

DAVRANIŞSAL EKONOMİ ÇERÇEVESİNDE RICHARD THALER'İN GÖRÜŞLERİ



RICHARD THALER'S VIEWS ON BEHAVIORAL ECONOMICS FRAMEWORK



Elveda ÖZDİLEK*

Mustafa AKAL**

Öz

Bu çalışmanın amacı Davranışsal Ekonomi'nin önemini vurgulamaktır. Sosyal Bilimlerin bir parçası olan Ekonomi çoğu zaman matematik ile ilişkili olarak sorunları rasyonel davranışlar çerçevesinde çözmeye çalışmıştır. Ancak ekonomik kararların alınmasında her zaman maliyetler, getiri ya da gelir aktif rol oynamamaktadır. Bireyin içerisinde bulunduğu toplum ve psikolojik durumunun özellikle bireysel kararlar üzerinde büyük bir etkisi vardır. Bu çalışmada, alana yaptığı katkılar ile 2017 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü alan Richard Thaler'in çalışmalarına yer verilerek ekonomi ve psikoloji arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur. Sonuç olarak, bireylerin aldığı kararların arkasında her zaman rasyonelliğin bulunmadığı ve bu irrasyonel varsayılan psikolojik faktörlerin bireysel tercihleri ne yönde etkileyebileceği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sınırlı Rasyonellik, Davranışsal Ekonomi, Dürtme, İrrasyonel Davranış.

Abstract

The purpose of this study is to emphasize the importance of Behavioural Economics. As a part of social sciences, Economics often associates with mathematics within the framework of solving problems under rational behaviours. However, costs, returns or income do not always play an active role in making economic decisions. The society and the psychological situation of the individual has a great influence on individual decisions. In this study, the relationship between economics and psychology is emphasized by including the work of Richard Thaler, who received the Nobel Prize in Economics in 2017 with his contributions to the field. As a result, it has been revealed that there is not always rationality behind the decisions taken by individuals and how this irrational assumed psychological factors may affect individual preferences.

Keywords: Bounded Rationality, Behavioral Economics, Nudge, Irrational Behavior.

* ORCID Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü, elvedaozdilek@sakarya.edu.tr

** ORCID Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü, akal@sakarya.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

Background:

Rational behaviour has played an important role in the emergence and development of many theories for the economy. However, when examining economic decisions with considering environmental factors such as psychological, sociological, etc., it is seen that the rationality loses its consistency in places. Because acting rationally is not always making the right choices but making the best possible choice. It was revealed that rationality was loosened in making economic decisions in the 20th century when some economists started to associate the economy with psychology, sociology and other behavioural sciences, so that limited rationality could exist. With the development of economic models that explain human behaviour by moving away from rationality, it has become more meaningful to understand many economic events. The limited concept of rationality that Simon introduced in 1955 made a significant impact on behavioural economics and led for many studies in the area. In fact, Richard Thaler, who has established a link between the disciplines of economics and psychology, has been deemed worthy of receiving the Nobel Prize in 2017 for his contribution to the behavioural economy with his theoretical background and experiments. According to Thaler, human cannot act rationally at all times in contrary to the popular belief. Because the inadequacy of information available (lack of access to information, uncertainty about the future), emotions coming to the fore and reaching a wrong consensus can prevent rational behaviour.

Research Purpose:

In this study, the view of Richard Thaler, who received the Nobel Prize in Economics in 2017, is aimed to reveal the importance of Behavioural Economics because of the strong link between economy and psychology, there is not always rationality behind the decisions taken by individuals, and how these decisions may affect preferences.

Methodology:

This study provides a conceptual framework. In the study, first of all, the concept of rationality is and what the limited rationality can result from explained and the results are examined. A concrete framework is tried to be drawn by giving examples of other studies that can be regarded as pioneers in both Thaler's work and Behavioural Economics based on the titles determined by Thaler's work.

Findings:

The results of the studies reviewed reveal that the fact that economic decision units act under the assumption of rationality and full knowledge can lead to misleading results. Being closer to the structure of economics, the social sciences such as sociology and anthropology etc. show great importance in economic decision of economic agents. Especially, the relationship between the science of psychology and the economy plays a big role in explaining many economic events.

Conclusion:

As a result of the study; in the light of Thaler's views, the importance of behavioural economy has been put forward in the creation, development and prediction of economic models. Accordingly, people are excitable beings. In other words, if we want to steer a decision, realizing this with small touches (colour, smell, discourse, positive-negative approach) has more effective results than trying to convince by presenting the options as they are. Therefore, it should be kept in mind that positive feedbacks can be obtained by considering the emotions and perceptions. While (i) determining a sales strategy, tax, etc., (ii) demanding the payment of debts quickly back, (iii) setting the rules that people have difficulty in obeying and avoiding applying.

1. GİRİŞ

Ekonomi Bilimi literatüründe varsayım olarak yer alan “rasyonel veya mantıklı davranma” ilkesi, insan psikolojisinin karar verme üstündeki etkisi dikkate alındığında tutarlılığını yitirdiği gözlemlenmektedir. Jeremy Bentham tarafından “Homo Economicus” olarak tanımlanan, insan Ekonomi Bilimi ve Psikoloji ilişkisine dayanarak ortaya çıkan Davranışsal Ekonomi, kusursuz rasyonellik kavramını biraz gevşetmenin sonucu ortaya çıkmıştır (Camerer, 2005:1). Ekonomik insan her şeyi doğru yapan demek değildir. Bireylerin, elindeki mevcut bilgilere, fayda ve maliyet analizine dayanarak mümkün olan en iyi seçimi yapması rasyonel davrandığı anlamına gelmektedir (Ilyes, 2018:196). Ekonomik insanın özellikleri sıralanacak olursa; kişisel çıkarlarını ön planda tutan, rasyonel davranan, kısıtlamalara tepki gösteren, tercihlerinde sabit fikirli olan ve tam bilgiye sahip bir birey (Schneider, 2010:4) olması gerektiği görülür.

