TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

TEORİK ÇERÇEVEDE HEDONİSTİK İKTİSAT

Hamdi AYYILDIZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

HEDONİSTİK İKTİSAT

Hamdi AYYILDIZ

Danışman: **Yrd. Doç. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ**
Jüri Üyesi: **Doç. Dr. İlter ÜNLÜKAPLAN**
Jüri Üyesi: **Yrd. Doç. Dr. İbrahim İNAN**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2017

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Yrd. Doç. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ
(Danışman)

Üye: Doç. Dr. İlter ÜNLÜKAPLAN

Üye: Yrd. Doç. Dr. İbrahim İNAN

ONAY
Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.
…/…/2017

Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. 24 / 07 / 2017

Adı Soyadı

ÖZET

HEDONİSTİK İKTİSAT

Hamdi AYYILDIZ

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Ana Bilim Dalı
Danışman: Yard. Doç. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ
Temmuz 2017, 151 sayfa

Heterodoks ve Ortodoks İktisat arasındaki ayrım İktisat teorilerini şekillendirirken, heterodoks iktisatçıların savunduğu gibi psikoloji, sosyoloji, antropoloji, siyaset ve tarih bilimlerinde gerçekleşen son değişiklikleri de kapsayan bir tek sosyal bilim haline gelmesi arzulanan İktisat bilimi tarihinin heterodoks düşünce tarihi de incelenmelidir. Bu nedenle, bu tezde heterodoks teorilerin şekil verdiği davranışsal iktisat, deneysel iktisat ve nöroiktisat incelenerek hedonistik iktisatı konu edinen süreç tanımlanacaktır.

Rasyonel bireyi sorgulamak ile başlayan süreç, ekonomik insanı model alan kavramsal haritaları da eleştirmektedir. Tek tip ekonomik insan tiplemesi, günümüz insan modelini ve tüketim davranışlarını açıklamamaktadır. Oysaki, makroekonomi açısından da oldukça önemli olan tüketim faktörü ve fonksiyonunu oluşturan bileşenleri iyi tahlil ederek çözümlemeler de bulunmak, verileri doğru ve eksiksiz yorumlamayı getirmektedir. Tasarrufları dengelemeyen bir tüketim anlayışı, hedonistik temelleri ile yapıldığında topluma toplam manada zarar verecek yapılara neden olabilmektedir.

Bu tezde, Hedonizmin değişik çeşitleri ve İktisat Biliminin yeni dalları araştırılmıştır. Bu tezin amacı, İktisat konularının göreceli yeni konularını göstermek ve tanıtmak aynı zamanda güncel - yaşam problemleri ile bağlantılı olan noktasına değinmektir. Tez, 5 ana bölüme ayrılmıştır. Çalışmanın 1. Bölümünde Problem ve neden bu tezin yazılmasının amacı ifade edilmiştir. Çalışmanın 2. Bölümünde hedonistik iktisatı ortaya çıkaran görüşler kronolojik sıralamasında incelenmiştir. Çalışmanın 3. Bölümünde hedonistik iktisat ve kapsamı incelenmiştir. Çalışmanın 4. Bölümünde ise subjektivist değer teorisi ve hedonizm üzerine bir inceleme gerçekleştirilecektir. Son bölümde sonuç ve öneriler getirilmiştir.

Jeremy Bentham'ın faydacı iktisat felsefesinin Anaakım İktisat üzerinde yerleşik hale gelmesi ile İktisat ve kurumları hedonistik bir karaktere bürünmüştür. Thomas Hobbes'un birey üzerine çıkarcı rolün üzerinde durması ile birleşen Bentham'ın faydacı anlayışı, rasyonel seçim ve rasyonel insan kavramlarını kuran asıl bileşim olmuştur. İktisadın erken dönemde büründüğü bu durum üzerine eleştiriler gecikmemiştir. Bu bağlamda, Anaakım İktisat ve rasyonel insan modelini eleştiren yaklaşımlar incelenrek, tüketimin karakteristiğini belirlemek üzerine çalışmalar yapılması son derece önem arz etmektedir.

Anahtar kelimeler: Hedonizm, iktisat, hedonistik iktisat

ABSTRACT

THE THEORETICAL FRAMEWORK : HEDONISTIC ECONOMICS

Hamdi AYYILDIZ

Master Thesis, Department of Economics
Supervisor: Asst. Prof. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ
July 2017, 151 pages

While the distinction between heterodox and orthodox economics is shaping economic theories, the heterodox thought history of the history of economics which is desired to become the only social science, including recent changes in psychology, sociology, anthropology, politics and history, as heterodox economists argue, should also be studied. Therefore, in this thesis, the process of hedonic economic subject will be defined by examining behavioral economics, experimental economics and neuroticism which are formed by heterodox theories.

The process that begins with questioning the rational individual also criticizes conceptual maps that model the economic man. Uniform economic human capitalization does not account for the contemporary human model and consumption behavior. However, analyzing the components of the consumption factor and function, which are also important in terms of macroeconomics, leads to accurate and complete interpretation of the data. A conception of consumption that does not balance the savings can be caused by the construct that would harm the collective mania when done with hedonistic foundations.

In this thesis, various varieties of hedonism and new branches of economics are searched. The aim of this thesis is to show and introduce the relative new issues of economics issues and to point to the point related to current - life problems at the same time. The thesis is divided into 5 main sections. The Problem in the Chapter 1 of the Work and why this thesis is written is stated. The chronological order in which the ideas that generated hedonistic economics in Chapter 2 of the work were examined. Hedonistic economics and its scope have been examined in Chapter 3 of the workshop. In Chapter 4 of the workshop an examination will be made on the subjectivist value

theory and hedonism. In the last part, conclusions and suggestions were made.

As Jeremy Bentham's utilitarian philosophy of philosophy became established on the Fundamental Economics, economics and institutions became a hedonic character. Bentham's pragmatic understanding, coupled with Thomas Hobbes's emphasis on the individual's role, has been the main compound that established rational choice and rational human concepts. Criticism has not been overdue over this situation, which the economy had in the early period. In this context, it is of utmost importance to study the mainstream economics and rational human modeling approaches to determine the characteristics of consumption.

