

ZİHİNSEL MUHASEBE: KURAMSAL BAKIŞ

Birol GÜVEN*

Özet

Genel olarak muhasebe, kuruluşların finansal nitelikteki işlemlerini ve olaylarını kaydeden, sınıflandıran, özetleyen ve raporlayan bir sistem olarak tanımlanmaktadır. İşletmeler para akışlarını, gelir-gider dengesini muhasebe sistemlerinde takip etmekte ve bu mali işlemleri farklı hesaplara kaydetmektedir. Aynı şekilde insanlar da zihinlerinde benzer bir muhasebe sistemi kullanmakta, finansal eylem ve kararlarını değerlendirmekte, sınıflandırmakta ve ayrı zihinsel hesaplara kaydetmektedir. İnsanın sahip olduğu bu muhasebe sistemi, beynimizin doğal olarak bildiği bir sistem olup akli (zihinsel) muhasebe olarak adlandırılmaktadır. Kahneman ve Tversky tarafından geliştirilen Beklenti Kuramı'nın tüketici kararları üzerindeki etkisini inceleyen Richard Thaler, zihinsel muhasebe (Mental Accounting) kavramını literatüre kazandırmıştır. Bu çalışma, zihinsel muhasebe konusunun kavramsal boyutunu sunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, çalışmada zihinsel muhasebe yaklaşımı genel çerçevesiyle incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Zihinsel Muhasebe, Davranışsal İktisat, Davranışsal Finans

MENTAL ACCOUNTING: THEORETICAL VIEW

Abstract

In general, accounting is defined as a system that records, classifies, summarizes and reports financial transactions and events of organizations. Companies follow their cash flows and income-expense balance in their accounting systems and record these financial transactions in different accounts. Likewise, people use a similar accounting system in their minds, evaluate and classify their financial actions and decisions, and record them in separate mental accounts. This accounting system owned by humans is a system naturally known by our brain and it is called mental accounting. Richard Thaler examining the effect of the Expectation Theory developed by Kahneman and Tversky on consumer decisions, introduced the concept of mental accounting to the literature. This study aims to present the conceptual dimension of mental accounting. In this context, the mental accounting approach is examined in general terms.

Keywords: Mental Accounting, Behavioural Economics, Behavioral Finance

*Arş.Gör. Gümüşhane Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, birolgvn@gmail.com

GİRİŞ

Klasik (normatif) teoriler insanı her zaman rasyonellik kavramı ile özdeşleştirme çabasında olmuştur. Bu teorilere göre rasyonel birey, sahip olduğu kaynakları her zaman en iyi şekilde kullanan ve kişisel çıkarlarını en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan kişi olarak tanımlanmaktadır. Bilhassa, felsefedeki mantıksal pozitivizmi kendilerine temel alan neoklasik iktisatçılar, ekonomi kuramlarında, insanın rasyonel olduğunu ve faydasını maksimize ettiğini varsaymışlardır (Camerer, 1999). Bu durum ise, neoklasik ekonomistlerin psikolojiyi göz ardı etmelerine sebep olmuştur.

Bireylerin her zaman rasyonel kararlar verdikleri varsayımına dayanan klasik ekonomi modellerinin geçerliliği, özellikle psikoloji ve sosyoloji bilim dallarından yararlanan davranışsal çalışmaların literatüre girmesiyle birlikte etkisini giderek kaybetmektedir. Davranışsal çalışmalar, öncelikle ekonomi bilim dalında büyük bir ivme kazanmış, sonrasında finans ve muhasebe alanlarında yapılan araştırmalarla devam etmiştir. Herbert Simon'ın çalışmaları davranışsal iktisadın temelini oluşturmuş, akabinde Simon'ın çalışmalarından etkilenen Kahneman ve Tversky (1979), Beklenti Teorisi'ni (Prospect Theory) ortaya koyarak davranışsal finansın ortaya çıkmasında çok önemli katkılar sağlamıştır. Kahneman ve Tversky tarafından geliştirilen Beklenti Kuramı'nın tüketici kararları üzerindeki etkisini inceleyen Richard Thaler (1980, 1985), zihinsel muhasebe (Mental Accounting) kavramını literatüre kazandırmıştır.

Zihinsel muhasebe, insanların işletmelere benzer bir biçimde finansal aktivitelerini değerlendirdikleri, gruplandırdıkları ve olaylara ilişkin kararlarını ayrı mental hesaplara kaydedip izledikleri bilişsel yollar olarak ifade edebilir. Nasıl ki işletmeler mali nitelikteki işlemlerini izlemek ve kaydetmek için farklı hesaplar kullanırlar, bireylerde yaptıkları her bir finansal işlem için zihinlerinde ayrı bir zihinsel hesap açıp söz konusu işlemi diğer işlemlerden bağımsız bir

şekilde değerlendirip izlerler. Bir sonuç zihinsel bir hesaba kaydedildikten sonra, söz konusu sonuca başka bir açıdan bakmak güçleşmekte ve bu durum ise bireyin kararlarını beklenmedik bir biçimde etkileyebilmektedir (Döm, 2003:111).

Çok sayıda ampirik çalışma (Hu, Li ve Run, 2014; Hayta, 2014; Gruener ve Hirschauer, 2016; Atik, Yılmaz ve Köse, 2018) bireylerin karar verirken zihinsel muhasebe yaptıklarını ve zihinsel muhasebenin bireylerin kararlarını etkilediğini tespit etmiştir. Smith ve Sinha (2000) yapmış oldukları çalışmada, fiyat ve ürün tutundurma kampanyalarının mağaza tercihi üzerine etkisini incelemiş ve tüketicilerin eş marjinal fayda sağlayan seçenekleri zihinsel muhasebe sürecinden geçirerek karar vermeye çalıştıklarını belirtmiştir. Rajagopal ve Rha (2009) insanların finansal aktiviteleri için yaptıkları gibi “zaman” için de zihinsel muhasebe oluşturduklarını, Hu, Li ve Ran (2014) yolcuların zihinsel muhasebe derinliğinin tek seferlik uçuşta uçuşun beklenen geliri üzerinde, çoklu uçuşlarda ise en uygun fiyatlar üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlemişlerdir. Gruener ve Hirschauer (2016) çalışmalarında, zihinsel muhasebenin çevresel vergilerin kurumsal bağlamında karar vermeyi etkileyip etkilemediğini ve nasıl etkilediğini incelemiştir. Çalışma sonucunda, zihinsel muhasebenin hem açıklama hem de davranışın koşullu tahmininde dikkate alınması gereken önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir.