1980'lerin başında küçük bir ekonomist grubu, birçok önemli ekonomik olayı anlamak için, psikolojik olarak daha gerçekçi olan insan davranışı hakkında varsayımlar yapan yeni modeller geliştirmenin gerekli olduğunu savunmuşlardır. Bu düşünce ilk başlarda sindirilemeye de birçok önemli ekonomik olayı anlamada; daha az rasyonel düşünmenin insan davranışları hakkında varsayımlarda bulunulabilecek modeller geliştirmesine olanak sağladığı için yavaşça kabullenilmiştir (Barberis, 2018: 661-662). Hatta 1990'lı yıllarda da İktisat Bilimi'nin Matematik'in yanında Psikoloji, Sosyoloji ve Antropoloji vs. bilimlerle ilişkilendirilme gereksinimi olup olmayacağı üzerine Amerikan üniversitelerinde ekonomi bölümü öğrencilerinin görüşleri alınmıştır.

Ekonomistlerin, psikolojinin önemini anlamaları endüstri dengesinden firma dengesine geçiş ile olmuştur. Firma dengesi incelenmeye başlandıktan sonra “*beklenti*” iktisat teorisinin önemli kavramlarından biri haline gelmiştir. Ekonomistlerin ve psikologların en önemli sorunları tarif ederken aynı terimleri kullanıyor oluşu bu iki disiplin arasında güçlü bir işbirliği oluşturacak altyapıyı sağlamaktadır. Örneğin ekonomistler, fiyatlandırma konusunu incelerken fiyat esnekliği ve katılımı konusunu dikkate alırken; psikologlar alışkanlık davranışını incelerken davranışın katılımı veya esnekliğini dikkate almaktadır (Katona, 1946:45-46). Simon 1955'te ortaya attığı “Sınırlı Rasyonellik” Teorisi de Davranışsal Ekonomi alanında önemli bir etki yaratmıştır. Simon'a göre ekonomik insan kavramı önemli ölçüde revizyona ihtiyaç duymaktadır (Simon, 1955:99-113). Scitovsky'e (1992) göre ise hedeflere giden yolda olmak ve bu hedeflere ulaşmak için mücadele etmek, hedeflerin gerçek başarısından daha tatmin edicidir. Ekonomistler tüketici davranışlarını incelerken hep faydanın maksimum olduğu noktayı dikkate almışlar ancak faydayı maksimize etmek için nasıl bir yol izleneceği konusunda tavsiye vermekten geri durmuşlardır. Scitovsky bu düşüncelerden yola çıkarak ekonomide deneysel yöntemlerin de kullanılmasını önermiştir. Scitovsky'nin alana katkısı da analizlerinde davranışçı gözlem yöntemini kullanmış olmasıdır. Ona göre ekonomistlerin dikkate alması gereken konular arasında insanların beğeni ve seçimlerinin de bulunması gereklidir (Yiğit, 2018:175). Akerloff & Kranton çalışmalarında “*benlik* (kimlik)” duygusunun ekonomik kararları nasıl etkilediği üzerinde durmuşlardır. *Benlik* kavramı ekonomik kararları farklı yollardan etkileyebilmektedir. *İlki*; kimlik, zararlı görünen davranışları açıklayabilmektedir. Yani birey kimliğini koruyabilmek, bir kimlik oluşturabilmek için farklı davranışlar içinde olabilir. *İkincisi*; kimlik, dışsallıkların oluşmasına neden olabilir. Bir kişinin davranışı başkasının davranışını etkilemektedir. *Üçüncüsü*; kimliğe bağlı tercihler sosyal kategoriler ile değiştirilebilir. Örneğin reklamlarda ideal bir kadın ya da erkeği tamamlayan ürünün ne olduğu ortaya konulurken bir manipülasyon söz konusudur. Son olarak; bireyin kimlik seçimindeki sınırlılıklar ekonomik refahın belirleyicisi olabilir (Akerloff & Kranton, 2000: 717). Kahneman & Tversky (1979) ise risk söz konusu olduğunda yani belirsizlik altında karar vermek gerektiğinde kazanç ve kayıplara karşı verilen tepkilerin rasyonel davranış çerçevesinden uzaklaşabileceğini ortaya koymaya çalışmışlardır. Bireylere sunulan seçeneklerde kazanç ve kayıpların olasılık büyüklüğü ve sunuluş şekli kararı yönlendirmektedir. Camerer vd. ekonomik kararlar ve “sınır

bilimi” arasında bir bağ kurarak sınır bilim ölçümlerinin ekonomik kararları etkilemede daha güvenilir bir kaynak olduğunu öne sürmüşlerdir (Camerer vd., 2004:573-574).

2. RICHARD THALER’İN GÖRÜŞLERİ

Thaler’e 2017 yılında Nobel Ödülü verilmesinde; rasyonellik yerine “*sınırlı rasyonelliği*” gündeme getirmiş olması büyük rol oynamıştır. Thaler’e göre insan sanıldığı gibi her zaman rasyonel davranamaz. *İyimserlik, aşırı güven, yanlış fikir birliğine varılması ve eldeki az bilgi ile yetinerek yanlış karar vermek rasyonelliğin önüne geçmektedir (Thaler, 2000:133).*