Keywords: Hedonism, economics, hedonistic economics

ÖNSÖZ

Temel anlamıyla mikro ve makro olarak ayırabileceğimiz iktisat bilimi, antik çağlardan modern zamanlara kadar her gün içerisinde bulunduğumuz veya içerisinde bulunan bir faaliyeti gerçekleştirdiğimiz en temel sosyal bilimlerden birisidir. Ekonomi olarak da isimlendirilen bu bilim, Yunanca kelimelerin birleşiminden ortaya çıkmıştır. Şehir devletleri ile kurulu bir düzenden günümüzde endüstriyel ve bilgi bazlı devrimin gerçekleşmesi ile, ekonomi sistemli ve çok daha fazla anomali barındıran bir hale gelmiştir. 2000li senelerin henüz başında, oldukça az sayıda olan herşey bugün çevremizde tüm varyasyonlarıyla önümüze serilmektedir. Bu kapsamda, günümüz ekonomik sisteminin yapıtaşlarıyla bezeli tüm kurumlarının kapsadığı ekonomik yapımızda, "tüketici" temelde rasyonel (akılcı) olarak isimlendirilmiştir.

Neoklasik akışın ve bakışın tanımladığı bu tüketici, faydasını her durumda maksimize eden, çıkarını ekonomik manada düşünerek maksimizasyonunu gerçekleştirmeyi amaçlayan yegane varlıktır. Ancak günümüz dünyasının tüketicisi, gerçekleştirdiği mantık ve fayda dışı ekonomik aktiviteleriyle bu durumun Neoklasik bakıştan sapmalar yaşattığını ileri sürmemize yol açmaktadır. İhtiyaç ve isteklerin fayda kavramı ile ifade edilmesine yol açan süreçte, tüketim faaliyeti sandığımızdan daha karmaşık ve hedonik yönler içermektedir. Davranışsal İktisat ile başlayan kırılmaların açıkçası Hedonistik İktisat temelinde gerçekleşmiş olması bu açıdan bu tezi değerli kılmaktadır. Nobel İktisat Ödülü sahibi Psikolog Daniel Kahneman'ın deneyimlenen fayda üzerine gerçekleştirmiş olduğu çalışmalarının neticelerini Benthamcı faydanın ölçülmesi üzerine döndürmesi de Davranışsal, Deneysel ve Nöroiktisat çalışmalarının Felsefe tabanlı boyutlarını gözler önüne serecektir.

Hedonistik İktisat tarihsel süreç içerisinde önemli bir yükseliş göstermiştir. Felsefe tabanlı ekonomik düşüncelerin köklü olmalarından kaynaklanan nedenler ile de Adam Smith'in emek-değer teorisini bir kenara itebilme gücünü göstermiş olan Marjinalizmin altında felsefe tabanlı Hedonistik İktisatın bulunması konuyu oldukça ilgi çekici yapmaktadır.

Felsefeler hakimiyeti neticesinde gerçekleşen ekonomi tarihinin, Heterodoks boyutları ve Ortodoks boyutları ile farklarını da tanımlayan bu çalışma İktisat Biliminin zenginliğini göstermeyi amaçlamaktadır. İktisatı bana sevdiren ve yenilikçi konularda çalışmalar için destek olan tez danışmanım Değerli Hocam Sayın Yard. Doç. Dr. Hakkı

ÇİFTÇİ'ye ve enerjileri ile güç veren Sevgili Aileme, Ufkumu açan ve kariyerimde desteğini esirgemeyen Değerli Büyüğüm Yard. Doç. Dr. Adem EROL'a, çalışmalarımda destekleri ile kolaylıklar sağlayan Meslektaşım Öğr. Gör. Fahrettin SÖKER'e tezimin sonuçlanması noktasında emekleri ve destekleri için teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

HAMDİ AYYILDIZ

Adana / 2017

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET iv
ABSTRACT vi
ÖNSÖZ viii
KISALTMALAR xv
TABLOLAR LİSTESİ xvi
ŞEKİLLER LİSTESİ xviii
EKLER LİSTESİ xix

BÖLÜM I
GİRİŞ

1.1. Problem 1
1.2. Araştırmanın Amacı ve Metodolojisi 2
1.3. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı 2
1.4. Sınırlılıklar 3
1.5. Tanımlar 3
1.6. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Metodu 4
1.7. Hedonistik İktisat İle İlgili Gerçekleştirilmiş Çalışmalar ve Literatür İncelemesi 5
1.7.1. Yurtiçinde Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi 5
1.7.2. Yurtdışında Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi 8
1.7.3. Araştırmanın Literatüre Katkısı ve Diğer Araştırmalardan Farkları 12

BÖLÜM II
MAKROEKONOMİK İKTİSADİ OKULLARIN GELİŞİM SEYRİ

2.1. Teorik Açıdan Makroiktisadi Okulların Hedonistik İktisata Olan Katkısının İncelenmesi 13
2.1.1. İlkçağ Öncesi Ekonomi 15
2.1.1.1. İlkçağda Ekonomi 18
2.1.1.2. Çin Ekonomik Düşüncesi 20
2.1.2. Orta Çağ'da Ekonomi (5. YY – 15. YY) 20

