorum”, 44’ü “kısmen katılıyorum”, 49’u “katılıyorum” ve 56’sı ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 38).

Tablo 38: Medeni duruma göre “Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{19}			Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	50	21	19	25	23	138
		%	36,23	15,21	13,76	18,11	16,66	100
	Evli	Kişi Sayısı	60	59	44	49	56	268
		%	22,38	22,01	16,41	18,28	20,89	100
Toplam		Kişi Sayısı	110	80	63	74	79	406
		%	27,09	19,70	15,51	18,22	19,45	100

On dokuzuncu hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,111 olarak hesaplanmıştır. $0,111 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,64 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,93’tür.

H_{20} : “Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 4’ü “kesinlikle katılmıyorum”, 14’ü “katılmıyorum”, 38’i “kısmen katılıyorum”, 46’sı “katılıyorum” ve 36’sı ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 79’u bu

ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 56’sı “katılmıyorum”, 68’i “kısmen katılıyorum”, 44’ü “katılıyorum” ve 21’i ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 39).

Tablo 39: Medeni duruma göre “Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{20}			Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	4	14	38	46	36	138
		%	2,89	10,14	27,53	33,33	26,08	100
	Evli	Kişi Sayısı	79	56	68	44	21	268
		%	29,47	20,89	25,37	16,41	7,83	100
Toplam		Kişi Sayısı	83	70	106	90	57	406
		%	20,44	17,24	26,10	22,16	14,03	100

Yirminci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0 olarak hesaplanmıştır. T hesaplanan değeri hata payından küçük olduğu için ($0 < 0,005$) olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu kanaatine varılmaktadır. Bekâr ve evli katılımcıların farklı yanıtlar verdiği görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bekâr ve evli katılımcıların hangisinin daha rasyonel davrandığı ortaya çıkmaktadır. Bekârların ortalaması evlilerin ortalamasından büyük olduğu için ($3,70 > 2,52$) bekârların irrasyonel olduğu söylenebilir. Bu değişkenler için korelasyon testine bakıldığında iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde ($0,411^*$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pozitif ilişki değişkenlerden biri artarken diğerinin de artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum bekârların bu ifade için daha az rasyonel tutum içinde olduğunu göstermektedir. Bu durumda bekâr bireyler evli bireylere göre yalnız alışveriş yapmayı tercih etmektedirler.

H_{21} : “İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 bekâr katılımcıdan 5’i “kesinlikle katılmıyorum”, 18’i “katılmıyorum”, 32’si “kısmen katılıyorum”, 40’ı “katılıyorum” ve 42’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 10’u bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 39’u “katılmıyorum”, 72’si “kısmen katılıyorum”, 70’i “katılıyorum” ve 77’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 40).

Tablo 40: Medeni duruma göre “İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{21}			İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekâr	Kişi Sayısı	5	18	32	40	42	138
		%	3,62	13,04	23,18	28,98	30,43	100
	Evli	Kişi Sayısı	10	39	72	70	77	268
		%	3,73	14,55	26,86	26,11	28,73	100
Toplam		Kişi Sayısı	15	57	104	110	119	406
		%	3,69	14,03	25,61	27,09	29,31	100

Yirmi birinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,659 olarak hesaplanmıştır. $0,659 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,71 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,61’dir.

H_{22} : “Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yaparım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 katılımcıdan 30’u “kesinlikle katılmıyorum”, 43’ü “katılmıyorum”, 30’u “kısmen katılıyorum”, 12’si “katılıyorum” ve 23’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 40’ı bu ifadeye

“kesinlikle katılmıyorum”, 74’ü “katılmıyorum”, 51’i “kısmen katılıyorum”, 37’si “katılıyorum” ve 66’sı ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 41).

Tablo 41: Medeni duruma göre “Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yaparım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{22}			Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yaparım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	30	43	30	12	23	138
		%	21,73	31,15	21,73	8,69	16,66	100
	Evli	Kişi Sayısı	40	74	51	37	66	268
		%	14,92	27,61	19,02	13,80	24,62	100
Toplam		Kişi Sayısı	70	117	81	49	89	406
		%	17,24	28,81	19,95	12,06	21,92	100

Yirmi ikinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,607 olarak hesaplanmıştır. $0,607 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,66 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,05’tir.