2.1. Sınırlı Rasyonalite

Sınırlı rasyonalite bireylerin rasyonel düşünmesinin sınırlılıklarına sahip olduğudur. İnsan ne kadar rasyonel davranmaya çalışırsa çalışsın bazı kavramsal yeteneklerin ve irade gücünün sınırlandırılması ile karşılaşır. Öncelik çıkarlar olsa da adalet ve eşitlik kavramlarını da dikkate alır. Thaler alan için hem kavramsal hem de ampirik bir temel sağlayarak ekonomik kararların hangi yollardan nasıl etkilendiğini açıklamaktadır (The Royal Swedish Academy of Sciences, 2017:1). Öğretmenlik yaptığı yıllarda Thaler öğrencilerin hangi seviyede olduğunu tespit etmek için sınav sorularına, sadece konuyu anlayanların çözebileceği sorular da ekledi. 100 üzerinden yapılan değerlendirmede öğrencilerin aldığı ortalama puan 72’ydi. Notlar çok düşük seviyede olmasa da harf notunun B seviyesinde kalacak olması öğrencileri üzmüştü. Thaler zorluk seviyesini koruyarak, sınav değerlendirme notunu 100’den 137’e çekmişti. Ancak sonuç değişmedi öğrencilerin aldığı not ortalaması 72’den 96’a çıkmıştı. Yani öğrencilerin performansı hala aynıydı (%70’e yakın doğru cevap vermişlerdi). Öğrenciler yeni puanları için mutlu olmuşlardı. Ancak burada rasyonel davrandıklarını söylemek yanlış olacaktır çünkü performansları değişmemişti (Ilyes, 2018:196). Bu örnekle varılmak istenen insanların rasyonel düşünmesinin sınırlılıklara sahip olabileceğini ortaya koymaktır. Öğrenciler bu duruma eğer rasyonel bir şekilde bakabilselerdi; herkesin yüksek aldığı bir sınavdan yüksek almanın ve sınav değerlendirme puanının artırılarak harf notlarının yükselmiş olmasının bir başarı sayılmayacağını da görmüş olurlardı.

Tüketicinin “X” mal demetinin sağlayacağı faydayı (U) belirli bir gelir (I) kısıtı altında yapacağı harcamalarla ($\sum P_i X_i$) maksimize ederken karşılaştığı durum formülize edilecek olursa; Maks U(z) k.k. $\sum P_i X_i \leq I$ durumu ile karşılaşılır (Thaler, 1985: 199-200). Yani tüketici dönemsel faydasını maksimize etmek için dönemsel gelirine eşit ya da gelirinden daha düşük bir düzeyde harcama gerçekleştirecek şekilde tercihlerde bulunmalıdır.

Becker (1965: 95) hane halkı kavramını kullanarak zaman ve diğer faktörlerin etkisini ortaya koymuştur. Genişletilmiş bu teori pazarlamada çok tercih edilmesine rağmen uygulamada yaygın değildir. Bunun nedeni tüm modellerin fiyat ve ürün özellikleri dışındaki değişkenleri ihmal etmesidir. Birçok pazarlama değişkeni Tversky & Kahneman’ın (1981) çerçeve olarak adlandırdığı kategoriye girer. Bu yazarlar sıklıkla seçimlerin bir sorunun nesnel özelliklerine olduğu kadar bir problemin nasıl ortaya çıktığına da bağlı olduğunu göstermiştir. Ancak ekonomide *çerçeveleme*, davranışı değiştirmez. Thaler’in burada iddia ettiği ise insanların genellikle iktisat teorisinin normatif reçetelerine göre davranmadığıdır (Thaler, 1985: 199-200).

Thaler’in alana *ilk katkısı* rasyonel davranıştan sapmanın ekonomik kararları nasıl etkilediğine dairdir. Bireyler tarafından ekonomik çevreyi basitleştirerek kavramsal sınırlar ile nasıl başa çıktığını göstermektedir. Thaler’in *ikinci katkısı* ise; bireylerin, plan yapsalar bile bu planı gerçekleştirmelerini önleyen “oto kontrol” sorunlarının bulunmasıdır. Bu noktada birey hem mevcut yararı için seçenekleri değerlendiren hem de miyop bir planlayıcı olarak kabul edilir. Üçüncü katkısı ise sosyal tercihlerin ekonomik karar vermede ne kadar etkili olduğunu göstermektir (The Royal Swedish Academy of Sciences, 2017: 2). Thaler, aslında bireylerin tamamen rasyonel davranmadıklarını, plan

yaparken geleceği tam olarak göremediklerinden planlarını uygulamakta yetersiz kaldıklarını ve karar vermede etkili olanın her zaman akılcılık olmadığını savunmaktadır.

Normatif teoriye tamamen güvenmek ekonomistleri, tüketici tercihlerini açıklamada hata yapmaya yönlendirmektedir. Örneğin; aynı odada bulunan 25 kişiden 2 kişinin aynı günde doğmuş olma olasılığı sorulduğunda herkes yanlış tahminlerde bulunuyor. Çünkü neredeyse herkes bunun çok düşük bir olasılık olabileceğini düşünüyor ancak gerçekte bu 0.5'in üzerinde bir değere sahiptir. Burada zihinsel bir yanılma söz konusudur. Normatif davranış modelleri ve gerçek davranış arasındaki sistematik, öngörülebilir farklar, Simon'un ortaya attığı sınırlı rasyonellikten kaynaklanmaktadır (Thaler, 1980:40). Thaler'in önemli katkılarının olduğu davranışsal ekonomi geleneksel ekonomiye alternatif oluşturmaktadır (Ricciardi & Simon, 2000: 7).

Earl (2018:107) ise (i) rasyonel seçim teorisinin eksikliklerini ortaya koymaya çalışmaktadır, (ii) 'zihinsel muhasebe' teorisini geliştirmek ve tüketicilerin farklı fiyatlandırma stratejilerine cevap verme yollarını anlamaya yardımcı olmaktadır, (iii) politika uygulayıcılar için teknik araştırmaktadır (dürtme tekniği gibi) olarak Thaler'in ekonomiye katkısını üç başlık altında toplamıştır.

Konunun daha net anlaşılabilmesi için hem yukarıda verilen örnekler genişletilecek hem de yeni örnekler sunularak sınıflandırma yapılacaktır. Böylece rasyonel davranıştan sapmanın nedenleri belirli başlıklar altında ortaya konulacaktır.