2.1.2.1. Hristiyan Ortaçağı 21
2.1.2.2. Ortaçağdan Rönesansa Olan Dönemde Ekonomi (15. Yy – 17.yy) .. 22
2.1.3. Yeniçağda Ekonomi (17. Yy) 24
2.1.3.1. İspanyol Merkantilizmi 25
2.1.3.2. Fransız Merkantilizmi (Colbertizm) 25
2.1.3.3. İngiliz Merkantilizmi 26
2.1.3.4.Sosyal Reformistler Olarak Fizyokratlar 26
2.1.3.5. Quesnay'in Ekonomik Düşüncesi 27
2.1.4.Adam Smith Öncesi İktisadın Genel Değerlendirmesi 28
2.1.5. Adam Smith (1723 -1790) ve Düşünceleri: Klasik Teorinin Doğuşu 29
2.1.6. Thomas Robert Malthus (1766-1834) ve Nüfus Teorisi 30
2.1.7. David Ricardo (1772-1823) ve Ekonomi Düşüncesi 31
2.1.8. Rasyonalistik Öznelcilik 32
2.1.8.1. Jean Baptiste Say'in Ekonomi Düşüncesi 32
2.1.8.2. Senior'ın Ekonomi Düşüncesi (1790 – 1864) 32
2.1.8.3. Benthamın Ekonomi Düşüncesi (1748-1832) 33
2.1.9. William Thompson ve Thomas Hodgskin'in Ekonomi Üzerine Düşünceleri: Yoksulların Politik Ekonomisi 34
2.1.10. Saf Faydacılık ile Eklektik Faydacılığın Karşılaştırılması 35
2.1.10.1. John Stuart Mill 35
2.1.10.2. Bastiat'ın(1801 – 1850) Ekonomi Düşüncesi 36
2.1.11. Karl Marx (1815 – 1883) 36
2.1.12. Utopist (Hayalci) Sosyalistler 38
2.2.13. İdealist Sosyalistler 39
2.2.13.1. Louis Blanc (1811 – 1882) 39
2.2.13.2.Charles Fourier 39
2.2.13.3.Pierre Joseph Proudhon(1809 – 1865) 40
2.1.14. Faydacılığın Zaferi : Jevons, Menger ve Walras 40
2.2.15. Thorstein Bunde Veblen (1857-1929) 42
2.2.16. John Maynard Keynes(1883-1946) 42
2.2.17. Modern Ekonomi 43
2.2.17.1. W.Arthur Lewis ve Kalkınma İktisadı (1915-1991) 44
2.1.17.2. Paul A. Samuelson(1915-2009) ve Milton Friedman'ın (1912-2006) düşüncelerinin Hedonistik İktisat Bağlamında Karşılaştırılması 44

2.2.18. Kurumsalcılık ve Post-Keynesyencilik 45
2.2.18.1. Clarence Ayres'in Kurumsalcı İktisadı (1891- 1972) 45
2.2.18.2. Post-Keynesyen İktisat 45
2.2.18.3. Sraffian Fiyat Teorisi 46
2.3. Hedonistik İktisadı Destekleyici Makroekonomik Okullardaki Son Gelişmeler 46
2.3.1. Davranışsal İktisat Kavramının Tanımı 47
2.3.1.1. Davranışsal İktisatın Diğer Disiplinler İle İlişkileri 47
2.3.1.2. Klasik İktisat ve Davranışsal İktisat Arasındaki İlişki 47
2.3.1.3. Neoklasik İktisat ve Davranışsal İktisat Arasındaki İlişki 48
2.3.1.3.1. Davranışsal İktisatın Doğuşu 49
2.3.1.3.2. Davranışsal İktisadın Temel Araştırma Konuları 49
2.3.1.3.2.1. Karar Alma Mekanizmaları 49
2.3.1.3.2.2. Risk Altında Karar Alma : Beklenti Teorisi 51
2.3.1.3.3. I. Nesil Davranışsal İktisatçılar 53
2.3.1.3.3.1. Katona'nın Psikolojik İktisadı 54
2.3.1.3.3.2. Simon'un Sınırlı Rasyonali 54
2.3.1.3.4. II. Nesil Davranışsal İktisatçılar 56
2.3.1.3.4.1. Kahneman ve Tversky, Bilişsel İktisat 57
2.3.1.3.4.2. Thaler, Akerlof ve Diğerleri 59
2.3.1.3.5. Harvey Leibenstein ve X-etkinliği Teorisi 59
2.3.2. Deneysel İktisat Kavramının Tanımı 60
2.3.2.1. Deneysel İktisatın Diğer Disiplinler İle İlişkileri 60
2.3.2.2. Klasik İktisat ve Deneysel İktisat Arasındaki İlişki 61
2.3.2.3. Neoklasik İktisat ve Deneysel İktisat Arasındaki İlişki 61
2.3.2.3.1. Deneysel İktisatın Doğuşu 61
2.3.2.3.2. Deneysel İktisadın Temel Araştırma Konuları 62
2.3.2.3.2.1. Deneysel İktisatta Kullanılan Metodoloji 62
2.3.2.3.2.2. İlk Deneysel Çalışmalar 63
2.3.2.3.2.3. İktisat Bilimi'nde Deney Yapılmasının Faydaları 65
2.3.2.3.2.4. Deneysel İktisat ve Davranışsal İktisatın Ortak Noktaları 66
2.3.2.3.3. Vernon Smith'in Deneysel İktisata Katkıları 67
2.3.3. Nöroiktisat Kavramının Tanımı 67

2.3.3.1. Neoklasik İktisat ve Nöroiktisat Arasındaki İlişki 69
2.3.3.2. Nöroiktisatın Doğuşu 69
2.3.3.2.1. Nöroiktisatın Temel Araştırma Konuları 69
2.3.3.2.1.1. Belirsizlik Altında Karar Alma 70
2.3.3.2.2. Nöroiktisadın Kullandığı Yöntemler 70
2.3.3.2.3. Nöroiktisat ve Karar Alma Süreci 75
2.3.3.2.3.1. Çıpalama Tuzağı 77
2.3.3.2.3.2. Statüko Tuzağı 77
2.3.3.1.3.3. Batık Maliyet Tuzağı 77
2.3.3.1.3.4. Kendini Doğrulama 77
2.3.3.1.3.5. Çerçeveleme Tuzağı 77
2.3.3.1.3.6. Tahmin ve Öngörüleme 78
2.4. Hedonistik İktisat İle İlgili Temel Kavramlar 78
2.4.1. Diğer Disiplinler İle İlgisi 78
2.4.1.1. Antropoloji İle İlgisi 79
2.4.1.2. Politika ve Siyaset İle İlgisi 80
2.4.1.4. Coğrafya İle İlgisi 81
2.4.1.5. Çeşitli Disiplinler İle İlgisi 83
2.5. Duyusal/ Hislere Dayalı/ Duygusal İktisat 83
2.5.1. Klasik İktisat ve Neo-Klasik İktisat Döneminde Duygular 84
2.5.2. İktisatçıların Sınıflandırmaları İle Duygular 85
2.5.3. Duyusal İktisat ve Geleceği 86