Yerli literatürü incelediğimizde, zihinsel muhasebe konusuna genellikle davranışsal iktisat ve davranışsal finans alanlarındaki çalışmalarda bilişsel eğilimler başlığı altında kısaca değinilmiş olup, konuyla ilgili yeterli sayıda ampirik çalışma yapılmadığı görülmektedir. Sefil ve Çilingiroğlu (2011) insanların zihinlerini etkileyen anomaliler olarak ifade edilen durumlarda mali kararlar verirken zihinsel muhasebeden yararlandıklarını, Dalğar, Alparslan ve Binici (2012) kredi kullanımında gelecekteki sonuçları önemseme ve anlık

sonuçları önemsenme durumunu inceledikleri çalışmalarında bireylerin zihinsel muhasebe yaptıklarını vurgulamıştır. Hayta (2014) bireysel yatırımcıların finansal risk algısını etkileyen psikolojik etmenleri ve bu etmenlerin yatırım kararlarına olan yansımalarını incelediği çalışmada, yatırımcıların kararlarını zihinsel muhasebe sürecinden geçirdiklerini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Akçi (2017) çalışmada tüketicilerin kararlarında kaybın, indirim ve referans fiyat etkisinin olup olmadığı, zihinsel muhasebe yapıp yapmadıklarını incelemiştir. Araştırma sonucunda, tüketicilerin karar verirken zihinsel muhasebe yaptıkları ve kararlarını buna göre şekillendirdikleri tespit edilmiştir. Atık, Yılmaz ve Köse (2018) çalışmalarında, zihinsel kararların bazılarını ölçmek için 55 kişiye 18 sorundan oluşan bir senaryo uygulayarak tüketiciler veya yatırımcı tarafından yapılan zihinsel hataları göstermeye çalışmıştır. Sonuç olarak, bireylerin iki temel mental hesap üzerinden kararlarını aldıkları, bireysel yatırımcıların kazanç durumunda riskten kaçan, kayıp durumunda ise risk seven bir tutum içinde olduklarını tespit etmişlerdir. Özkan ve Özkan (2020) zihinsel muhasebenin finansal değerlendirmesini yaptıkları çalışmalarında, yatırımcıların rasyonel kararlar alamamalarında mental muhasebenin etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Bu çalışma, zihinsel muhasebe konusunun kavramsal boyutunu sunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, çalışmada zihinsel muhasebe yaklaşımı genel hatlarıyla incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde, zihinsel muhasebenin gelişiminden ve bu teorinin ortaya çıkmasına zemin oluşturan davranışsal iktisat ve davranışsal finansın gelişiminden kısaca bahsedilmiştir. İkinci bölümde, zihinsel muhasebenin kavramsal çerçevesine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, bazı bilişsel eğilimler (çerçeveleme etkisi, donanım etkisi, batık maliyet etkisi) ile zihinsel muhasebe arasındaki ilişkiye değinilmiştir.

1. Zihinsel Muhasebenin Gelişimi

Davranışsal çalışmalar, öncelikle ekonomi bilim dalında büyük bir ivme kazanmış, sonrasında finans ve muhasebe alanlarında yapılan araştırmalarla devam etmiştir. Davranış bilimlerinin etkisi altında kalan iktisat, davranışsal finansın ve zincirleme olarak bu iki alanda zihinsel muhasebenin çıkış noktası olmuştur. Bu nedenle, zihinsel muhasebenin gelişiminin ve çıkış noktasının iyi bir şekilde anlaşılması için öncelikle, davranışsal iktisat ve onun alt disiplini olan davranışsal finans alanlarının ortaya çıkış nedenleri ve duyulan hangi ihtiyaçlara binaen ortaya çıktıklarının açıklanması gerekmektedir. Bu bölümde davranışsal ekonomi ve davranışsal finansın gelişiminden ve bu gelişime katkı sağlayan bazı teorisyenlerden kısaca bahsedilmektedir.

Klasik ve neo-klasik ekonominin temel varsayımı olan homo economicus kavramı, ilk olarak Adam Smith'in 1776 yılındaki Milletlerin Zenginliği (The Wealth of Nations) isimli kitabında konu edilmiştir. Homo economicus kavramı, elindeki kıt kaynaklarla faydasını maksimize etmeye çalışan ve tamamıyla ve istikrarlı bir şekilde rasyonel davranış sergiledikleri varsayılan bireyleri ifade etmektedir. Başka bir anlatımla kavramsal olarak homo economicus, Beklenen Fayda Kuramı'nın (Expected Utility Theory) da esas aldığı rasyonel davranış varsayımının temelini oluşturmaktadır. Beklenen Fayda Teorisi'nin temelleri 1738 yılında Daniel Bernoulli tarafından atılan ve 1944 yılında ünlü ekonomistler John von Neumann ve Oscar Morgenstein tarafından ortaya konulan ve sonrasında Savage (1953) tarafından geliştirilen beklenen fayda maksimizasyonu yaklaşımına dayanmaktadır (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011). Bu teori, insanların hesapladıkları beklenen faydalarını en üst seviyeye çıkaran seçimleri yaparak rasyonel davrandıkları varsayılmaktadır (Cameer, 1999:10576). Beklenen fayda kuramı, karar vericileri, rasyonel davranan ve bireysel çıkarlarını ön planda tutan bir anlayışla hareket eden varlıklar olarak

nitelemektedir. Diğer bir deyişle, Beklenen Fayda Teorisinde, bireyler karar verirken elde edecekleri faydayı maksimum kılmayı amaçladıkları varsayılır.

Tüm insanların her zaman rasyonel davranışlar sergilediğinden bahsedebilmek mümkün değildir oysaki. İnsanlar çevresiyle etkileşim içinde olan sosyal varlıklardır ve sahip oldukları kendilerine özgü kişilikleri, normları, inançları vb. etmenler insan davranışlarını yönlendirmektedir. Dolayısıyla, mevcut bir olaya karşı her insanın aynı tepkiyi vermesini beklemek pek olası değildir. Bu nedenle, bireylerin beklentilerin aksine rasyonel olmayan davranışlar gösterebilecekleri dikkate alınması gerekmektedir. Bu anlayış iktisat biliminde davranışsal çalışmaların çıkış noktası olmuştur.

Herbert Simon'ın (1955, 1956), çalışmaları davranışsal iktisadın temelini oluşturmaktadır. Davranışsal ekonomi alanında bir dönüm noktası olarak nitelendirilen çalışmalarında Simon, homo economicus yaklaşımındaki eksiklikleri ortadan kaldırmak amacıyla “sınırlı rasyonellik” (bounded rationality) kavramını literatüre kazandırmıştır. Bu kavram homo economicus kavramının aksine, bireylerin sınırlı bilgiye sahip oldukları ve bir defada bütün bilgileri analiz edemediklerinden her şeyi bilmelerinin gerçek dışı olduğunu ifade etmektedir (Eser ve Toigonbaeva, 2011). Oysaki geleneksel iktisadın rasyonel seçim kuramına göre bireyler faydalarını maksimize ederken, zararlarını minimize etmeye çalışmaktadırlar. Bu yaklaşımın her zaman geçerli olmadığı belirten Simon (sınırlı rasyonellik varsayımına göre), tam ve doğru bilgiye her zaman ulaşamadığından dolayı, bireylerin karar verirken birtakım buluşlardan faydalandıklarını vurgulamaktadır.