2.2. Çerçeveleme

Her duygu düşüncemizi her an dile getirmesek bile bize sunulan bilgi ve gözlemlerimiz sonucunda olumlu-olumsuz, faydalı-faydasız pek çok yargıda bulunabiliriz. Peki, sadece farklı kişiler mi farklı yargılara sahip olur yoksa karşılaştığımız durumun sunuluş şekli mi farklı yargıların ortaya çıkmasına neden olur? Tversky & Kahneman (1981), çalışmalarında Stanford Üniversitesi ve British Columbia Üniversitesi'nde uygulamış oldukları anket ile bu sorunun cevabını ortaya koymuşlardır. Böylece yazarlar, çoğu zaman seçimlerin bir problemin nesnel özelliklerine olduğu kadar bir problemin ortaya çıkış şekline de bağlı olduğunu göstermişlerdir (Thaler, 1985: 200):

2.3. Pozitif- Negatif Çerçeveleme

ABD'de 600 kişiye etki edeceği düşünülen bir salgın hastalığın patlak vereceği yönünde bir senaryo olduğunu varsayalım. Bu durumda hastalıkla mücadele için sunulan iki alternatif program;

1. Program A: 200 kişi kurtulacaktır (%72).
2. Program B: 600 kişiden, 1/3'ü kurtulacak ve 2/3'ü kurtulmayacaktır (%28).

Aynı programlar farklı bir çerçeve ile sunulduğunda;

1. Program C: 400 kişi ölecektir (%22).
2. Program D: 600 kişinin, 1/3'ü ölmeyecek ve 2/3'ü ölecektir (%78).

Sunulan seçenekler (A, B, C, D) incelendiğinde hepsinin aynı sonucu ifade ettiği görülecektir. Buna göre; bu salgın hastalıktan 200 kişi kurtulacak, 400 kişi kurtulmayacaktır. Ancak programın öncelikle pozitif bir bakış açısıyla sunulmuş olması bireylerin riskten kaçınma durumu sergileyerek Program A'ya yönelmeleri ile sonuçlanırken, negatif bir bakış açısı ile sunulduğunda riskin göze alınabildiği (büyük çoğunluğun Program D'ye yönelmeleri ile) görülmektedir. Kısacası "kurtulmak" ya da "ölmek" ifadeleri bireylerin zihinlerinde farklı bir algı oluşturarak seçimlerin değişmesine yol açmıştır.

2.4. Beklenti Teorisi

Beklenti teorisi de çerçeveleme olgusu altında değerlendirilebilecek önemli bir başlıktır. Araştırmacılar (Kahneman & Tversky, 1979: 273; De Bondt & Thaler, 1985: 804; 1987: 579; Ricciardi & Simon, 2000: 5) beklenti teorisi ile insanların, kayıp ve kazançlar söz konusu olduğunda farklı değerlendirmelerde bulunduğunu öne sürmüşlerdir.

1. Deneklere başlangıçta 1000 \$ veriliyor ve A ve B arasında seçim yapması bekleniyor.

A: %50 ihtimalle 1000 \$ kazanacaksın (%16).

B: %100 ihtimalle 500 \$ kazanacaksın (%84).

2. Deneklere başlangıçta 2000 \$ veriliyor ve C ve D arasında seçim yapması bekleniyor.

C: %50 ihtimalle 1000 \$ kaybedeceksin (%69)

D: %100 ihtimalle 500 \$ kaybedeceksin (%31).

Deney sonuçları incelendiğinde iki soruda da B-D şıkkını seçenlerin riskten kaçındığını (A ve C' i seçenlere göre) göstermektedir. Bu durumda her iki soruya da verilen cevapların ağırlıklı olarak ya A-C seçeneğine yönelmesini ya da ağırlıklı olarak B-D seçeneğine yönelmesini gerektirmektedir. Ancak ilk soruda yani bir kazanç söz konusu olduğunda bireyler riskten kaçınıp %100 ihtimalle kazanacakları seçeneğe yönelmişlerdir. İkinci soruda yani bir kayıp söz konusu iken ise risk alıp daha yüksek kayıp yaşayacakları C seçeneğine yönelmişlerdir.

Bu deneyden elde edilebilecek üç genelleme bulunmaktadır. Bunlar; (1) kazançlar kayıplardan farklı değerlendirilir. Çok küçük olasılıklar dışında kayıp için risk söz konusu iken, kazanç için riskten kaçınma söz konusudur. (2) Netlik ve belirsizlik altında alınan kararlar farklılık gösterir. (3) Bir sorunun sunuluşu verilecek cevapları etkilemektedir (Thaler, 1980: 42). Sorularda A ve C seçeneğinde sunulan kazanç-kayıp miktarı ile C ve D seçeneğinde sunulan kazanç-kayıp miktarının aynı olduğunu görürüz. Bu durumda aynı miktarlar söz konusu bile olsa insanların kazanmakta riskten kaçındığını söyleyebiliriz. Yani Duygular ve Kendini Kontrol Etme (Emotions & Self Control) olarak Belirsizlikten Kaçma / Kaçınma (Ambiguity Aversion) görünür.

2.5. Fırsat Maliyeti ve Sahip Olma Etkisi

Ekonomi derslerinin temel öğretilerinden biri tüm maliyetlerin aslında bir fırsat maliyeti olduğudur. Peki, fırsat maliyetini cepten yapılan harcamalara eş değer olarak görebilir miyiz (Thaler, 1980: 43)?

Örnek 1: Bay R 1950'li yılların sonunda 5\$' a bir şişe şarap aldı. Birkaç yıl sonra bir şarap tüccarı 100 \$ vererek bu şarabı satın almak istedi. Bay R ise bir şişe şarap almak için 35\$'dan fazla ödemek istememesine rağmen bu teklifi reddetti.

Örnek 2: Bay H bahçesinin çimlerini kendi biçiyor. Komşusunun oğlu bu işi yapmak için 8 \$'a razıyken Bay H komşusunun aynı büyüklükteki bahçesinin çimlerini biçmek için 20 \$ isterdi.

Bu iki örnekte bireylerin, *sahip olduklarına* olduğundan fazla değer biçtiğini ve daha fazla kazanç elde edebilme imkânı söz konusu olsa bile elindekinden kolay kolay vazgeçemediğini görmekteyiz.