H_{23} : “Semt pazarından alışveriş yapmam” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 katılımcıdan 33’ü “kesinlikle katılmıyorum”, 37’si “katılmıyorum”, 23’ü “kısmen katılıyorum”, 20’si “katılıyorum” ve 25’i ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 118’i bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 55’i “katılmıyorum”, 36’sı “kısmen katılıyorum”, 32’si “katılıyorum” ve 27’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 42).

Tablo 42: Medeni duruma göre “Semt pazarından alışveriş yapmam” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{23}			Semt pazarından alışveriş yapmam					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	33	37	23	20	25	138
		%	23,91	26,81	16,66	14,49	18,11	100
	Evli	Kişi Sayısı	118	55	36	32	27	268
		%	44,02	20,52	13,43	11,94	10,07	100
Toplam		Kişi Sayısı	151	92	59	52	52	406
		%	37,19	22,66	14,53	12,80	12,80	100

Yirmi üçüncü hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,377 olarak hesaplanmıştır. $0,377 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,74 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,23’tür.

H_{24} : “Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 katılımcıdan 7’si “kesinlikle katılmıyorum”, 18’i “katılmıyorum”, 45’i “kısmen katılıyorum”, 31’i “katılıyorum” ve 37’si ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 24’ü bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 50’si “katılmıyorum”, 96’sı “kısmen katılıyorum”, 42’si “katılıyorum” ve 56’si ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 43).

Tablo 43: Medeni duruma göre “Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{24}			Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	7	18	45	31	37	138
		%	5,07	13,04	32,60	22,46	26,81	100
	Evli	Kişi Sayısı	24	50	96	42	56	268
		%	8,95	18,65	35,82	10,34	20,89	100
Toplam		Kişi Sayısı	31	68	141	73	93	406
		%	7,63	16,74	34,72	17,98	22,90	100

Yirmi dördüncü hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,956 olarak hesaplanmıştır. $0,956 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,52 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 3,20'tür.

H_{25} : “Her zaman organik gıdayı tercih ederim” ifadesine verilen cevaplar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. 138 katılımcıdan 21'i “kesinlikle katılmıyorum”, 41'i “katılmıyorum”, 33'ü “kısmen katılıyorum”, 19'u “katılıyorum” ve 24'ü ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. 268 evli katılımcının 35'i bu ifadeye “kesinlikle katılmıyorum”, 76'sı “katılmıyorum”, 73'ü “kısmen katılıyorum”, 24'ü “katılıyorum” ve 60'ı ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermeyi tercih etmiştir (Tablo 44).

Tablo 44: Medeni duruma göre “Her zaman organik gıdayı tercih ederim” ifadesine verilen cevapların dağılımı

H_{25}			Her zaman organik gıdayı tercih ederim					Toplam
			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Medeni Durum	Bekar	Kişi Sayısı	21	41	33	19	24	138
		%	15,21	29,71	23,91	13,76	17,39	100
	Evli	Kişi Sayısı	35	76	73	24	60	268
		%	13,05	28,35	27,23	8,95	22,38	100
Toplam		Kişi Sayısı	56	117	106	43	84	406
		%	13,79	28,81	26,10	10,59	20,68	100

Yirmi beşinci hipotez için verilen yanıtların medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini t-testi yaparak ortaya koyulmaktadır. %5 hata payı ile yapılan t testinde p değeri 0,903 olarak hesaplanmıştır. $0,903 > 0,005$ olduğu için bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Bekâr katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,86 iken evli katılımcıların bu soruya verdiği cevapların ortalaması 2,99’dur.

3.4.6 Likert Soruların Ortalamalarının Demografik Veriler İle Analizi

Kocaeli ilinde yaşayan evli ve bekâr bireylerin tüketim alışkanlıklarının incelenmesi noktasında yapılan anket sonucu elde edilen ölçeklerin ortalamaları ikiden fazla grup ile karşılaştırıldığında ANOVA testi ile inceleme yapılmaktadır. Test edilecek hipotezler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 45: ANOVA Testinin Hipotezleri

H_{26} : Likert soruların ortalamaları “yaş” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.
H_{27} : Likert soruların ortalamaları “eğitim” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.
H_{28} : Likert soruların ortalamaları “meslek” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.
H_{29} : Likert soruların ortalamaları “çocuk sayısı” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.
H_{30} : Likert soruların ortalamaları “yaşadığı yer” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.
H_{31} : Likert soruların ortalamaları “aylık gelir” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.
H_{32} : Likert soruların ortalamaları “alışverişe çıkma sıklığı” değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 46: Likert Soru Ortalama Hipotezlerinin Testi