BÖLÜM III
HEDONİZMİN ORTAYA ÇIKIŞI VE HEDONİSTİK İKTİSAT

3.1. Hedonizm kavramı 88
3.2. Democritus ve Plato'nun Hedonizme İlişkin Düşünceleri 89
3.3. Cyrenaicslerin Hedonizme İlişkin Düşünceleri 90
3.4. Gassendinin Hedonizme İlişkin Düşünceleri 91
3.5. Hobbes'un Hedonizme İlişkin Düşünceleri 92
3.6. J. Bentham ve Hedonistik İktisat 93
3.7. Bentham Sonrası İktisat Bilimi ve Hedonizm 95
3.7.1. J. S. Mill'ın Hedonizm İle İlişkisi 95

3.7.2. I. Ve II. Nesil Marjinalistlerde Hedonizm 96
3.8. Hedonistik İktisat 99
3.9. Hedonizm Türleri 100
3.10. Hedonizmin Tarihsel Doğuşu 102
3.11. Tüketicinin Satın Alma Davranışı Açıklayan Model 105
3.11.1. Marshall'ın Ekonomik Modeli 108
3.11.2. Pavlov'un Öğrenme Modeli 109
3.11.3. Freud'un Psiko- Analitik Modeli 109
3.11.4. Veblen'in Ruhsal Modeli 109
3.11.5. Engel – Blackwell- Miniard Modeli 110
3.11.6. Nicosia Modeli 110
3.11.7. Howard – Sheth Modeli 111
3.12. Hedonistik Tüketimde Demografik Faktörlerin İncelenmesi 111
3.12. Subjektivist Değer Teorisi Kapsamında Hedonizm Temelli Marjinalizm 113
3.13. Hedonistik İktisat ve Teorik Açıdan Bir İnceleme 116
3.13.1. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi 116
3.13.1.1. Araştırmaya Katılan Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler 117
3.13.1.2. Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi 123
3.13.1.3. Demografik Özelliklere Göre Farklılık Testleri :Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi 18 yaş üzeri tüketici grubunun Yaş faktörleri 128
3.13.1.4. Ölçeklerin Birbirleri Üzerindeki Etkilerini Ölçmeye Yönelik Çoklu Regresyon Analizleri 129

BÖLÜM IV

SONUÇ VE ÖNERİLER 133
KAYNAKÇA 142
EKLER 149
ÖZGEÇMİŞ 151

KISALTMALAR

EEG **:** Elektroensafalogram

PET **:** Positron Emission Tomography

EBS **:** Electrical Brain Stimulation

Fmrı **:** Functional Magnetic Resonance

TMS **:** Transcranial Magnetic Resonance

SPSS **:**Statistical Package for Social Sciences

Lisrel **:** Linear Structural Relations

DFA **:** Doğrulayıcı Faktör Analizi

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Yurtiçinde Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi 7
Tablo 2. Yurtdışında Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi..... 10
Tablo 3. İlkçağ Öncesi Ekonomi Alanında İz Bırakan Düşünürler ve Çalışmaları 16
Tablo 4. Çin Ekonomik Düşüncesini Etkileyenler..... 20
Tablo 5. Adam Smith Öncesi İktisadın Genel Değerlendirmesi 29
Tablo 6. Kahneman ve Tversky'e Göre Karar Süreci 52
Tablo 7. Karar Vermede Tuzaklar..... 76
Tablo 8. Hedonik Tüketime Tüketicileri İten Nedenler..... 82
Tablo 9. Araştırmada Kullanılan Ölçekler 116
Tablo 10. Cinsiyet Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri.....117
Tablo 11. Yaş Grupları Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 117
Tablo 12. Eğitim Düzeyleri Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 118
Tablo 13. Aylık Gelir Düzeyleri Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 118
Tablo 14. Çocukluklarının Geçtikleri Yer Düzeyleri Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri.....119
Tablo 15. Aile Reisinin Durumu Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 119
Tablo 16. Cinsiyet Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri.....120
Tablo 17. Yaş Grupları Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri.....121

Tablo 18. Eğitim Düzeyleri Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 yaş üzeri tüketici profilli grubun demografik verileri 121
Tablo 19. Aylık Gelir Düzeyleri Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 122
Tablo 20. Çocukluklarının Geçtikleri Yer Düzeyleri Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 122
Tablo 21. Aile Reisinin Durumu Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri 123
Tablo 22. Araştırmada Kullanılan Veri Setinin Güvenilirliği - Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İçin 124
Tablo 23. Araştırmada Kullanılan Veri Setinin Güvenilirliği - İnönü Üniversitesi İçin 124
Tablo 24. Hedonik Alışverişe İten Nedenler Anketi t değerleri, standart katsayılar, hata varyansları ve R-kare (İki Üniversite bir arada) 125
Tablo 25. Hedonik Tüketimi İtkileyen Nedenler 127
Tablo 26. Hedonik Tüketimin Nedenleri arasındaki farklar (ANOVA testinden elde edilmiştir.) 128
Tablo 27. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi18 Yaş Üzeri Tüketiciler Ve Hedonistik Tüketim Farklılık Testi.....128
Tablo 28. Regresyon Katsayılarının Anlamlılığına İlişkin T testi Sonuçlarına Göre Değişkenlerin Trendleri Yakalama/ Fikir Edinme Amaçlı Tüketim Üzerindeki Etkisi.....129
Tablo 29. Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Almanın Hedonistik Tüketim Üzerindeki Etkisi.....130
Tablo 30. Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma ve Arayışçı / Maceracı Satın Alma Almanın Hedonistik Tüketim Üzerindeki Etkisi 130
Tablo 31. Ölçekler Arası İlişkiyi Gösteren Korelasyon Analizi 131