Sahip olma etkisi aslında zarardan kaçınmanın da bir yansımasıdır. Bu da sahip olunan bir malı eş değer bir mal/para ile değiştirirken ortaya çıkan zararın etkisinin elde edilecek kazancın etkisinden daha büyük olacağını göstermektedir (Kahneman vd., 1990: 1327-1328). Bu düşüncüyü kuvvetlendirmek adına bir örnek verelim; bir üniversitede öğrencilerin bir kısmına üzerinde üniversitenin ambleminin bulunduğu kupalardan verildi. Kupa verilmeyen kısma ise arkadaşlarının elindeki kupaları inceleyip onlardan satın almaları istendi. Kupaya biçilebilecek değer alıcı ve satıcılar arasında ortalamadan sapma gösterdi. Yani kupayı almak isteyenler kupa için daha düşük bir

fiyat teklif ederken elinde kupa bulunanlar bu fiyatın iki katı bir beklenti içine girdi. Burada elinde kupa bulunanlar satmaya pek de gönüllü değilken diğer öğrencilerin de alma yönünde büyük bir çabası yoktu. Kısacası insanlar bir şeyi kaybettiklerinde, aynı şeyi alırken duyduğu sevincin iki katı üzülmürlü (Thaler & Sunstein, 2019: 51).

Fırsat maliyeti bir tercih söz konusu olduğunda önem kazanmaktadır ve bir şeyden vazgeçmenin bedelidir. Ancak örneklerden de görüldüğü gibi sahiplik söz konusu olduğunda fırsat maliyetinin de değeri değişmektedir. Sahip olmak, nesne ya da bir olgu ile bağ kurmayı sağlamakta ve ondan vazgeçmeyi zorlaştırmaktadır. Bu ise fırsat maliyetinin değerini düşürmektedir.

2.6. Batık maliyetler

İnsanlar yeni bir karar almak, yeni maliyetlere katlanmak yerine daha önce kaynak harcadıkları faaliyetleri devam ettirmeye ya da yapmaya meyillidir (Earl, 2018: 111):

Örneğin, Bir aile evlerinden 60 mil uzakta oynanacak basketbol maçını izlemek için 40\$ ödeyerek bilet alır. Ancak maçın yapılacağı gün şiddetli kar fırtınası vardır. Aile yine de gitmeye karar verir çünkü bilet için ödedikleri parayı geri alamazlar. Yine örnek olarak; Bir adam ise golf kulübüne 1 yıllık üyelik için 300 \$ ödemiştir. Oynamaya başladıktan birkaç hafta sonra tenis yüzünden bir rahatsızlık meydana gelmiştir. Acı içinde olmasına rağmen ödediği 300 doları çöpe atmak istemeyen adam oynamaya devam etmiştir (Thaler, 1980: 47).

Bu iki örnekte de görüldüğü gibi insanlar rahatsızlık ya da memnuniyetsiz bir duruma yol açsa bile daha önce ödeme yaptıkları için bunu kurtarmaya çalışırlar. Oysa fırtınanın olduğu bir günde dışarıya çıkmak ya da ısrarcı bir şekilde spor yapmak ortaya daha maliyetli ya da kötü sonuçlar çıkarabilir.

-Batık maliyetler karar vermede etkili olsa da bir süre sonra geçmişte bırakılabilir. Bir çift ayakkabı aldığınızı varsayın. Mağazada iken çok rahat olan bu ayakkabıyı giymeye başladığınız ilk gün ayağınızı sıkıyor. Birkaç gün sonra tekrar denemek için giyiyorsunuz ve ilk günden daha fazla acı hissediyorsunuz. Bu durumda yapılacak olan nedir? Thaler (1999: 191) bu konuda üç tahminini sunmuştur:

-Ayakkabı ne kadar pahalı ise o kadar çok denemeye ve giymeye devam edersin (özellikle de bu ayakkabı yerine alınması gereken başka; pahalı bir ayakkabı varsa.)

-Ayakkabıyı giymeyi sonunda bırakırsın, ancak yine de dolabın bir köşesinde bekletirsin ve tabii bu süreç ayakkabının fiyatına göre değişir (ayakkabı az yer kaplıyorsa bu süre uzayabilir).

-Ayakkabı ne kadar maliyetli olursa olsun sonunda çöpe atılır.

Örneklerden de anlaşılacağı üzere batık maliyetin büyüklüğü de karar üzerinde büyük etki sahibidir. Eğer alınan ayakkabı daha ucuz olsaydı ilk rahatsızlık verdiğinde çöpe atılma ihtimali yüksekti. Fiyat yükseldikçe maliyet de artmakta, bu ise ortaya çıkan rahatsızlıklara katlanma sürecini uzatır.

2.7. Pişmanlık

Örnek; Bay A bir sinema bileti alırken 100.000'nci müşteri olduğu için 100\$ kazanıyor. Bay B başka bir sinemada sıra beklerken önündeki kişinin 1.000.000'ncü müşteri olduğu için 1000\$ kazandığını görüyor. Bay B ise 150\$ kazanıyor. A ve B bireylerinden hangisinin yerinde olmak isterdiniz?

Bu soruya verilen cevapların çoğu A'nın yerinde olmak isterdim yönündedir. Bakıldığı zaman ikisi de karşılıksız bir kazanç elde etmiştir. Ancak Bay A mutluluk duygusu içindeyken Bay B bir sıra daha önde olup 1000\$ kazanamadığı için pişmanlık duymaktadır. Hatta 150\$ kazandığını 1000\$

kaybettiğini hissetmektedir (Thaler, 1980: 52). Oysa A da B de bu kazancı elde etmek için fazladan bir çaba sarf etmemiş hatta böyle bir kazancı elde edeceklerine dair tam bir bilgiye bile sahip değilken sıraya girmişlerdir.

Yukarıdaki örnekte duyulan *pişmanlık* cebinden para çıkmamasına rağmen yaşanmıştır. Bazen özellikle de sağlık söz konusu olduğunda harcamanın yapılmamış olması *pişmanlık* doğurabilir. Bir hastalığın teşhisi için yapılması gereken testlere ödenen ücreti göz önüne alalım. Eğer test için ödenecek miktar pahalı geldi ve ödemekten kaçınıldı ise ileride bu hastalığın ortaya çıkması durumunda *pişmanlık* duyulacaktır. Çünkü hastalığın erken teşhisi tedaviyi kolaylaştırmaktadır (Thaler, 1980: 53). Bu örnekte olduğu gibi bireyler “*Pişmanlıktan Kaçma*” içinde bir davranış sergileyebilirler.