Temel Hipotez	Alternatif Hipotez	p değeri	α
Likert soruların ortalamaları “yaş” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “yaş” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0,015	0,05
Likert soruların ortalamaları “eğitim” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “eğitim” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0	0,05
Likert soruların ortalamaları “meslek” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “meslek” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0	0,05
Likert soruların ortalamaları “çocuk sayısı” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “çocuk sayısı” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0	0,05
Likert soruların ortalamaları “yaşadığı yer” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “yaşadığı yer” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0	0,05
Likert soruların ortalamaları “aylık gelir” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “aylık gelir” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0	0,05
Likert soruların ortalamaları “alışverişe çıkma sıklığı” değişkenine göre farklılık göstermemektedir	Likert soruların ortalamaları “alışverişe çıkma sıklığı” değişkenine göre farklılık göstermektedir	0	0,05

P değeri hata payı değerinden küçük ise ($p < \alpha$) temel hipotez reddedilir. Alternatif hipotez kabul edilmektedir. Likert Soru Ortalama Hipotezlerinden elde edilen p değerleri α değeri ile karşılaştırıldığında H_{26} için p değeri α değerinden küçük olduğu için ($0,015 < 0,5$) temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “yaş” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Beş farklı yaş gruplarından en az bir tanesi diğerlerinden farklıdır. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre 26-35 yaş grubunun likert sorulara verdiği cevaplar çerçevesinde değeri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. Bu yaş grubunun daha rasyonel davrandığı tespit edilmektedir. 18-25 arası katılımcıların diğer gruplara göre değeri daha azdır. Bu yaş grubunun irrasyonel davrandığı görülmektedir. H_{27} için $0 < 0,05$ olduğu için temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “eğitim” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre doktora eğitim düzeyine sahip katılımcıların diğer eğitim gruplarından daha yüksek bir değere sahip olduğu görülmektedir. Doktora düzeyindeki katılımcıların daha rasyonel davrandığı görülmektedir. İlköğretim düzeyinde olan katılımcıların değeri diğer eğitim düzeyindeki gruplara göre daha düşüktür. İlköğretim mezunlarının irrasyonel davrandığı görülmektedir. H_{28} için $0 < 0,05$ olduğu için temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “meslek” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre kamu sektöründe çalışan katılımcıların diğer meslek gruplarına göre daha yüksek bir değere sahip oldukları görülmektedir. Bu sektörde çalışan katılımcıların rasyonel davrandıkları görülmektedir. Ev hanımı olan katılımcıların değeri diğer meslek gruplarına göre daha düşüktür. Ev hanımlarının irrasyonel hareket ettikleri görülmektedir. H_{29} için $0 < 0,05$ olduğu için temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “çocuk sayısı” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre 1 çocuğa sahip katılımcıların diğer katılımcılara göre değerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. 4 ve üstü çocuğa sahip katılımcıların değeri diğer gruplara göre daha düşüktür. 1 çocuğa sahip katılımcıların 4 ve üstü çocuğa sahip katılımcılardan daha rasyonel davrandıkları görülmektedir. H_{30} için $0 < 0,05$ olduğu için temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “yaşadığı yer” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre İzmit’te yaşayan katılımcıların ortalama değeri diğer yerlerde yaşayan katılımcılara göre daha yüksektir. Gölcük’te

yaşayan katılımcıların değeri diğer semtlerde yaşayan katılımcıların değerine göre daha düşüktür. İzmit'te yaşayan katılımcıların Gölcük'te yaşayan katılımcılara göre daha rasyonel davrandıkları görülmektedir. H_{31} için $0 < 0,05$ olduğu için temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “aylık gelir” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre 5001TL ve üstü gelire sahip katılımcıların değeri diğer gelir gruplarına göre daha yüksektir. Aylık geliri 0-2020TL olan katılımcıların değeri diğer gruplara göre daha düşüktür. 5001TL aylık gelire sahip katılımcıların 0-2020TL'ye sahip katılımcılara göre daha rasyonel davrandığı tespit edilmektedir. H_{32} için $0 < 0,05$ olduğu için temel hipotez reddedilir. Likert soruların ortalamaları “alışverişe çıkma sıklığı” değişkenine göre farklılık göstermektedir. Post-Hoc testi içerisinde Tukey ve Bonferroni değerlerine göre haftada 7 ve daha fazla alışverişe çıkan katılımcıların diğer katılımcılara göre değeri daha yüksektir. Haftada hiç alışverişe çıkmayan katılımcıların değeri diğer gruplara göre en azdır. Haftada 7 ve daha fazla alışverişe çıkan katılımcıların hiç alışverişe çıkmayan katılımcılara göre daha rasyonel davrandıkları tespit edilmektedir.