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Hedonistik iktisadın gelişim modeli 14
Şekil 2. Materyalisttik tabanlı Marksist iktisat ile Hedonistik iktisat arasındaki düşünsel farkın ortaya çıkma sürecindeki kişiler ve bu sürecin tarihi gelişimi 38
Şekil 3. Beklenti teorisi'nde değer fonksiyonu (S şeklinde) 53
Şekil 4. EEG ölçüm şapkası 71
Şekil 5. PET cihazı 72
Şekil 6. fMRI(Functional Magnetic Resonance) cihazı 72
Şekil 7. TMS gösterimi 74
Şekil 8. GSR 75
Şekil 9. Tüketicinin normal karar verme süreci 79
Şekil 10. Normatif hedonizm türleri 102
Şekil 11. Hint felsefesi'nde hedonizm öğretisinin yeri (carvaka). 103
Şekil 12. Nihai ve endüstriyel tüketici 105

EKLER LİSTESİ

Sayfa

EK 1. Anket Formu..... 149

BÖLÜM I

GİRİŞ

Somut gerçekliklerden çok soyut kavramlar ile davranan günümüz tüketicisinin davranışlarını anlamak, toplam tasarruf ve yatırımlar konusunda da fikir verecek çalışmalar sağlayacaktır. Örneğin; tüketim harcamaları yakından incelendiğinde gelir düzeyi ile ilişkili harcamalar alt başlığı altında ayrımlar yapılabilmektedir. Ayrıca tüketicinin gelir düzeyinin karşılayamayacağı harcamalarda bulunması, günümüz ekonomisinde önemli göstergelerden biri haline gelmiştir. Bu ifadelerden hareketle tüketim fonksiyonu, gelir seviyesine bağlı olan ve olmayan olarak iki kısmın oluşturduğu bir fonksiyon olarak ifade edilmektedir. Modigliani'nin, Friedman'ın, Duesenberry'nin ve Keynes'in de tüketim teorileri dikkate alındığında yaşam boyu gelir hipotezinde, sürekli gelir hipotezinde, nispi gelir hipotezinde ve mutlak gelir hipotezlerinde tüketimi belirleyen unsurlar içerisinde bağımsız değişken olarak duyular, zevkler ve tercihleri belirleyerek tüketim artışına sebep olmaktadır.

Çalışmanın bu bölümde, tezi ortaya çıkaran problem tanımlanmakta, çalışmanın önemi, kapsamı ve metodolojisi ile ilgili bilgilere ve hedonistik iktisat ile ilgili literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Günümüz çalışmalarında otonom harcamalar dışında kalan ve gelir düzeyine bağlı olan harcanabilir gelir kapsamındaki harcamalar incelenmelidir. Gelir düzeyi ve harcanabilir gelir arasındaki ilişki kurulurken harcanabilir gelirin tüketime ayrılan bölümüne dikkat edildiğinde gelir düzeyine göre harcama yapma seviyesinden sapmalar ile karşılaşılmaktadır. Ancak oldukça karmaşık bir iktisadi yapı içerisinde bulunduğumuz günümüz ekonomi hayatında tüketim harcamalarını reel milli gelirin doğrusal bir fonksiyonu olduğunu düşünmek durumu oldukça basitleştirmektir. Bu nedenle tüketim harcamaları, gerçek ekonomik hayatta sadece gelir düzeyine bağlı olarak gerçekleşmez.

1.1. Problem

İktisadın bilim ruhu gün geçtikçe evrilirken, içerisinde bulunduğumuz dönemde bilim daha girift ve tamamlayıcı role bürünmektedir. Diğer disiplinler ile birlikte değerlendirilebilecek iktisadi çalışmalar, güçlü ve pozitif etkiler ile sosyal bilimlere katkıda bulunmaktadır. İnsanı rafine edilmiş tüketici kapsamında inceleyen modellerin

tanımına göre, insanın limitsiz bir ihtiyacı bulunuyorken, tüketimi sırasında en basit ifadeyle cebindeki parayı düşünmesi ile temel ekonomik faaliyetlerine karar vermektedir. Oysaki etrafımızda gözlemlediğimiz birçok gerçek olayda bu durumun bu şekilde olmadığı açıkça görünmektedir. Tüketim harcamalarının sadece gelir düzeyine bağlı olmadan gerçekleşmesi ve bu durumun ekonomik hesaplamalarda ifade edilmemesi temel problemdir.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Metodolojisi

Bu araştırma, hedonistik tüketimin, tüketicilerin demografik yapılarıyla olan bağlantısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi ile İnönü Üniversitesi öğrencilerinin katılımıyla anket çalışması yapılmış bir tüketici olarak öğrencilerin hedonistik tüketim ile demografik yapıları arasındaki bağlantıyı ortaya koymak ve bu iki üniversitede öğrenim gören öğrenciler arasında, satın alma davranışları ve demografik yapılarından kaynaklanan hedonistik farkların bulunup bulunmadığı gözlemlenmek istenmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı

Araştırma eski ve köklü iktisadi perspektiflerden birisi olan hedonizm konusunda bilgi vermekte iken yakın zamanda ilgi duyulan bu perspektifler hakkında olmak üzere tartışmalara katkı sunmaya çalışmaktadır. Araştırmada emek-değer teorisinin yerine yaklaşık iki yüzyıldır iktisadi literatür ve kurumlarda egemen olan fayda-değer teorisinin hedonik temelleri incelenmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında Makroekonomik okuların doğuşu ve İktisat biliminin günümüz İktisadi süreçlere nasıl yol aldığı da incelenmektedir.

Araştırmanın uygulama kısmı ile de hedonistik tüketim sürecine ilişkin bireylerin demografik faktörlerinin etkisi gözlemlenmeye çalışılmaktadır. Bu kısımda, literatüre bakıldığında, aynı yaş gruplarını kapsayan iki örneklem arasında diğer demografik koşulları inceleyen çalışmaların ülkemizdeki eksikliği de göz önünde bulundurulmuştur.