2.8. Zihinsel Muhasebe

İnsanlar seçimlerini bilişsel olarak daha kolay hale getirmek amacıyla yaşamlarının farklı bölümleri için farklı zihinsel bölümler kurmaktadır. Buna göre bireyler de şirketler gibi bu zihinsel bölümlere belirli bir bütçe tahsis eder ve bu bütçenin dışına çıkmamaya çalışır. Koyulan bu kurallar daha çok pahalı ürünler ya da zararlı alışkanlıklar için olabilmektedir. Zihinsel muhasebe, karar vericilerin seçim yaparken batık maliyetleri göz ardı etme konusundaki isteksizliğini daha iyi anlaşılmasına da yardımcı olmuştur (Earl, 2018:113). Örneğin, bütçemize göre lüks bir harcama yaptığımızı düşündüğümüz zaman bu ürün alımını sınırlandırmak için kendimizi, bu ürün için ‘N’ zamanda ‘T’ miktarda harcamanın dışına çıkmayacağım diye şartlandırabiliriz.

Thaler’in *zihinsel muhasebe* konusuna bakış açısını daha net görebilmek adına 1985’de yaptığı çalışmasından örnekler verilebilir (Thaler, 1985: 199-200): *Birinci* örnek; iki çift kuzeybatıda balığa gitmişler ve yakaladıkları balıkları evlerine kargo ile göndermek istemişlerdir. Ancak hazırladıkları paket yolda kaybolmuştur. Kargo şirketi bunu telafi etmek için iki çifte de 300 dolar vermiştir. Çiftler bir restorana gidip 225 dolar harcamıştır ki daha önce bir yemek için bu kadar harcama yapmadılar. *İkinci* örnek; başka bir çift hayallerindeki evi almak için 15000 doları %10 faizle bankaya koymuşlardır. Ancak ellerinde 15000 dolar olmasına rağmen %15 faizle 11000 dolar kredi kullanıp yeni bir araba almışlardır. Bu davranışlar olağan tüketici teorisi ile uyuşmamaktadır. Zira rasyonel davranan bir birey öncelikle faydasını maksimize etmek ister. *Üçüncü* örnek; bir birey çok beğendiği halde pahalı bulduğu kazağı bir ay sonra eşinden hediye olarak almış ve mutlu olmuştur. Birey burada kazağın fiyatını göz ardı etmiştir, oysa eşi ile aynı gelire sahiptir. Bu örneklerin her biri; zihinsel muhasebe sisteminin, bir bireyi basit bir ekonomik prensibi (örneğin ikinci örnekte otokontrol) ihlal etmeye teşvik ettiği bir davranış şeklini gösterir.

Birinci örnekte de ikinci örnekte de; *ikame edilebilirlik ilkesi* ihlal edilmiştir. Çünkü ilk örnekte, 300 dolar beklenmedik bir kazançtı. Her bir çift yıllık maaşında 150 dolarlık bir artış yaşasa bile bu kadar pahalı bir yemek yemezdi. İkinci örnekte ortaya çıkan ise hane halkının oto-kontrol sorunları yaşamasındandır. Eğer bu çift biriktirdiği para ile direkt araba alsaydı o parayı tekrar biriktirmek için kendilerini zorlamayacaklardı. Bunun yerine daha yüksek bir faiz giderine katlanarak ödemeye zorunlu oldukları kredi sistemini tercih etmişlerdir. Üçüncü örnekte ise pahalı bulunan bir ürün yine ev halkından biri tarafından alınıp hediye edildiği için yaşattığı mutluluk hissi ile hanenin gelirinden eksilen pay düşünülmemiştir.

Oto-kontrol sorunları daha çok bireylerin zayıf olduğu anlarda ve hassas olduğu konularda ortaya çıkmaktadır ve küçük dürtmeler ile doğru kararların alınması sağlanabilmektedir. En basit örneği ise yemek yemektir. Birçok kişi önüne bir şey konulduğunda fark etmeden yemektedir. O yiyeceğin lezzetli olup olmadığı, zarar verip vermediği çoğu zaman hesaba katılmamaktadır. İnsanlar her ne kadar aksini iddia etse de büyük porsiyonlar söz konusu olduğunda daha fazla yemek yenmektedir (Thaler & Sunstein 2019: 62). Çünkü doygunluk hissi geldiğinde değil porsiyon tamamen bittiğinde yeme tamamlanmaktadır. Bizler de birey olarak gün içerisinde buna benzeyen

pek çok oto-kontrol sorunu yaşamakta ve kendimizce çözümler bulmaktayız. Yetiştirmesi gereken zor bir projemiz olduğunu varsayalım. Belirli bir süre içerisinde teslim edeceğimizi bilsek de bazen erteleriz. Ya da o işi yapmaya koyulsak bile yeterli motivasyona sahip olmadığımız için verimli çalışamayız. Bu durumda ya kendimizi bir ödül ile motive eder ya da bir ceza ile sınırlandırırız. Daha büyük kararlar söz konusu olduğunda ise örneğin tasarruf-yatırım gibi işler daha da karmaşık hale gelmektedir. Örneğin, maaşınızdan belirli bir miktarı her ay kenara koyarak biriktirmek istiyorsunuz. Elbette altın, döviz almak, mevduat hesabı açtırmak gibi pek çok alternatif var ancak yine de bu birikimi yapmak için yeterince zorlayıcı değil. Taksitle araba almak bu birikimi yapmanın bir diğer yolu olabilir. Araba almak eğer bu kişi için çok da zaruri bir ihtiyaç değilse aslında yapılan birikimin yanında ortaya çıkardığı maliyetler (yakıt masrafı, kasko, vergi, sigorta) ile karlı bir durum ortaya çıkarmayabilir. Ancak zihinsel muhasebe başlığı altında da benzer bir örnekle belirtildiği gibi zorlayıcı bir durumun ortaya çıkması kişiyi böyle bir alışverişe yönlendirebilir. Çünkü hepimiz biliyoruz ki ihtiyaçlar sonsuzdur ve elimizde fazladan bir para olduğu sürece bu ihtiyaçları (bahsedilen lüks ihtiyaçlardır; beğendiği her kıyafeti almak, pahalı mekânlarda yemek yemek, gezi programlarına katılmak vs.) karşılama gereği duyarız. Tüketildiğinde fayda ve mutluluk sağlasa da bir gün o harcamanın gereksiz olduğunu düşündüğümüzde ise taksitle bir araba almış olmayı tercih etmemenin pişmanlığını duyabiliriz.