Herbert Simon'ın çalışmalarından etkilenen Kahneman ve Tversky (1979), Beklenti Teorisi'ni (Prospect Theory) ortaya koyarak davranışsal finansın temellerini oluşturmuştur. Geleneksel finans modellerine karşı oluşturulan Beklenti Teorisi, normatif yerine betimleyici analizi kullanılır ve olması

gereken ile ilgilenmeyip var olan ile ilgilenir (Döm, 2003). Betimleyici analiz bireylerin inanç ve tercihlerinin ne olması gerektiğiyle ilgilenmeyip ne olduğu üzerinde durur (Kahneman ve Tversky, 1984). Dolayısıyla Beklenti teorisi, insanlar karar verirken rasyonel davranışlar gösterir gibi bir varsayımdan yola çıkmak yerine, kişilerin yanlış inançları veya tercihleri olabileceğini ve bundan dolayı tam olarak rasyonel olamayacaklarını savunmaktadır (Ritter, 2003:430). Beklenti teorisi, risk ve belirsizlik durumunda karar verme teorisi olarak Beklenen Fayda Teorisine karşı bir alternatif olmuş ve bu teorinin yetersizliklerini ortaya koymuştur.

Kahneman ve Tversky tarafından geliştirilen Beklenti Kuramı'nın tüketici kararları üzerindeki etkisini inceleyen Richard Thaler (1980, 1985), zihinsel muhasebe (Mental Accounting) kavramını literatüre kazandıran isim olmuştur. Thaler (1980, 1985, 1990, 1999, 2008) bu konuda yapmış olduğu çalışmalar ve alana yaptığı katkılardan dolayı 2017 Ekonomi dalında Nobel ödülüne layık görülmüştür.

2. Zihinsel Muhasebenin Kavramsal Çerçevesi

Muhasebe genel olarak kuruluşların mali nitelikteki işlemlerini para ile ifade edilmiş şekilde kaydeden, sınıflandıran, özetleyip raporlayan ve sonuçlarını yorumlayıp analiz eden bir sistem olarak tanımlanmaktadır. (Sevilengül, 2016:3-6). Nasıl ki işletmeler para akışlarını, gelir-gider dengesini muhasebe sistemlerinde takip ediyor ve bu işlemleri ayrı muhasebe hesaplarına kaydediyorsa, aynı şekilde insanlar da zihinlerinde benzer bir muhasebe sistemi kullanmakta, karar ve eylemlerini farklı zihinsel hesaplara kaydetmektedirler. İnsanın sahip olduğu bu muhasebe sistemi, beynimizin doğal olarak bildiği bir sistem olup akli (zihinsel) muhasebe olarak adlandırılmaktadır.

Thaler (1999:183) "Mental Accounting Matters" adlı makalesinde, zihinsel muhasebeyi "bireyler ve hane halkı tarafından finansal aktivitelerini organize

etmek, değerlendirmek ve takip etmek amacıyla kullanılan bilişsel işlemler seti” olarak tanımlamaktadır. Zihinsel muhasebe bir anlamda mali aktiviteleri ve sonuçları kodlama ve değerlendirme yöntemidir. Başka bir ifadeyle, zihinsel muhasebe farklı finansal karar problemlerinin ayrı zihinsel hesaplarda izlenmesi ve kaydedilmesi eğilimidir. Zihinsel muhasebe teorisine göre, her bir eylem, karar ve sonuç zihinde farklı zihinsel hesaplarda izlenir. Bireyler mali kararlar alırken ve bunları değerlendirirken zihinsel muhasebeden faydalanmaktadır. Örneğin; ev almak için para biriktiren ve bu parayı bankada vadeli mevduat hesabında tutan bir kişinin, araba almak amacıyla kredi çektiğini düşünelim. Bu kişinin biriktiriş olduğu paranın faiz getirisi, araba almak için çektiği kredinin faiz giderinden daha düşük olmasına rağmen söz konusu bu kişi, yine de ev için biriktirmiş olduğu parayı, araba almak için harcamayı istemeyecektir. Gerçek hayatta birçok kişi için geçerli olan bu durum, kişinin zihninde araba ve ev için iki farklı hesap açarak, ev almak için biriktirdiği bu parayı zihnindeki muhasebe sisteminde ev hesabında tutmasından kaynaklanmaktadır (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011).

Thaler (1985:199) zihinsel muhasebe kavramını açıklarken verdiği örnek olaylardan biri şu şekildedir: “Bay ve Bayan L ile Bay ve Bayan H kuzeybatıya balık avlamaya gitmişler ve bir miktar somon balığı yakalamışlardır. Tutmuş oldukları bu balıkları paketleyip, bir havayolu firması vasıtasıyla evlerine göndermişler, fakat aktarma esnasında balıklar kaybolmuştur. Bu durumdan dolayı havayolu firmasından 300\$ tazminat alan çiftler, bu parayla bir restoranda akşam yemeği yiyip, 225\$ harcamışlardır. Bu kişiler daha önce bir restoranda hiç bu kadar para harcamamışlardır”.

Yukardaki durumda çiftler havayolu firmasından gelen 300\$’lık tutarı “beklenmedik kazanç” ve “yemek” olarak zihinsel hesaplarına kaydetmiştir. Bu nedenle, beklenmedik kazanç olarak zihinsel hesaba kaydedilen bu tutarın

büyük bir kısmını (%75'ni) abartılı bir akşam yemeğine harcamışlardır. Ancak, söz konusu çalışmada her bir çift yıllık maaşlarında 150\$ tutarında bir artış elde etselerdi, çiftlerin akşam yemeği için 225\$ ödeme yapmayacakları ve böyle abartılı bir akşam yemeği gerçekleşmeyeceği vurgulanmaktadır. Söz konusu durumda, bireylerin ekonomi teorisinin değiştirilebilirlik (fungibility) ilkesini ihlal ettiği görülmektedir (Thaler, 1985:200).

Thaler (1999:184) bireylerin ve hane halkının davranışlarına ilişkin gözlemlerden yola çıkarak zihinsel muhasebe teorisinin üç temel bileşeni olduğunu belirtmiştir:

- İlk bileşen, sonuçların nasıl algılandığını ve tecrübe edildiğini, kararların alınış şeklini, yani kararların nasıl alındığı ve değerlendirildiği süreçlerini kapsamaktadır. Zihinsel muhasebe sistemi hem önceden tahmin edilen hem de geçmişe dönük fayda-maliyet analizleri için gerekli olan girdileri sağlamaktadır.
- Zihinsel muhasebenin ikinci temel bileşeni, aktivitelerin belirli hesaplara atanmasını içermektedir. Fonların kaynakları ve bu kaynakların kullanım yerleri işletmelerin muhasebe sistemlerinde olduğu gibi akli muhasebe sistemlerinde de sınıflandırılmaktadır. Giderler, kategoriler şeklinde gruplandırılmakta (yiyecek, giyecek, vs.) ve harcamalar açık veya gizli bütçeler tarafından kısıtlanmaktadır. Giderlerde olduğu gibi gelirler de benzer bir şekilde sınıflandırılmaktadır; nakit akışları (düzenli gelir veya olağandışı gelirler) ve sahip olunan varlıklar (eldeki nakit para, gayrimenkul, emekli geliri, vs.)
- Zihinsel muhasebenin son bileşeni ise, hesapların ne sıklıkta değerlendirildiği ile ilgilidir. Hesaplar, günlük, haftalık, yıllık olarak dengelenebilmekte ve dar ya da geniş olarak tanımlanabilmektedir.