Literatürde tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen faktörler konusunda birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak, hedonistik temelleri esas alarak fayda-değer teorisinin ve dolayısıyla marjinalizmin incelenmesi gerçekleştirilmemiştir. Buna ek olarak iktisadın felsefik yanlarına değinilerek hedonistik tüketim ile ilgili düşünsel

yanlar ortaya konulmuştur. Burada felsefik tabanlı bir bilim olarak ekonomi biliminin düşünsel ve günümüzdeki yapısını göz önünde bulundurarak hangi tabana ait olduğunu ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Rasyonel tüketicinin egemenliği düşüncesi her geçen gün birçok yeni ve güncel çalışmayla yıpranmaktadır. Sadece rasyonel tüketen bir tüketicinin olmadığı görülmüş ve ampirik verilerle kanıtlanmış olması ise, bu konudaki heyecanı ve çalışmaları daha da artırmaktadır. Araştırmada, ele alınan Üniversitelerin konumları ve öğrenci profili açısından farklılıklar göstermesi bu noktada etkili olan bir ögedir. Ayrıca, genç tüketici grubunu barındıran Üniversitelerde Hedonistik tüketim ögelerine yönelmiş bireylerin yapılarının ve davranışlarının nedenleri ve aralarındaki bağlantının belirlenebilmesi, ileride yapılacak çeşitli çalışmalar açısından elzemdir.

1.4. Sınırlılıklar

Çeşitli verilerin ve değişimlerin etkileyeceği tüketim harcamalarında en çok da tüketicilerin eğilimleri belirleyici rol oynamaktadır. Eğilimleri belirlenmiş bir tüketici grubunun verileri ile iyimser veya kötümser makroekonomik tahminlerde bulunmak daha kolay hale gelecektir. Her geçen gün değişen insan davranışlarıyla ilgili yayınlar yayınlanmakta, bu yayınların konu edindiği tüketici ve satın alma davranışının yorumlanması gittikçe karmaşık hale gelmektedir. Bu nedenle, Ülkemiz İktisadi yazınının köklü iktisadi konuları konu edinen çalışmaları artırması gerekmektedir. Literatürde yer alan yabancı kaynaklar karşısında yerli kaynaklarımızın sayısının az olması, hedonizmin etkisinin değerlendirilmesi sürecinde yabancı kaynaklara olan bağımlılığı artırmaktadır.

1.5. Tanımlar

Bu çalışmada Hedonistik iktisat; fantazi, duygu ve hislere hitap eden tüketim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi durumlarını inceleyen bir perspektif olarak tanımlanmaktadır (Hirschman and Holbrook, 1982). Hedonizm, mutluluğun ve memnuniyetin maksimizasyonu ve hayatın anlamı olarak nitelendirilmekte ve analitik anlamda, hedonizm iki ana kısma ayrılmaktadır: Filozofik (etik) hedonizm ve Psikolojik hedonizm (Nigel Warburton:2006:24). Vernon Smith'in öncülüğünde deneysel iktisat, psikolojik sürecin yanı sıra, deneysel yöntemle değişkenlerin kontrol edilebilirliğini tercih etmektedir (Wilkinson, 2008:13). Davranışsal iktisat ise daha gerçekçi psikolojik

bulguların elde edilmesi aracılığıyla iktisadın açıklama gücünün arttırılması olarak tanımlanmaktadır (Camerer, Loewenstein ve Rabin, 2004: 3).

1.6. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Metodu

Araştırmada, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri ile İnönü Üniversitesi'nde çeşitli birimlerinde öğrenim gören 18 yaş üzeri tüketici profilini paylaşan iki ana kütle yer almaktadır.

Örneklem kütlesinin, iki farklı şehirden iki farklı Üniversite seçilmesi ile farklı demografik nitelikteki tüketici profillerine ulaşılabileceği bulunacaktır. Örneğin büyüklüğü, daha önceki çalışmalarda kullanılan veriler ışığında % 95 güven aralığı içerisinde hata payı %5 (e) olmak üzere, 384 olarak belirlenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, örneklem modeli olarak kurgulamada kullanılmıştır. 10 Kasım 2016 – 10 Şubat 2017 tarihleri arasında Anket çalışması hazırlanmıştır. Toplamda, 495 kişiye anket uygulanmış, anketlerin ayıklanması sonrasında, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencilerinden 202 anket, İnönü Üniversitesi öğrencilerinden 205 aket olmak üzere 407 anket değerlendirmeye alınmıştır. Aşağıda araştırma kapsamında uygulanan veri toplama metodu yer almaktadır:

1.Ön Veri Toplama

Araştırmada kullanılacak anket formunun kesin haline ulaşılmadan önce, her iki Üniversite'den 15 er kişi ile görüşülerek ankette yer alan ifadelerin netliği tartışılmıştır. Herhangi bir düzeltmeye gerek duyulmayarak çalışmaya geçilmiştir.

2.Veri toplama metodu

Araştırmada yer alan verilerin ulaşılmasına hem yüzyüze hem de internet platformları olmak üzere çeşitli platformlardan yararlanılarak ulaşılmıştır. Demografik sorular anket metninde kendilerinin demografik verileri ve aile reisinin birkaç demografik verisi baz alınarak hazırlanmıştır. Hedonik tüketimi kapsayan tüketim davranışlarına ise Arnold ve Reynolds'ın modelinden yararlanılarak 3 grup sorudan oluşan 20 ifadeye çevrilerek ulaşılmıştır. Bu ifadeler, Likert'in 5'li ölçeği kullanılarak ölçümlenmiştir.

Ankette yer alan soru gruplarının içeriği :

1.Hedonik satın almaya dair eğilimler

2.Hedonik satın almaya dair nedenler ve faktörler

3.Demografik içerikli sorular

4.Toplanan Verilerin Analizi

Veriler, SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 17,0 ve Lisrel Programları (Linear Structural Relations) kullanılarak, başta T testi olmak üzere, frekans dağılımları, doğrulamak üzere faktör testleri, Anova testi ve güvenilirlik testleri yapılarak analiz edilmiştir.