2.9. Sürü Psikolojisi

Sürüyü izlemek Thaler & Sunstein'in (2019) çalışmalarında geniş yer verdikleri bir başlıktır. Birey kararlarını etkileyebilecek en önemli faktörlerden birisi de toplumun ağırlıklı olarak yönelmiş olduğu seçenektir. Gerek fikir alıp farkında olarak gerekse farkında olmadan kararlarımızın yönünü kolayca değiştirebiliriz. İhtiyacımız olsun veya olmasın sırf çevremizdekiler alıyor diye aldığımız pek çok ürün vardır evimizde ya da toplum içinde kabul görmek için daha önce yapmadığımız veya onaylamadığımız davranışlar sergileriz.

İnsanlar farklı bir durumla karşılaştıklarında mantıksal ve duygusal önyargıya girebilirler. Bir sorumluluk üstlenmekten korkmak ya da yanlış karar almaktan çekinmek insanları topluma uyma eğilimine sürükleyebilir. En basitinden bir örnek vermek gerekirse ilkokulda öğretmen bir soru yönelttiğinde cevabına güvenilen (çalışkan öğrenciler) kişileri takip ederek cevap verilmesidir (Xu, 2017: 19-20). Oysa doğru cevap azınlığın ve çok da çalışkan olmayan öğrencilerin verdiği cevap olabilir (çevresine bakmadan cevap verilse doğru olacak). Ancak yanlış yapma korkusu çoğunluğun içinde bulunma düşüncesine itmektedir.

Yukarıda açıklanan etkenler dışında bireyleri rasyonel düşünmekten uzaklaştırabilecek, karar alma sürecini etkileyebilecek diğer etkenler; *aşırı iyimserlik ve aşırı güven, temsililik, çıpalama ve statüko eğilimi* olarak sıralanabilir (Thaler & Sunstein, 2019). Örneğin, yatırımcıların bir menkul kıymet alımı yaparken geçmişteki bilgilere aşırı ağırlık vermeleri bir çıpalama değildir. Burada bilinen bir noktaya (geçmiş) çıpa atılmış ve bu doğrultuda tahminde bulunulmuştur. Temsililik ise klişelere aşırı bağlılıktır. Aşırı güven; bireylerin kendilerine ve yeteneklerine fazlaca değer vererek başarılı olduklarında bunu, kendinden başarısız olduklarında ise dışsal etkenlerden bilmeleridir (De Bondt vd., 2008: 5).

Çıpalama ve temsililik arasındaki farkı ortaya koyabilmek için örnekler sunabiliriz. Bir şehrin nüfusunu tahmin etmemiz gerektiğinde, nüfusunu bildiğimiz ve büyüklüğü bu şehre yakın başka bir şehrin nüfusunu göz önüne alarak bir tahminde bulunabiliriz (hatalı bile olsa). Burada vurgulanmak istenen bireyin karar alırken sahip olduğu bilgiyi baz alıyor olmasıdır. Yazı tura atarken üst üste yazı geldiğinde bir sonraki atış için yapılan tahminde yazı geleceğinin düşünülmesi de temsililik için örnek verilebilir. Bu aslında şansa dayalı bir oyundur ve atış sayısı yükseldiğinde turanın da gelebileceği açıktır. Ancak daha önce de bahsedildiği gibi temsililik klişelere göre hareket etmektir ve algıyı değiştirebilir (Thaler & Sunstein, 2019).

Bu etkenler birbiri ile yakından ilişkilidir. Örneğin statüko eğilimi “kayıptan kaçınma”nın sonuçlarından biridir. Tabii ki burada kastedilen kayıp maddi manevi bir varlığın yokluğu anlamında değildir. İnsanların bir duruma alışması sonucu yararlı olmasa bile o eyleme devam etmeleri statüko eğiliminin bulunduğunu göstermektedir. Okunmayan bir derginin aboneliğinden çıkmak için uğraşmamak, ilgi çekmese bile daha önce açılmış olan kanalı izlemeye devam etmek, bir öğrencinin sınıfta hep aynı sırada oturma eğilimi göstermesi de yine statüko eğiliminin bir sonucudur (Kahneman vd. 1991:197-198, Thaler & Sunstein, 2019).

3. SONUÇ

Ekonomik karar birimlerinin rasyonel davrandıkları varsayımı tüketicilerin faydasını, üreticilerin karını, faktör sahiplerinin faktör gelirlerini maksimize etmeye çalıştıklarını göstermektedir. Ancak Davranışsal Ekonomi bağlamındaki çalışmalar bireylerin (veya üreticilerin ve faktör sahiplerinin) her zaman faydayı (veya maksimum kar ve maksimum gelir hedefini) göz önüne alarak hareket etmediğini göstermektedir. Duygular, alışkanlıklar, çevresel faktörler söz konusu olduğunda birey (veya üreticiler ve faktör sahipleri), sonucunda faydasının (veya karının ve gelirin) maksimum olmayacağını bile bile farklı seçime yönelebilmektedir. Ayrıca rasyonel davranış sergileyebilme tam bilgi varsayımı altında gerçekleşmektedir ancak bireylerin (üretici ve faktör sahiplerinin) her zaman tam bilgiye ulaşabildiklerini söylemek güçtür. Tam bilgi sağlandığı durumda da yukarıda sayılan etmenler nedeniyle matematiksel sonuçlara uymayan kararlar verilebilmektedir.