SONUÇ

Yeni ve dinamik bir çalışma alanı olarak iktisat bilimi içerisinde yer almaya başlayan davranışsal iktisat alanı, bireylerin tüketim alışkanlıklarında meydana gelen farklılıkların açıklanması hususunda esas alınmaktadır. Neo-klasik Okul'un yaklaşımlarının tıkanıdığı noktada kapı aralayan davranışsal iktisat bireylerin karar mekanizmalarının işleyiş sürecine önemli katkılar yapmaktadır. Bireylerin tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olan en önemli faktörlerden biri medeni durumdur. Bireylerin evli veya bekâr olması tüketim eğilimlerini farklılaştırmaktadır.

Bu çalışma, Kocaeli ilinde yaşayan bekâr ve evli tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesine ve iktisadi karar süreç sonucunda rasyonel veya irrasyonel davranma biçimlerinin açıklanmasına katkı sağlamıştır. Anket çalışmasına 406 birey katılımı sağlamıştır. Katılımın çoğunluğunu erkek, 36-45 yaş arası, lise eğitim düzeyine sahip, özel sektörde çalışan, evli ve aylık geliri 2021-3000TL olan tüketiciler oluşturmaktadır.

Yapılan anket çalışmasının kapsamı incelendiğine ilk kısımda katılımcıların demografik özelliklerinin tespiti için sorular hazırlanmıştır. İkinci kısımda 25 tane likert ölçeğe sahip tüketim alışkanlıklarına dair sorular hazırlanmıştır. IMP SPSS 25.0 programı üzerinden elde edilen istatistiksel sonuçlara göre hazırlanan 25 sorudan 8 tanesinin medeni duruma göre evli ve bekâr tüketiciler arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Geriye kalan 17 tanesinin medeni durum üzerinde tüketim alışkanlıklarını etkilemediği saptanmıştır. Evli ve bekâr tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının farklılaştığı soruların sonuçları aşağıda verilmiştir.

- ❖ “Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir” hipotezi analiz sonucunda bekâr tüketicilerin evli tüketicilere göre daha irrasyonel olduğu sonucuna varılmaktadır.
- ❖ “Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir” hipotezi analiz sonucunda evli tüketicilerin bekâr tüketicilere göre daha irrasyonel olduğu sonucuna varılmaktadır.
- ❖ “Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir” hipotezi analiz sonucunda bekâr tüketicilerin evli tüketicilere göre daha irrasyonel olduğu sonucuna varılmaktadır.

- ❖ “Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir” hipotezi analiz sonucunda evli tüketiciler rasyonel davranırken; bekâr tüketiciler irrasyonel davranmaktadır.
- ❖ “Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir” hipotezi analiz sonucunda evli tüketicilerin bekâr tüketicilere göre daha irrasyonel olduğu sonucuna varılmaktadır.
- ❖ “En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım” hipotezi analiz sonucunda evli tüketiciler irrasyonel davranırken; bekâr tüketiciler rasyonel davranmaktadır.
- ❖ “Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur” hipotezi analiz sonucunda bekâr tüketicilerin evli tüketicilere göre daha irrasyonel olduğu sonucuna varılmaktadır.
- ❖ “Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim” hipotezi analiz sonucunda bekâr tüketiciler irrasyonel davranırken; evli tüketiciler rasyonel davranmaktadır.