Zihinsel muhasebenin bu bileşenleri ekonomik teorinin değiştirilebilir olma ilkesini ihlal etmektedir. Sonuç olarak zihinsel muhasebe, bireylerin kararlarını ve seçimlerini etkilemektedir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011:256).

Benzer şekilde, Goldberg ve Nitzsch (2001:35) çalışmalarında zihinsel muhasebeyi vermiş oldukları farklı bir örnek ile açıklamışlardır. Söz konusu örnekte iki durumdan bahsedilmektedir:

Durum 1: Bir konser için 150\$'lık bir ödeme yapıp bilet aldınız. Etkinlik günü konser alanına geldiğinizde biletinizi kaybettiğinizi fark ettiniz. Bilet gişesinden tekrardan 150\$ ödeyerek yeni bir bilet alır mısınız?

Durum 2: Bir konser için 150\$ tutarında bir bilet için rezervasyon yaptırdınız, fakat henüz ödeme yapmadınız. Etkinlik günü konser alanına geldiğinizde rezervasyon yaptırdığınız bilet için ayırdığınız 150\$'ı kaybettiğinizi fark ettiniz. Böyle bir durumda, 150\$ verip rezervasyon yaptırdığınız bileti alır mısınız?

Yukarıdaki söz konusu iki durum dikkatli bir şekilde incelendiğinde, iki durumun da benzer olduğu görülmektedir. Her iki durumda da bireyin tutarsal kaybı 150\$'dır. Ancak araştırma sonucunda, bireylerin birinci durumda tekrar bir bilet almaktan çekindikleri, buna karşın ikinci durumda 150\$ ödeme yaparak bilet aldıkları tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak, bireylerin benzer durumlar için sergilemiş oldukları farklı davranışları şu şekilde açıklanabiliriz: Birinci durumda, birey zihindeki muhasebe sisteminde, konser için zaten 150\$ ayırmış ve zihinsel hesaba kaydetmiştir. Dolayısıyla, bileti kaybettiğinde tekrardan yeni bir bilet almak istememektedir. Fakat ikinci durumda bilet için rezervasyon yapılmış, dolayısıyla bireyin zihninde yaptığı muhasebe kaydına göre fiziksel olarak henüz konser için bir bilet alınmamış ve ödeme yapılmamıştır. Kaybedilen 150\$'lık tutar zihinsel hesapların hayali dengesini etkilememektedir. Bu nedenle, araştırmaya konu olan bireyler 150\$ ödeyerek bilet almayı tercih etmişlerdir. Söz konusu her iki durumda da tutarsal kayıp

aynı olmasına rağmen sergilenen davranışlar ve buna bağlı olarak sonuçlar farklı çıkmıştır.

Katılımcıların davranışlarındaki söz konusu tutarsızlık şu şekilde de açıklanabilir. Her iki senaryoda karar vericiler zihinsel muhasebe sistemlerinde, söz konusu finansal aktiviteleri için ‘konser hesabı’ ve ‘nakit hesabı’ gibi mental hesaplar tutmaktadırlar. Konseri dinleme, dinletisi süresince konser hesabının alacak kısmına kaydedilen müzikten hoşlanma, haz ve eğlenme gibi pozitif bir değer sunmakta ve bu pozitif değer bilet fiyatının karşılığı olarak düşünülmektedir. Birinci durumda bilet için yapılan ödeme konser hesabının alacak kısmına kaydedilmektedir. Yeniden bir bilet alınması nakit hesabın borç kısmını arttıracaktır, dolayısıyla konserin maliyeti 300\$’a çıkacaktır ve yeni bir bilet alımına karşı isteksizlik bu durumdan kaynaklanabilir. İkinci durumda ise kaybedilen 150\$ herhangi bir zihinsel hesaba ait değildir. Kaybedilen bu para konser hesabının hayali dengesini etkilememektedir, çünkü konser için henüz ödeme yapılmamış ve zihinsel hesaba kaydedilmemiştir. Dolayısıyla bireyler konser için ikinci bir bilet almayı tercih etmektedir (Goldberg ve Nitzsch, 2001:36).

Thaler’ın zihinsel muhasebe teorisi, beklenti teorisinin bir bileşenidir ve bu teorisinin uygulama boyutunu oluşturmaktadır. Beklenti teorisinin değer fonksiyonundan yola çıkan Thaler (1999:186-187), bireylerin kendilerini olabildiğince mutlu edebilmek amacıyla çıktılarını kodladıklarını belirtmektedir. Buna göre, x ve y gibi iki çıktı için; $v(x+y) > v(x) + v(y)$ ise (birleştirilmiş değerlendirme ayrı değerlendirilenden daha büyük bir değer üretiyorsa) bireyler çıktılarını birleştirme eğilimindedir. Buna karşın, $v(x+y) < v(x) + v(y)$ durumu söz konusu ise (birleşik değerlendirme daha düşük değer üretiyorsa), bireyler çıktılarını ayrı ayrı değerlendirmeyi tercih etme eğilimindedir. Thaler bu durumu “hedonik çerçeveleme” (hedonic framing) kavramını kullanarak açıklamış ve şu şekilde

örneklendirmiştir: Thaler (1999:187) çalışmasında, insanlara 50\$ ve 25\$ kazandıran iki ayrı piyangoyu mu yoksa 75\$ kazandıran tek bir piyangoyu mu tercih edersiniz diye sormuştu. Beklenen Fayda Teorisi'ne göre, bu iki seçeneğinde çıktısı aynı olduğundan dolayı insanlar ikisi arasında farksız kalacaklardır. Fakat çalışmanın sonucunda, insanların %64'ü 50\$ ve 25\$ kazandıran iki ayrı piyangoyu tercih etmiş ve iki kez kazanmanın kendilerini daha mutlu edeceğini belirtmişlerdir.