Ekonomik analizlerde oldukça popüler olan matematik, ekonomik olayların model, tahmin ve öngörülmesinde başarılı sonuçlara ulaşmamızı sağlamaktadır. Ancak Ekonomi Bilimi’nin Matematik ile olan ilişkisi kadar başta Psikoloji (ve Sosyoloji, Antropoloji vs.) ile de yakından ilişkisi vardır. Bu çalışmada “rasyonel davranma” ilkesinin doğruluğunu-yanlışlığını eleştirmek değil Thaler’ın görüşleri çerçevesinde zaman zaman “irrasyonel davranışların” sergilenebileceği verilen örnekler ile ortaya koymaya çalışılmıştır. Thaler’e göre insanlar uyarılabilir, dürtülebilir varlıklardır. Bireyler bir renkten, bir söylemden, bir hatırlatmadan, sunum şekline önemli ölçüde etkilenebilir. Bireyler gün veya bir zaman veya mekân kesitinde ve diliminde en basitinden en önemlisine sayısız karar verir ve başka bireylerin karar vermesine yol açarlar. Bu bağlamda bireyler, politika belirleyiciler, üreticiler, satıcılar psikoloji (sosyolojik, antropolojik vs.) faktörünü de göz önüne alarak anamolik davranışları bir modeldeki istatistiksel olarak anlamlı hata paylarının hesaba katıldığı gibi ölçümleri yapıp, modellemelere katılması ile stratejiler belirlenip bilimsel öngörülerin yapılabilmesi daha etkin sonuçlara ulaşabilir.

KAYNAKÇA

- Akerloff, G. A. & Kranton, R. A. (2000). Economics and Identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715-753. <https://doi.org/10.1162/003355300554881>
- Barberis, N. (2018). Richard Thaler and the Rise of Behavioral Economics. *The Scandinavian Journal of Economics*, 120(3), 661–684. <https://doi.org/10.1111/sjoe.12313>
- Becker, G. S. (1965). A Theory of the Allocation of Time. *The Economic Journal*, 75(299), 493-517. <https://doi.org/10.2307/2228949>
- Camerer, C. F., Loewenstein, G. & Prelec, D. (2004). Neuroeconomics: Why Economics Needs Brains. *Scand J. of Economics*, 106(3), 555–579. <https://doi.org/10.1111/j.0347-0520.2004.00377.x>
- Camerer, C. F. (2005, Ağustos). *Behavioral Economics*. World Congress of the Econometric Society’de sunulan bildiri. Londra. Erişim adresi: <http://www.albacharia.ma/xmlui/bitstream/handle/123456789/32079/worldcongress05v18.pdf?sequence=1>
- De Bondt W. F. M. & Thaler R. H. (1985). Does the Stock Market Overreact. *The Journal of Finance*, 11(3), 793-805. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1985.tb05004.x>

- De Bondt W. F. M. & Thaler R. H. (1987). Further Evidence on Investor Overreaction and Stock Market Seasonality. *The Journal of Finance*, 42(3), 557-581. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1987.tb04569.x>
- De Bondt W. F. M., Muradoglu, Y. G., Shefrin, H. & Staikouras, S. K. (2008). Behavioral Finance: Quo Vadis?. *Journal of Applied Finance*, 18(2), 1-16.
- Earl, P. (2018). Richard H. Thaler: A Nobel Prize for Behavioural Economics. *Review of Political Economy*, 30(2), 107-125. <https://doi.org/10.1080/09538259.2018.1513236>
- Ilyes, V. (2018). Misbehaving: The Making of Behavioral Economics by Richard H. Thaler. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 9(1), 195-201.
- Kahneman, D. & Tversky A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L. & Thaler R. H. (1990). Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem. *Journal of Political Economy*, 98(6), 1325-1348. [10.1086/261737](https://doi.org/10.1086/261737)
- Kahneman, D., Knetsch, J. L. & Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 193-206. [10.1257/jep.5.1.193](https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193)
- Katona, G. (1946). Psychological Analysis of Business Decisions and Expectations. *The American Economic Review*, 36(1), 44-62.
- Ricciardi, V. & Simon, H. K. (2000). What is Behavioral Finance?. *Business, Education and Technology Journal*, 2(2), 1-9.
- Scitovsky, T. (1992). *The Joyless Economy: The Psychology of Human Satisfaction*. New York. Oxford University Press.
- Schneider, S. (2010). Homo economicus – or more like Homer Simpson?. *Deutsche Bank Research*, June 29. Erişim adresi: http://www.dbresearch.com/PROD/RPS_EN-PROD/PROD0000000000475711/Homo_economicus_%E2%80%93_or_more_like_Homer_Simpson%3F.pdf (ET: 23.03.2020).
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118. <https://doi.org/10.2307/1884852>
- Thaler, R. H. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1(1), 39-60. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7)
- Thaler, R. H. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Institute for Operations Research and the Management Sciences*, 4(3), 199-214.
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206. [10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3%3C183::AID-BDM318%3E3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3%3C183::AID-BDM318%3E3.0.CO;2-F)
- Thaler, R. H. (2000). From Homo Economicus to Homo Sapiens. *Journal of Economic Perspectives*, 14(1), 133-141. [10.1257/jep.14.1.133](https://doi.org/10.1257/jep.14.1.133)
- Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2019). *Dürtme, Çvr., Enver Günsel. İstanbul. Pegasus Yayınları.*
- The Royal Swedish Academy of Sciences (2017). Scientific Background: Richard H. Thaler: Integrating Economics with Psychology. Erişim adresi: <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2017/advanced-information/>. (ET: 30.09.2019).
- Tversky A. & Kahneman, D. (1981). The Framing Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211(4481), 453-458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- Yiğit, A. G. (2018). Davranışsal İktisadın Anlaşılmasına Yönelik Bir Literatür Taraması. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 161-190. <http://dx.doi.org/10.18026/cbayarsos.439432>
- Xu, H. (2017). Herding Behavior Affects Our lives -A Double-Edged Sword. *Journal of Finance Research*, 1(1), 19-21. <http://dx.doi.org/10.26549/jfr.v1i1.382>