Anket çalışmasında katılımcıların demografik durumunun analizi için verilen sorulardan ikiden daha fazla seçeneği olan yaş, eğitim, meslek, çocuk sayısı, yaşadığı yer, aylık gelir, alışverişe çıkma sıklığı değişkenlerinin likert ölçekli sorulara verilen cevapların ortalamaları ile ANOVA testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

- ❖ 26-35 yaş grubunun rasyonel davrandığı tespit edilirken, 18-25 yaş grubunun irrasyonel davrandığı görülmüştür.
- ❖ Doktora eğitim düzeyine sahip tüketicilerin rasyonel davrandığı tespit edilirken, ilköğretim düzeyindeki tüketicilerin irrasyonel davrandığı görülmüştür.
- ❖ Kamu sektöründe çalışan tüketicilerin rasyonel davrandığı tespit edilirken, ev hanımı olan tüketicilerin irrasyonel davrandığı görülmüştür.
- ❖ 1 çocuk sahibi tüketicilerin rasyonel davrandığı tespit edilirken, 4 çocuk sahibi tüketicilerin irrasyonel davrandığı görülmüştür.
- ❖ İzmit’te yaşayan tüketicilerin rasyonel davrandığı tespit edilirken, Gölcük’te yaşayan tüketicilerin irrasyonel davrandığı görülmüştür.

- ❖ Haftada 7 defa alışverişe çıkan tüketicilerin rasyonel davrandığı tespit edilirken, hiç alışverişe çıkmayan tüketicilerin irrasyonel davrandığı görülmüştür.

Sonuç olarak, davranışsal iktisat perspektifinde medeni durumun rasyonel modern tüketici davranışları üzerindeki etkileri (Kocaeli ili örneği) başlıklı çalışma ile Kocaeli ilinde yaşayan evli ve bekâr tüketicilerin tüketim alışkanlıkları dikkate alındığında rasyonel ve irrasyonel davranma durumları ile ilgili bir genelleme yapmak doğru bir sonuç olmayacaktır. Çünkü katılımcıların bazı durumlarda rasyonel davrandıkları görülmekteyken, bazı durumlarda irrasyonel kararlar verdikleri görülmektedir. Bu durum evli veya bekâr olma faktörüne göre değişiklik göstermektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Altunöz, U., & Altunöz, H. (2016). Davranışsal Ekonomi (Nörofinans). Seçkin Yayıncılık: Ankara
- Bocutoğlu, E. (2012). İktisadi Düşünceler Tarihi. Trabzon: Murathan Yayınevi.
- Bocutoğlu, E. (2016). İktisadi Düşünceler Tarihi: Ekin Yayınevi.
- Buğra, A. (1995). İktisatçılar ve İnsanlar, İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul.
- Camerer, C. ve Loewenstein, G. (2002). "Behavioral Economics; Past, Present, Future", Advances in Behavioral Economics, Russell Sage Foundation, New York.
- Chisnall, P.M. (1975). Marketing: A Behavioral Analysis. UK: Mc Graw Hill.
- Demir, Ö. (2013). Akıl ve Çıkar: Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği. Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Frey, B. S. & Stutzer, A. (2002). What can Economists Learn From Happiness research? Journal of Economic Literature.
- Guerrien, B. (1999). Neo-Klasik İktisat. Çev: Ertuğrul Tokdemir. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hamlin, A. P. (1986). Ethics economics and the state, Brighton: Wheatshelf Books Ltd.
- Kahneman, D. (2015). Hızlı ve yavaş düşünme. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Ruben, E. (2013). İktisadın Unuttuğu İnsan. Bağlam Yayınları, İkinci Baskı, İstanbul.
- Ruben, E. (2013). İktisadın Unuttuğu İnsan. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Ruben, E. ve Dumludağ, D. (2015). İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar. İmge Kitabevi
- Simon, H.A. (1957). Models of Man, Social and Rational: Mathematical Essays on Rational Human Behavior in Social Setting, New York: John Wiley and Sons.
- Shleifer, A. (2000). Inefficientmarkets: An introductionto Behavioral Finance. Oxford University Press.
- Tokol, T. (1990). Pazarlama Yönetimi. Bursa: Acar Matbaacılık.
- Ulaş, S.E. (2002). Felsefe Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Makaleler, Bildiriler ve Diğer Basılı Yayınlar

- Acar, G. T. (2005). Neoklasik İktisat Teorisine Metodolojik Açıdan Eleştirel Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akyıldız, H. (2006). Freud'çu Liberal ve Marksist Kişilik Kuramlarının Türevi Olarak Toplum, İktisat ve Siyaset Teorileri. Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi. 6(11): 7-8.

Akyıldız, H. (2008). Tartışılan Boyutlarıyla “Homo Economicus”. Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi. 13(2): 36-38.