Diğer yandan, bireylerin sahip oldukları zihinsel muhasebe sistemi, irrasyonel finansal kararlar almalarına sebep olabilmektedir. Farklı işlemlerin ayrı mental hesaplara kaydedilmesi ve bu hesapların birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmesi bireylerin zamanlama ve menkul kıymet seçimi gibi konularda hatalı kararlar vermelerine neden olabilmektedir (Hayta, 2014). Geleneksel portföy teorisi, portföyde yer alan yatırım araçlarının getirileri arasındaki korelasyonu dikkate almamakta ve sadece portföy çeşitlendirilmesine gidilerek risk faktörünün azaltılabileceğini savunmaktadır. Burada temel amaç, riskin dağıtılması yoluyla yatırımcının maksimum faydayı sağlamasıdır ve buna ulaşmanın yolu ise, portföy içerisindeki varlıkların sayısını arttırarak çeşitlendirme yapmaktır. Buna karşın Modern Portföy Teorisi ise, portföyde yer alan yatırım araçları arasındaki ilişkinin derecesi ve yönünün de riski azalttığı yönünde etkili olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla, düşük riskli bir yatırım portföyü oluşturabilmek için yatırım araçları arasındaki korelasyonun ve değişim katsayısının dikkate alınması gerekmektedir. Fakat zihinsel muhasebe, yatırımcıların riski azaltmada önemli bir araç olan yatırım araçları arasındaki korelasyondan yararlanmalarını güçleştirmektedir. Yatırımcılar yapmış oldukları yatırımları bir bütün olarak analiz etmek yerine her bir yatırımı ayrı zihinsel hesaplarda farklı şekillerde kategorize ederek bir mental muhasebe oluşturmuş olmaktadır. Başka bir deyişle, bireyler yaptıkları her bir yatırımı

ayrı olarak değerlendirmekte, her bir yatırım için farklı bir zihinsel hesap açmakta ve bu mental hesaplar arasındaki etkileşimi ve ilişkiyi ihmal etmektedirler. Dolayısıyla bu durum, risk kavramının yanlış algılanmasına ve düşük çeşitlendirmeye yol açarak yatırımcıların yüksek riskler ile düşük getirilere ve hatta kayıplara maruz kalmalarına neden olabilmektedir (Nofsinger, 2001). Böylece, finansal eylemler organize edilirken mental hesaplar arasında kaynak dağıtımının etkin şekilde yapılamaması sebebiyle etkin bir portföy yönetimi gerçekleştirilememektedir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011:257).

Sahip olduğumuz hisse senetlerimiz içerisinde kötü performans gösterenleri elde tutmamızın bir nedeninin zihinsel muhasebe olduğunu söyleyebiliriz (Nofsinger, 2001:48). Shefrin ve Statman (1985) yürütmüş oldukları çalışmalarında, “pişmanlıktan kaçınma” (avoiding regret) ve “övünç arayışı” (seeking pride) gibi kavramlardan bahsederek, bu iki güçlü insani hissin bireylerin davranışlarını ve kararlarını etkilediğini vurgulamışlardır. Dolayısıyla, yatırımcıların iyi performans gösteren hisse senetlerini kısa süre içinde satarken, değer kaybedenleri gereğinden uzun süre elde tutmalarının başka bir sebebinin bu iki duygu olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin, yatırımcı hisse senedi satın aldıktan sonra hisse senedinin fiyatında bir düşüş olduğunda, hisse senedini satmak yerine elinde tutma eğilimindedir. Çünkü yatırımcı, vermiş olduğu yanlış karar sonucunda hissetmiş olduğu kötü duygudan kaçınmak istemektedir (Baker ve Nofsinger, 2002:107). Böylece, kötü performans gösteren pay senetlerini satmayarak bireyler zararlarını realize etmiş olmuyorlar. Bireyler önceden almış oldukları kararlar nedeniyle acı çekiyorlarsa, bu durum bir pişmanlığın göstergesi iken, mutluluk duymaları durumunda bu bir gururu ifade etmektedir. Yatırımcılar sahip oldukları pay senetlerini satmaya karar verdiklerinde, hisse senedinin ilk satın alma fiyatından

etkilenmektedirler ve bu etkilenme durumu insanları pişman olmaya yöneltmektedir (Barak, 2008). Ayrıca, bu durum literatürde, insanların almış oldukları kararlar ile ilgili olarak duygularını ifade eden yatkınlık (eğilim) etkisi (disposition effect) kavramı ile açıklanmaktadır (Shefrin ve Statman, 1985). Zihinsel muhasebe, yatırımcıları yatkınlık etkisi ile karşı karşıya bırakabilmektedir. Sonuç olarak, her aktiviteyi farklı zihinsel hesaplarda tutma, bireylerin hedeflerindeki ilerlemeyi kolayca ölçümleyebilmelerine olanak tanırken, başka bir dizi negatif sonuçlara zemin teşkil edebilmektedir (Baker ve Nofsinger, 2002). Daha geniş bir perspektiften bakıldığında, zihinsel muhasebe Etkin Piyasalar Hipotezi'nin zayıf yönlerini vurgulamaktadır. Çünkü piyasa değerleri yalnız mevcut bilgiler ışığında değil, aynı zamanda bireylerin ilgili bilgileri nasıl analiz edip süzgeçlerinden geçirdiklerine göre belirlenmektedir.

3. Zihinsel Muhasebe ve Bilişsel Eğilimler

3.1. Donanım Etkisi (Endowment Effect)

İktisat teorisinde fırsat maliyeti* cepten yapılan harcamalara eşdeğer olarak değerlendirilmektedir. Fakat bu ifade ile bağdaşmayan davranışlar söz konusu olup, bu gibi davranışların açıklanmasında değer fonksiyonu (value function) yaklaşımından faydalanılmaktadır. Değer fonksiyonuna göre, kayıplar kazançlara oranla daha büyük bir ağırlıkla değerlendirilmektedir (Davut, 1997). Cepten yapılan harcamaları kayıp, fırsat maliyeti ise vazgeçilen kazanç olarak tasavvur edildiğinde, değer fonksiyonu yaklaşımına göre fırsat maliyeti cepten yapılan harcamalara kıyasla daha düşük bir şekilde ağırlıklandırılmaktadır. Fırsat maliyetinin ağırlığının altında ağırlıklandırılmasına 'donanım etkisi' denilmektedir (Thaler, 1980:44).

* Fırsat (alternatif) maliyeti; bir karar verirken vazgeçmek zorunda olduğumuz en iyi alternatif olarak tanımlanabilir.

Mental muhasebede, donanım etkisiyle birlikte bireylerin kayıplardan kaçındığı belirtilmektedir. Donanım etkisi, bireylerin sahip oldukları bir objeyi satmak için talep ettikleri bedelin, o nesneyi elde etmek için ödemek istedikleri bedelden daha fazla olacağını ifade etmektedir (Thaler, 1980). Donanım etkisini yaklaşımını Thaler'ın (1980:43) çalışmasında yer alan bir örnek olay yardımıyla açıklamaya çalışalım: “Bay H bahçesinin çimlerini kendisi biçmektedir. Komşusunun oğlu Bay H'nin bahçesinin çimlerini 8\$'a biçebilecektir. Bay H ise komşusunun aynı büyüklükte bahçesini 20\$'a biçmeyi kabul etmemektedir.”

Bay H komşusunun bahçesini 20\$'a biçmeyi kabul etmediğinde, 20\$'lık bu tutar vazgeçilen kazanç olarak nitelendirilebilir. Bay H ise komşusunun oğluna bahçe biçme bedeli olarak ödemesi söz konusu olan 8\$'lık tutar ise kayıp olarak nitelendirilebilir. Donanım etkisi sebebiyle vazgeçilen kazançlar, kayıplara kıyasla daha düşük bir ağırlıkla ağırlıklandırılmaktadır.