Albayrak, Ö. (2003). Refah İktisadının Teorik Temelleri: Piyasa ve Refah İlişkisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: AÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Angner, E. ve Loewenstein, G. (2006). Behavioral Economics. Handbook of the Philosophy of Science, 5, 18.

Ardıç. K. (Ed.). (2004). İktisat Öğrencilerinden Öğretim Üyelerine ve Bu Disiplinin Öğretilmesinden Sorumlu Herkese Açık Mektup, Post Otistik İktisat, İstanbul, İFMC İktisat Dergisi Yayınları, ss.25.

Baloğlu, F. (2000). “Rasyonelite ve Ekonomik Sosyoloji” Sosyoloji Konferansları Dergisi, 26, 220-221.

Bocutoğlu, E. (2012). İktisat Teorisinde Emegın Öyküsü: Değerin Kaynağı Olan Emekten Marjinal Faydanın Türevi Olan Emegë Yolculuk. Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 1(1), 143-144.

Cameer, Colin ve George Loewenstein, “Behavioral Economics: Past, Present, Future”, Colin F. Cameer, George Loewenstein, Matthew Rabin (Ed), Advances in Behavioral Economics içinde, New York: Princeton University Press, 2004, ss.5-6.

Çekiç, S. (2016). Davranışsal iktisat bağlamında cinsiyet farkının tüketici tercihlerine etkisi: Bartın örneğı. Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, Bartın.

Demirel, S.K. ve Artan, S. (2016). “Nöroiktisat ve İktisat Biliminin Geleceğine İlişkin Tartışmalar” Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi 2(1), 4.

Durusoy, S. (2008). İktisat Biliminin Yeri ve Yöntemi Neden Sorgulanıyor? Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi 5(1): 11-15.

Eser, R. ve Toigonbaeva, D. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak Davranışsal İktisat, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 289-292.

Fırat, D. (2003). Yaşam Tarzının Otomobil Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İrızık, G. & Buğra, A. (1998). İnsan Doğası, İnsan İhtiyaçları ve İktisat, Bilimleri Yeniden Düşünmek (Yayına Hazırlayan: Toplum ve Bilim & Defter Dergileri Ortak Çalışma Grubu) İçinde, s. 35.

Kabaş, T. (2018). Alfred Marshall’ın Neoklasik İktisat Düşüncesinin Sosyal Özellikleri, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(64), 183-192.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An analysis of decision under risk, Econometrica: Journal of the Econometric Society, 263.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1984). Choices, values and frames. American psychologist, 39(4), 341.

Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for Behavioral Economics. American Economic Review, 1449-1475.

Kahneman, D. (2003). A Psychological Perspective on Economics, *The American Economic Review*, 93(2), 162.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.

Karaca, Ö. (2017). Davranışsal İktisat Çerçevesinde Bireylerin Tüketim Davranış Eğilimleri: Kamu Çalışanları Örneği. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Kitapçı, İ. (2017). Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(1). 89-94.

Köseoğlu, Ö., (2002). Değişim Fenomeni Karşısında Markalaşma Süreci ve Bu Süreçte Halkla İlişkilerin Rolü. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Loudon, D. ve Della Bitta, A.J. (1988). *Consumer Behavior Concepts and Applications*. (3.Basım) USA: Mc Graw Hill.

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB). (2012). Aile ve Tüketici Hizmetleri, Tüketici Davranış Modelleri, Ankara: MEB.

Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2007). *Tüketici Davranışı*. (7. Baskı). İstanbul: MediaCat.

O. Onaran. (1981). Çalışma Yaşamında Güdülenme Kuramları. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Orhan, İ. (2002). Satın Alınan Ürünlerle İlişkin Duyguların Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerini Bakımından İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: AÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Örücü, E. ve Tavşancı, S. (2001). Gıda ürünlerinde Tüketicinin Satın Alma Eğilimini Etkileyen Faktörler ve Ambalajlama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3). 111.

Pehlivanoğlu, F. ve Şenveli, Ç. (2019). İktisat Biliminde Yöntem Tartışması: Carl Menger Ve Gustav Schmoller Çekişmesi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 198.

Rabin, M. (1998). Psychology and Economics. *Journal of Economic Literature*, 36(1).

Ruben, E. ve Dumludağ, D. (2015a). Davranışsal İktisadın Gelişimi, *İktisat ve Toplum Dergisi* 5(58), 4-42.