Knetsch ve Sinden (1984) tarafından yürütülen bir çalışmada katılımcılara ya 2\$ ya da piyango bileti verilmiştir. Bir süre sonra her katılımcıya parayı bilet ile, bileti para ile değiştirme fırsatı verilmiştir. Söz konusu katılımcılardan çok az sayıda kişi değiştirmeyi kabul etmiştir. Bu gibi davranışlara donanım etkisi yaklaşımıyla açıklama getirilebilmektedir.

Kahneman, Knetsch ve Thaler (1991:196) tarafından yürütülen bir çalışmada donanım etkisi konusu araştırılmıştır. Birinci grup katılımcıya (satıcılar (sellers)) kahve fincanı verilerek söz konusu fincanı 0,25\$ ve 9,25\$ fiyat aralığında, satmak isterlerse, kaçta satabilecekleri sorulmuştur. İkinci grup katılımcıya (alıcılar (buyers)) kahve fincanı verilmeden bu fincanı kaçta alabilecekleri sorulmuştur. Üçüncü gruba (tercih ediciler (choosers)) ise kahve fincanı verilmemiş, fakat fincan ya da para arasında bir tercih yapabilecekleri söylenmiştir. Birinci gruptaki katılımcılar fincanın ortalama fiyatı için 7,12\$ değer biçerken, ikinci gruptaki katılımcılar için bu değer ortalama 2,87\$,

üçüncü gruptakiler için bu değer ortalama 3,12\$ olarak ortaya çıkmıştır. Bu örnekte donanım etkisi açık biçimde görülmektedir. Sonuç olarak, satıcıların belirlediği fiyat alıcıların belirlediği fiyattan daha yüksek olmuştur. Birinci gruptaki katılımcılar fincanı satmaya karar verdiklerinde, bu kişiler için fincan bir kayıp olarak algılanmıştır. Çünkü katılımcılar kahve fincanının kendilerine ait olduğunu hissetmişler ve kayıptan kaçınmaya çalışmışlardır.

3.2. Batık Maliyet Etkisi (Sunk Cost Effect)

Batık maliyet, “geçmişte katlanılmış olan, kısmen veya tamamen geri alınması olanağı kalmamış bulunan maliyetler” olarak tanımlanmaktadır (Altuğ, 2015:31). Tüketicinin ürünü tüketmeden önce ödeme yapmış ve sonradan bu ürünü beğenmemesi veya fikrini değiştirmesi gibi durumlarda söz konusu ürünün iadesi yapılamıyorsa tüketici batık maliyet ile karşılaşmaktadır. Örneğin; bir tiyatro bileti için ödeme yapıp, sadece bir bölümünün izlenmesi durumunda bilet parasının bir bölümünün geri iade edilmemesi gibi. Geleneksel iktisat kuramına göre, tüketici kararlarında sadece marjinal maliyet ve faydalar dikkate alınmakta ve batık maliyetlerin bireylerin vereceği kararları etkilemesi söz konusu olmamaktadır (Arkes ve Blumer, 1985). Oysaki tüketici davranışlarında batık maliyetlerin dikkate alınması gerektiğini ve “batık maliyet etkisi”nin bireylerin kararlarını etkilediğini belirten çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Nofsinger (2001:83) batık maliyet etkisini, “bireylerin kararlar alırken geçmişte yapmış oldukları tercihlerinin, şimdi ve gelecekte verecekleri kararlarına olan etkisi” şeklinde tanımlamaktadır.

Batık Maliyet Etkisi, zihinsel muhasebenin önemli unsurlarından biridir. Thaler (1980:47) bir mal veya hizmetin kullanım hakkı için ödeme yapılması, bu malın değerlendirilme oranını artıracaklarını belirtmekte ve bu durumu batık maliyet etkisi olarak adlandırmaktadır. Bu yaklaşımı Thaler’ın (1980:47) çalışmasında vermiş olduğu bir örnek ile açıklayalım:

“Bir aile evlerinden 60 mil uzaklıkta oynanacak olan bir basketbol maçını izlemek amacıyla 40\$’ tutarında bir ödeme yaparak maç biletlerini satın alıyor. Ancak maçın oynanacağı gün çok yoğun bir kar fırtınası başlıyor. Olumsuz hava koşullarına karşın aile yine de basketbol maçına gitmekte ısrar ediyor ve maça gidiyorlar. Fakat maç biletleri söz konusu aileye hediye olarak verildiğinde, kötü hava koşullarında basketbol maçına gitmeyip evde kalmayı tercih ediyorlar.”

Örnek olayda görüldüğü gibi, her iki senaryoda da biletin tutarsal değeri aynı olmasına karşın, aile farklı davranış sergilemektedir. Çünkü, olayların akli muhasebe sisteminde farklı zihinsel hesaplara kaydedilmesi (örneğin; ödeme hesabı, hediye hesabı gibi.) ailenin farklı davranış sergilemesine neden olmaktadır. Aile 40\$’lık bir ödeme yapıp maç biletini satın aldığı anda zihninde bir hesap açmaktadır. Aile maça gidemediği takdirde maçtan alacakları hazdan yoksun olarak bu hesabı kapatmakta ve kayıp olarak algılamaktadır. Aile, bu kaybın neden olacağı duygusal acıdan kaçınmak için kötü hava koşullarına rağmen maça gitmekte ısrarcı olmaktadır. Buna karşın, maç biletleri aileye hediye olarak verildiği zaman, zihinde açılan hesap herhangi bir fayda veya kayıp içermeden geri kapatılmakta ve aile maça gitmek yerine evde kalmaktan yana tavır sergilemektedir. Bu durum zihinsel muhasebe kuramının önemli unsurlarından biri olan “Batık Maliyet Etkisi” yaklaşımının bir göstergesidir. Arkes ve Blumer (1985) çalışmalarında, batık maliyet konusu ile ilgili olarak tiyatrodaki sezonluk bilete sahip olan kişilerin, indirim yapılan başka bir gruptaki kişilere kıyasla tiyatro oyunlarına daha düzenli olarak gittiklerini vurgulamıştır. Kahneman ve Tversky (1984:347) yürüttükleri çalışmada, yapmış oldukları uygulama ile konuyu daha açık bir biçimde ortaya koymaktadır:

“**Problem 1** (N=200): Bir oyunu izlemeye karar verdiğiniz ve bu oyun için bilet başına 10\$ ödeme yaptığımızı düşünün; tiyatroya girdiğiniz anda bileti

kaybettiğinizi fark ettiniz, koltuklar numaralanmamış ve biletin yeniden çıkarılması mümkün değildir.”

Bu durumda başka bir bilet için 10\$ daha öder misiniz?

Evet (%46), Hayır (%54)

Problem 2 (N=183): Bilet ücretinin 10\$ olduğu bir oyunu izlemeye karar verdiğinizi düşünün; tiyatroya girdiğiniz anda bilet için ayırmış olduğunuz 10\$'ı kaybettiğinizi fark ettiniz.

Bu durumda hala oyun için 10\$ verir misiniz?