Ruben, E. ve Dumludağ, D. (2015b). İktisat ve Psikoloji. Dumludağ, D., Gökdemir, Ö., Neyse, L. ve Ruben, E. (Ed.) *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar İçinde*. 43-47. Ankara: İmge Kitapevi.

Schiffman, L.G. ve Kanuk, L.L. (2000). *Consumer Behavior*. (7.Baskı). New Jersey: Pearson Education Inc.

Simon, A. H. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1): 113.

Simon, H. A. (1978). Rationality as process and as product of thought. *American Economic Review*, 68(2), 2.

Şeniğne, B. (2011). Rasyonalite Kavramına Deneysel ve Davranışsal İktisat Bağlamında Yeni Bir Bakış Açısı: Nöroiktisat. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: MÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tarı, R., & Pehlivanoğlu, F. (2007). Kocaeli İlinde Tüketici Davranışlarının Gelir-Harcama Grupları İlişkisi Açısından Analizi (Tüketim Harcamaları Profili). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (13), 192-210.

Tek Ö.B. (1990). Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar. İzmir: Memleket Matbaası.

Thaler, R. H. (1997). Irving Fisher: modern behavioral economist. The American economic review, 87(2), 439.

Thaler, R.H. ve Sunstein, C.R. (2008). Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness. London & Newyork: Routledge.

Toigonbaeva, D., ve Eser, R. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 296.

Türkmen, Nermin Ceren ve diğerleri (2012) “Çerçeve Etkisi Uygulama Örneği: Rasyonel Bireye Eleştirel Bir Bakış”, Okan Üniversitesi Finansal Riskleri Araştırma Ve Uygulama Merkezi, Tartışma Notları.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. The Quartely Journal of Economics.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty. Journal of Risk and uncertainty, 5(4), 297-323.

White, Mark D. “Recounseling Methodology”, 10:2, 2003, ss. 223-236.

White, Mark D. (2004), Can Homo Economicus Follow Kant’s Categorical Imperative?, Journal of Socio-Economics, 33, Staten Island, pp. 90-96.

Yalçın, Y. (2012). Davranışsal İktisat Yaklaşımıyla Rekabetçi Piyasa Analizi, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:133, Rekabet Kurumu, Ankara.

Elektronik Kaynaklar

Akerlof, G. (2001). Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior, Prize Lecture, December 8, 2001 <http://www.nobelprize.org/nobel-prizes/economic-sciences/laureates/2001/akerlof-lecture.pdf>.

Consumer Behavior: How People Make Buying Decisions. (t.y). <https://resources.saylor.org/wwwresources/archived/site/wpcontent/uploads/2013/02/BUS203-PoM-Ch3.pdf>.

Hanehalkının Tercihleri Fayda ve Talep, http://www.acikders.org.tr/pluginfile.php/1566/mod_resource/content/1/hafta_04_Tercihler.pdf?forcedownload=1 (01.05.2019).

Kardinal Fayda ve Azalan Marjinal Fayda Teorisi. (2019). <https://ekonomihukuk.com/mikro-iktisat/kardinal-fayda-teorisi/> (13.05.2019).

Matsuyama, N. (2009), "Relativity of Alfred Marshall's Psychological Research and Economics", <http://room409-1.ih.otaru-uc.ac.jp/~yss2009/papers/Matsuyama%2020090325.pdf>, (Erişim: 14.04.2019).

t-Testi. (2019). <http://mustafaakca.com/t-testi/> (15.05.2019).



EKLER

EK-1

ANKET SORULARI

Bu anket çalışması, Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bölümü'nde Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU danışmanlığında yürütülen İktisat Teorisi ve Tarihi Yüksek Lisans öğrencisi Çağla ŞENVELİ tarafından hazırlanan "Davranışsal İktisat Perspektifinde Medeni Durumun Rasyonel Modern Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri: Kocaeli ili Örneği" adlı tezde kullanılmak amacıyla yapılmaktadır. Anket sonuçları sadece bilimsel yayın için kullanılmaktadır. Anket yapılırken gönüllülük esas alınmıştır. Ankete katılan bireylerden isim ve soyisim alınmamıştır. Katılımcıların hepsine teşekkür ederiz.