Evet (%88), Hayır (%12)”

Her iki durumda da bireyin tutarsal kaybı 10\$'dır. Ancak araştırma sonucunda, 200 katılımcının %54'ü birinci durumda tekrar bir bilet almaktan çekindikleri, buna karşın ikinci durumda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%88'inin) 10\$ ödeme yaparak bilet aldıkları tespit edilmiştir. Örnekte, ilk durumda bireyler ödemiş oldukları 10\$'ı oyunun karşılığı olarak görmüş ve fazladan bir 10\$'lık ödemeyi kabul edilebilir bulmamışlardır. Fakat katılımcıların çoğu nakit paranın kaybını oyun ile bağdaştırmamış ve 10\$ ödeyerek bilet almışlardır. Söz konusu her iki durumda da tutarsal kayıp aynı olmasına rağmen sergilenen davranışlar ve alınan kararlar farklı olmuştur.

Davranışsal iktisat yaklaşımları içerisinde test edilen son yaklaşımlardan biri batık maliyet hatasıdır. Tversky ve Kahneman (1974) ve Thaler'in (1980) yaptıkları çalışmalarında vurguladıkları üzere, bireyler ödemeyi kendileri yaptıkları zaman o ürünü kullanamazlar ise, söz konusu ürün için ödedikleri parayı batık maliyet olarak düşünmektedirler. Fakat tutarsal olarak aynı kaybı, ürünün bedelini kendileri ödemediklerinde ise batık maliyet olarak düşünmemektedirler ve böylece batık maliyet hatası oluşmaktadır. Başka bir anlatımla, bireyler ödedikleri paranın karşılığında bekledikleri hizmeti alamadıklarını düşündükleri zaman batık maliyet oluşmaktadır. Fakat batık

maliyetin tutarsal olarak eşdeğeri başka bir kayıp aynı ürün için söz konusu olduğunda, maddi olarak eşit tutarda kayıp söz konusu olmasına karşın, bireyler bunu batık maliyet olarak algılamaktadırlar ve bundan dolayı batık maliyet hatası oluşmaktadır. Geleneksel ekonomi modeli, batık maliyetlerin karar vermede herhangi bir etkisi olmadığını savunurken, buna karşın bu bölümde belirtilen çalışmalarda da vurgulandığı üzere bu maliyetler bireylerin algı ve tercihlerini etkilemektedir.

3.3. Çerçeveleme Etkisi (Framing Effect)

Bireylerin aktiviteleri ile ilgili her bir sonucu birlikte mi yoksa ayrı ayrı olarak mı değerlendirdiklerine ilişkin soru zihinsel muhasebeye ilişkin asli konulardan birisidir. Esas itibarıyla bu soru, zihinsel muhasebenin önemli etmenlerinden çerçeveleme etkisi (veya dar çerçeveleme (narrow framing)) kavramına atıfta bulunmaktadır. Kahneman ve Lovallo (1993:19) bu kavramı “insanlar karar problemlerini birer birer ele alma eğilimindedirler ve genellikle mevcut problemi askıya alınabilecek diğer seçeneklerden ve benzer kararlar almak için gelecekteki fırsatlardan soyutlarlar” şeklinde açıklamışlardır. Çerçeveleme etkisi, “aynı problemin farklı şekillerde çerçevesinde, karar alma algısını yöneten psikolojik prensiplerin ve çıktılarının öngörülebilir değişiklikler gösterdiklerini” ifade etmektedir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011:255). Başka bir anlatımla dar çerçeveleme, bireylerin bir karar problemini değerlendirirken yalnızca söz konusu probleme odaklanıp, var olan problemi diğer seçeneklerden ayrı tutma eğiliminde olmaları anlamına gelmektedir. Tversky and Kahneman (1986: 255-256) çalışmalarında çerçeveleme etkisini aşağıdaki karar problemleri ile açıklamışlardır:

Karar (i): Aşağıdaki iki seçenekten birini tercih ediniz.

A: 240\$ kesin kazanç

B: %25 olasılıkla 1.000\$ kazanç ve %75 olasılıkla 0 kazanç

Karar (ii): Aşağıdaki iki seçenektan birini tercih ediniz.

C: 750\$ kesin kayıp

D: %75 olasılıkla 1.000\$ kayıp ve %25 olasılıkla 0 kayıp

Araştırma sonucunda, birinci karar probleminde katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%84'ü) A seçeneğini, %16'sı ise B seçeneğini tercih etmiştir. İkinci karar probleminde ise katılımcıların %13'ü C seçeneğini tercih ederken, %87'si ise D seçeneğini tercih etmiştir. Bu sonuçlardan hareketle, bireylerin her bir karar problemini ayrı ayrı değerlendirdiğini söyleyebiliriz. Seçenekler uygun olduğunda yani kazanç söz konusu olduğunda bireylerin riskten kaçınan bir tutum sergilediklerini, bunun tersi durumda ise yani kayıp söz konusu olduğunda risk arayıcı bir tavır takındıklarını söyleyebiliriz. Oysaki A ile D seçenekleri ve B ile C seçenekleri birlikte düşünüldüğünde, aşağıda da ifade edildiği gibi, bireylerin A ve D seçeneğinde daha yüksek tutarda kayıp ve daha düşük tutarda kazanç, B ve C seçeneğinde ise daha yüksek tutarda kazanç ve daha düşük tutarda kayıp elde edecekleri aşikardır. Söz konusu bu durum, çerçeveleme etkisinin bir sonucudur.

A & D: %25 olasılıkla 240\$ kazanç ve %75 olasılıkla 760\$ kayıp

B & C: %25 olasılıkla 250\$ kazanç ve %75 olasılıkla 750\$ kayıp

Tversky ve Kahneman (1981;453) çalışmalarında katılımcılar üzerinde uyguladığı aşağıda belirtilen olay örgüleri ile çerçeveleme etkisinin değişimlerini test etmiştir:

“Problem 1 [N=152]:

ABD'nin 600 kişinin ölümüyle sonuçlanacağı tahmin edilen olağandışı bir Asya hastalığı salgınına hazırlandığını hayal edin. Bu hastalıkla mücadele etmek için iki alternatif program önerilmektedir. Programların sonuçlarının kesin bilimsel tahminlerinin aşağıdaki gibi olduğunu varsayalım:

Eğer A Programı uygulanırsa, 200 kişi kurtarılacak [%72]

Eğer B Programı uygulanırsa, 1/3 olasılıkla 600 kişi kurtarılacak ve 2/3 olasılıkla kimse kurtarılamayacak [%28]

Hangi programı tercih edersiniz?"

Katılımcıların çoğunluğu (%72) A seçeneğini tercih etmişler ve risk almaktan kaçınmışlardır. Yani, kesin olarak 200 kişinin kurtarılması seçeneği yanıtlayıcılara daha cazip gelmiştir. Yanıtlayıcıların %28'i ise B programını tercih etmişlerdir. Oysaki bu seçenekte de beklenen değer 200 kişiye denk gelmektedir.