1. Cinsiyetinizi belirtiniz.

Kadın Erkek

2. Yaşınızı belirtiniz.

18-25 arası 26-35 arası 36-45 arası 46-60 arası 61 ve üstü

3. Medeni durumunuzu nedir?

Bekâr Evli

4. Eğitim durumunuz nedir?

İlköğretim Lise Üniversite (Lisans) Yüksek Lisans Doktora

4. Mesleğiniz nedir?

Öğrenci Kamu Sektörü Özel Sektör Serbest Meslek Ev Hanımı

5. Çocuğunuz var mı?

Yok 1 2 3 4 ve üstü

6. Hangi semtte oturuyorsunuz?

Darıca Gebze İzmit Kartepe Gölcük

6. Aileniz ile mi yaşıyorsunuz?

Evet Hayır

7. Aylık geliriniz (kazancınız) ne kadardır?

0-2020TL 2021-3000TL 3001-4000 TL 4001-5000 TL 5001 ve üstü

8. Haftada kaç defa alışverişe çıkarsınız?

() Hiç () 1 () 2-3 () 4-6 () 7-9 () Daha fazla

Anketin Açıklaması: 25 sorudan oluşan bu bölümde, ankete katılan bireylerin tüketim tercihleri, eğilimleri ve alışveriş esnasında etkilendikleri faktörlere dair sorular hazırlanmıştır. Her bir soruyu tüketim davranışlarınıza göre “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, kısmen katılıyorum”, “katılıyorum”, “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden hangisi size en uygunsuzsa onu işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1) Alışverişe çıktığımda markalı ürünleri tercih ederim.					
2) Satın alacağım ürünün fiyatı benim için önemli değildir.					
3) İhtiyaçlarım dışında keyfi olarak alışverişe çıkarım.					
4) Ürünlere yapılan indirimler satın alma kararım üzerinde etkili değildir.					
5) Alışverişlerimde kredi kartı kullanırım.					
6) Alışverişlerde taksit yaptırmayı tercih ederim.					
7) Harcamalarım içerisinde en çok pay gıda harcamalarına aittir.					
8) Harcamalarım içerisinde en çok pay giyim harcamalarına aittir.					
9) Harcamalarım içerisinde en çok pay kozmetik ürünlerine aittir.					
10) Modayı sürekli takip eder ona göre giyinirim.					
11) Alışverişimi spontane yaparım.					
12) Mağaza düzeni alışveriş kararımnda etkilidir.					
13) Havaların güzel olması alışverişe gitmemde etkilidir.					
14) Havaların kötü olması alışverişe gitmemde etkilidir.					

Anketin Açıklaması: 25 sorudan oluşan bu bölümde, ankete katılan bireylerin tüketim tercihleri, eğilimleri ve alışveriş esnasında etkilendikleri faktörlere dair sorular hazırlanmıştır. Her bir soruyu tüketim davranışlarınıza göre “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, kısmen katılıyorum”, “katılıyorum”, “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden hangisi size en uygunsu onu işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
15) En fazla kendi ihtiyaçlarım için alışverişe çıkarım.					
16) En fazla eşimin ihtiyaçları için alışverişe çıkarım.					
17) En fazla çocuğumun ihtiyaçları için alışverişe çıkarım.					
18) Alışveriş listesi hazırlama gibi bir alışkanlığım yoktur.					
19) Bir mağazaya girdiğimde çok hızlı bir şekilde alışverişimi yapar ve çıkarım.					
20) Yalnız alışveriş yapmayı tercih ederim.					
21) İadesi mümkün olan ürünleri tercih ederim.					
22) Alışverişe çıkmadan önce alacağım ürünle ilgili daha önceden fiyat araştırması yapmışımdır.					
23). Semt pazarından alışveriş yapmam.					
24). Gıda alışverişlerimi her zaman büyük marketlerden yaparım					
25) Her zaman organik gıdayı tercih ederim					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Çağla ŞENVELİ

Doğum Yeri ve Tarihi : İstanbul - 1994

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Yabancı Diller : İngilizce ve Fransızca

Bilimsel Faaliyet ve Yayınlar

Pehlivanoğlu, F. ve Şenveli, Ç. (2019). "İktisat Biliminde Yöntem Tartışması: Carl Menger ve Gustav Schmoller Çekişmesi". Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi. 7(2): 195-207.

İletişim

E-Posta Adresi : caglasenveli@gmail.com

Tarih : 31/05/2019