İkinci bir grup katılımcıya aynı problem program alternatifleri değiştirilerek şu şekilde sorulmuştur:

“Problem 2 [N=155]:

Eğer C Programı benimsenirse 400 kişi ölecek [%22]

Eğer D Programı benimsenirse 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek ve 2/3 olasılıkla 600 kişi ölecek [%78]

Hangi programı tercih edersiniz?"

Seçenekleri değerlendiren yanıtlayıcıların %78 'i D programını tercih ederken, %22'si C programını seçmiştir. Başka bir deyişle, katılımcıların çoğunluğu risk almış ve 400 insanın kesin ölümü, 2/3 olasılıkla 600 insanın ölümünden daha az kabul edilebilir bulunmuştur.

Yukarıdaki iki problemden yola çıkarak şunu söyleyebiliriz; kazançların söz konusu olduğu seçeneklerde bireyler risk almaktan kaçınmışlar, fakat kayıpların söz konusu olduğu seçeneklerde bireyler risk almayı tercih etmişlerdir. Bu iki problemde de sunulan seçeneklerin beklenen fayda değeri eşit olmasına rağmen, problemin çerçevesi hem cevapları hem de risk alıp veya almama kararını etkilemiştir.

Kayıpların vermiş olduğu üzüntü hissi, kazançların vermiş olduğu memnuniyet duygusundan daha yüksek olduğundan dolayı herhangi bir tercihte kayıplara

dair dikkat çeken bir çerçeve, söz konusu seçimi daha az seçici yapmaktadır (Rabin, 1998:44). Bir karar potansiyel kazanç içerdiğinde, bireyin zihinsel sisteminde ödül takip sistemi devreye girerken, kayıp olasılığı ihtiva eden bir karar alındığında kayıptan kaçınma mekanizması etkinleşmektedir. Sonuç olarak problemin içeriği ve yapısı karar vericilerin yargı ve seçimlerini etkilemektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, zihinsel muhasebe yaklaşımı teorik bilgiler ışığında genel çerçevesiyle sunulmaya çalışılmıştır. Zihinsel muhasebe farklı finansal karar problemlerinin ayrı zihinsel hesaplarda izlenmesi ve kaydedilmesi eğilimidir. Zihinsel muhasebe bir anlamda mali aktiviteleri ve sonuçları kodlama ve değerlendirme yöntemi olarak ifade edilebilir. Zihinsel muhasebe teorisine göre, her bir eylem, karar ve sonuç zihinde farklı zihinsel hesaplarda izlenir ve bireyler mali kararlar alırken ve bunları değerlendirirken zihinsel muhasebeden faydalanmaktadırlar. Bir sonuç zihinsel bir hesaba kaydedildikten sonra, söz konusu sonuca başka bir açıdan bakmak güçleşmekte ve bu durum ise bireyin kararlarını beklenmedik bir biçimde etkileyebilmektedir. Ulusal literatür incelendiğinde, zihinsel muhasebe ile ilgili az sayıda ampirik çalışma olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili farkındalığı artırmak ve ileride yapılabilecek çalışmalar için fikir oluşturmak bakımından çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akçi, Y. (2017). Fiyat Algısında Zihinsel Muhasebe Ve Tüketici Tercihi. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(9), 285-297.
- Altuğ, O. (2016). Maliyet Muhasebesi. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Arkes, H. R. ve Blumer, C. (1985). The Psychology of Sunk Cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35(1), 123-140.
- Atik, M., Yılmaz, B., Köse, Y. (2018). Bireysel Finansal Kararlarda Zihinsel Önyargıların Etkisi: Mental Muhasebe. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 717-730.
- Baker, H.K. ve Nofsinger, J.R. (2002). Psychological Biases of Investors. *Financial Services Review*, 11, 97-116.
- Barak, O. (2008). Davranışsal Finans- Teori ve Uygulama. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Camerer, C. (1999). Behavioral Economics: Reunifying Psychology and Economics. *Proc. Natl. Acad. Sci.*, 96, 10575-10577.
- Dalğar, H., Alparslan, A. M., Binici, Ö. (2012). Gelecekteki/Anlık Sonuçları Önemsene, Kişilik Özelliğinin Kredi Kullanma Tercihleri İle İlişkisine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(13), 315-325.
- Davut, L. (1997). Tüketici Davranışları ve Rasyonellik. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 52(1), 169-179.
- Döm, S. (2003). Yatırımcı Psikolojisi. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Eser, R. Ve Toigonbaeva, D. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak Davranışsal İktisat. *Eskişehir. Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 287-321.
- Goldberg, J. ve Nitzsch R. (2001). Behavioral Finance. John Wiley & Sons Ltd.
- Gruener, S. ve Hirschauer, N. (2016). An experimental investigation of mental accounting in environmental economics. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 12(1), 18-26.
- Hayta, A.B. (2014). Bireysel Yatırımcıların Finansal Risk Algısına Etki Eden Psikolojik Önyargılar. *18(3)*, 329-352.
- Hu, Y., Li, J., Ran, L. (2015). Dynamic Pricing for Airline Revenue Management under Passenger Mental Accounting. *Mathematical Process in Engineering*, 1-9.
- Kahneman, D. ve Lovallo, D. (1993). Timid Choices and Bold Forecasts: A Cognitive Perspective on Risk Taking. *Management Science*, 39(1), 17-31.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1984). Choices, Frames and Values. *American Psychologist*, 39(4), 341-50.
- Kahneman, D., Knetsch, J., Thaler, R. (1991). Anomalies: the Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 193-206.
- Knetsch, J. ve Sinden, J.A. (1984). Willingness to Pay and Compensation Demanded: Experimental Evidence of an Unexpected Disparity in Measures of Value. *Quarterly Journal of Economics*, 99(3), 507-521.
- Nofsinger, J.R. (2001). *Investment Madness*, New Jersey: Prentice Hall.

- Özkan, M. ve Özkan, Ö. (2020). Financial Evaluation of Mental Accounting. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 6(1), 86-118.
- Rabin, M. (1998). Psychology and Economics. *The Journal of Economic Literature*, 36(1), 11-46.
- Rajagopal, P. ve Rha, J. (2009). The mental accounting of time. *Journal of Economic Psychology*, 30(5), 772-781.
- Ritter, Jay R. (2003). Behavioral Finance. *Pacific-Basin Finance Journal*, 11(4), 429-437.
- Sefil, S. ve Çilingiroğlu, H. K. (2011). Davranışsal Finansın Temelleri: Karar Vermenin Bilişsel Ve Duygusal Eğilimleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 247-268.
- Sevilengül, O. (2016). Genel Muhasebe. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Shefrin, H. ve Statman, M. (1985). The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence. *The Journal of Finance*, 40(3), 777-790.
- Simon, H. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118.
- Smith, M. F. ve Sinha, I. (2000). The Impact of Price and Extra Product Promotions on Store Preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(2), 83-92.
- Thaler, Richard H. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1(1), 39-60.
- Thaler, Richard H. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214.
- Thaler, Richard H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206.
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, 185(4157), 1124-1131.
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211(4481), 453-458.