1.7. Hedonistik İktisat İle İlgili Gerçekleştirilmiş Çalışmalar ve Literatür İncelemesi

Hedonizm, zevkin insanlar için önemli olduğu ve birey için en iyinin bu olduğunu savunan bir felsefedir. Hedonist ise eylemlerinden zevkini en üst düzeye çıkartan insan demektir. Acıyı en aza indirme ise hayatın amacı olarak hedonistlerce kabul edilmektedir. Hedonizm kapsamında gerçekleştirilen iktisadi nitelik barındıran çalışmalar aşağıda yurtiçinde gerçekleştirilen ve yurtdışında gerçekleştirilen çalışmalar olarak incelenmiştir.

1.7.1. Yurtiçinde Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi

Hedonizmin ekonomik açıdan anlamlandırılması hedonik araç ve ürünlerin ölçümlenmesi ile değerlendirilmektedir. Kızılkaya (Kızılkaya, 2002:73-91) Kant'ın bilime kazandırdığı düşünce sistematiğinin dualistik olduğu ve bu durumun da Batı felsefesinde yer alan bir gelenek olduğu vurgulanmaktadır. Örneğin, homo economicus modeline eleştiride bulunan Veblen, insanın hem birey hem de toplumsal varlık olduğunu ifade etmektedir. Bu kapsamda, anaakım iktisadın kabul ettiği insan davranışlarının ideal davranışlar olduğunu tartışmak gerekmektedir (Özkan, B. 2017:117-135).

Çelik (2017) yılında yapmış olduğu "Mobil Telefon Satın Alımlarında Hedonik Tüketim: Adana Örneği " isimli araştırmada kolayda örnekleme yöntemi ile 450 kişiye ulaşılmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, mobil telefon kullanımında(tüketiminde) kadınların erkeklere oranla daha yüksek hedonistik eğilime sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada, ayrıca telefon sektöründe iki ana markanın ürünlerini satın

alan tüketicilerin diğer markaları kullanan tüketicilere oranla daha hedonistik tüketim eğilimine sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmada ayrıca yaş ile ilgili olarak da hedonistik tüketim eğiliminin mobil telefon sektöründe yaşlı tüketicilerde az olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çelik, O. 2017:21-27).

Açıkalın ve Yaşar (2017) yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde "Hedonik ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Gençlerin Hedonik Tüketim Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma" kapsamında yaklaşık 1000 öğrenciye Faydacı Tüketim, Hedonik Tüketim, Plansız Satın Alma Davranışı ve Gösterişçi Tüketim davranışlarını ölçmeye çalışan anket uygulamıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre: gelir durumuna göre hedonistik tüketim eğiliminin farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Plansız Satın Alma ve Hedonik Tüketim eğiliminin kadınlarda erkeklerden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, gösterişçi tüketim eğilimlerinin ise erkeklerde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Açıkalın S. ve Yaşar M., 2017:48)

Doğan, Gürler ve Ağcadağ (2014) yılında gerçekleştirmiş oldukları "Hedonik Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkili Faktörlerin Değerlendirilmesi: Tokat İli Örneği" isimli çalışmada, yaklaşık 300 tüketici ile yüzyüze görüşerek, tüketicilerin hedonistik tüketime yatkınlıklarını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, aylık gelir ve meslek grupları açıısndan anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Ancak, yaş, medeni durum ve eğitim durumuna göre bir farklılık bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Doğan G., Gürler A., Ağcadağ D. 2014:30)

Fettahlıoğlu, Yıldız ve Birin (2014) yılında yapmış oldukları " Hedonik Tüketim Davranışları : Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Adıyaman Üniversitesi Öğrencilerinin Hedonik Alışveriş Davranışlarında Demografik Faktörlerin Etkisinin Karşılaştırmalı Olarak Analizi" isimli çalışmada, demografik özellikleri farklı olan Üniversite öğrencilerinin hedonistik tüketime olan tutumları ile ilgili demografik faktörlerin etkili olduğu sonucuna ulaşışlmıştır (Fettahlıoğlu S., Yıldız A., Birin C. 2014:307-331).

Özkan (2017) yılında gerçekleştirdiği " Hedonik Tüketim, Kadınlar ve Burçlar" isimli çalışmasında kadınlar üzerine odaklanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; eğitim durumu yükseldikçe hedonik tüketim eğiliminin azalmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Evli kadınların daha az hedonistik tüketim özelliği gösterdiklerini bulmuştur. Çalışmanın burçlar ile ilgili sonucu ise, koç, yengeç, terazi ve akrep burçları kadınlarının balık burcu kadınlarına göre daha fazla rol alışverişi (başkalarını mutlu

etmek için alışveriş) yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır(Özkan B. 2017:13).

Aydın (2010) yılında gerçekleştirmiş olduğu " Hedonik Alışverişin Cinsiyet, Gelir ve Yerleşim Büyüklüğüne Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma" isimli makalesinde, hedonik alışeverişi tüketicinin cinsiyeti, yaşı ve yaşadığı yere göre tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, hedonistik alışverişin yaşanılan yerin büyüklüğüne göre değişim gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda, geliri yüksek olan bireylerin hedonik tüketime eğilimlerinin fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Aydın S. 2010:435-452)

Yurtiçinde Gerçekleştirilen Çalışmaların Özeti Aşağıda yer almaktadır:

Tablo 1

Yurtiçinde Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi

Çalışma	Çalışma Veri Yılı	Çalışma Bulguları
Sezgin Açıkalın ve Mine Yaşar'ın Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde Mine Yaşar'ın "Hedonik ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Gençlerin Hedonik Tüketim Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma" isimli doktora tezinden türetilmiş bir makale (Açıkalın S. ve Yaşar M. 2017:48))	2017	Bu çalışmanın sonuçlarına göre: gelir durumuna göre hedonistik tüketim eğiliminin farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Plansız Satın Alma ve Hedonik Tüketim eğiliminin kadınlarda erkeklerden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, gösterişçi tüketim eğilimlerinin ise erkeklerde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Mobil Telefon Satın Alımlarında Hedonik Tüketim: Adana Örneği isimli makale (Çelik, O. 2017:21-27).	2017	1.Mobil telefon kullanımında (tüketiminde) kadınların erkeklere oranla daha yüksek hedonistik eğilime sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. 2.Telefon sektöründe iki ana markanın ürünlerini satın alan tüketicilerin diğer markaları kullanan tüketicilere oranla daha hedonistik tüketim eğilimine sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır.
Hasan Gökhan Doğan, A. Zafer Gürler ve Derya Ağcadağ'ın gerçekleştirmiş oldukları "Hedonik Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkili Faktörlerin Değerlendirilmesi: Tokat İli Örneği" isimli çalışma. (Doğan G., Gürler A., Ağcadağ D. 2014:30)	2014	Çalışma sonucunda, aylık gelir ve meslek grupları açıısndan anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Ancak, yaş, medeni durum ve eğitim durumuna göre bir farklılık bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“ Hedonik Tüketim Davranışları : Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Adıyaman Üniversitesi Öğrencilerinin Hedonik Alışveriş Davranışlarında Demografik Faktörlerin Etkisinin Karşılaştırmalı Olarak Analizi” isimli çalışma.(Fettahlıoğlu S., Yıldız A., Birin C. 2014:307-331)	2014	Araştırma sonucunda, demografik özellikleri farklı olan Üniversite öğrencilerinin hedonistik tüketime olan tutumları ile ilgili demografik faktörlerin etkili olduğu sonucuna ulaşışlmıştır.
“ Hedonik Tüketim, Kadınlar ve Burçlar” isimli çalışmada, Kastamonu üniversitesinde çalışan akademik ve idari kadrolardaki kadınlar ve kadın öğrenciler üzerinde araştırma yapmış(Özkan B. 2017:13)	2017	Elde edilen sonuçlara göre; eğitim durumu yükseldikçe hedonik tüketim eğiliminin azalmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Evli kadınların daha az hedonistik tüketim özelliği gösterdiklerini bulmuştur. Çalışmanın burçlar ile ilgili sonucu ise, koç, yengeç, terazi ve akrep burçları kadınlarının balık burcu kadınlarına göre daha fazla rol alışverişi (başkalarını mutlu etmek için alışveriş) yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır.
Hedonik Alışverişin Cinsiyet, Gelir ve Yerleşim Büyüklüğüne Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma (Aydın S. 2010:435-452)	2010	Çalışma sonucunda, hedonistik alışverişin yaşanılan yerin büyüklüğüne göre değişim gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda, geliri yüksek olan bireylerin hedonik tüketime eğilimlerinin fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

1.7.2. Yurtdışında Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi

İktisat biliminin Adam Smith tarafından temelerinin atıldığı dönemde Snayi Inkılabının da etkisiyle ortaya çıkan üretim mantığı ile iktisadi yazın üretiem odaklanmıştır. Tüketim, Thorstein Veblen’in "Aylak Sınıf Teorisi" ile, George Simmel’in "Süzülme Teorisi (Trickle Down)" ile Max Weber’in "Yaşam Biçimi ve Protestan- Asketik Tüketim Biçimi" isimli eseri ve Karl Marx’ın Meta Fetişizmi isimli çalışmaları ile tartışılmış bir konu olmuştur.

Tüketimin üzerinde durulan bir konu olması ile, tüketim Elizabeth Hirschman ve Morris Holbrook’ın 1982 yılındaki çalışmalarında incelenmiştir. “Hedonic consumption: Emerging concepts, methods, and propositions. Journal of Marketing” isimli çalışmalarında 4 ana konu üzerinde hedonik tüketimle ilgili sonuçlara

ulaşmışlardır. Bu 4 ana konu: zihinsel yerleştirme, ürün kullanımı, ürün sınıflandırma ve bireysel farklılıklardır.

Hedonistik tüketime ilgiyi çeviren ve oldukça önemli bir eser kabul edilen Hirschamn ve Holbrook'un çalışmasından birkaç yıl önce, Mary Douglas ve Baron Isherwood "The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption" isimli eserlerinde insanların başkaları ile iletişim için de tüketmekte oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Campbell 1987 yılında, Featherstone 1996 yılında, Bauman 1997 ve 1999 yılında, Peter Corrigan 1997 yılında ve Baudrillard 2004 yılında tüketimi ve hedonistik ögelerini sosyolojik açılardan incelemişlerdir. Grant McCracken 1988 yılında, Daniel Miller 1987 ve 1998 yıllarında tüketimi ve hedonistik ögelerini antropolojik açıdan incelemişlerdir. Lunt ve Livingstone 1992 yılında, Yiannis ve Lang 1997 yılında psikoloji açısından tüketimi ve hedonistik ögelerini incelemişlerdir

M. Strahilevitz ve G Myers, 1998 yılında "Donations to charity as purchase incentives: How well they work may depend on what you are trying to sell" isimli eserlerinde, ürün tabanlı tüketici inceleme yöntemini kullanarak faydacı veya hazcı ürün ayrımına gitmişlerdir. K.Wertenbroch, 1998 yılında "Consumption self-control by rationing quantities of virtue and vice" isimli eserinde ürünleri ayrımlarken iyi ve kötü özelliklerinin de etkili olabileceğini gözlemlemiştir. K. Ailawadi ve S. Neslin ise 2001 yılında "Pursuing the valueconscious consumer: Store brands versus national brand promotions" isimli eserlerinde alışverişin eğlenme üzerindeki etkisini araştırmışlardır. M. Arnold ve K. Reynolds, 2003 yılında yaptıkları "Hedonic shopping motivations" isimli eserlerinde altruizmin, insanların modunun, sosyal ilişkilerinin ve maceraya olan tutkunluklarının da alışverişi ve tüketimi etkilemesini araştırmışlardır. P. Bloch, F. Brunel, T. Arnold ise 2003 yılında "Individual differences in the centrality of visual product aesthetics: Concept and measurement" isimli eserlerinde ürün estetiğinin rolünü araştırmışlardır. B. Jin ve B Sternquist ise 2004 yılında yapmış oldukları "Shopping is truly a joy" isimli eserlerinde iyi bir pazarlık sonucu ürünü almanın yarattığı mutluluğu incelemişlerdir. Ori Heffetz, 2007 yılında yapmış oldukları çalışmada "Conspicuous Consumption and Expenditure Visibility: Measurement and Application," varlıklı evhalklarının araba, kıyafet gibi görünür ürünleri daha çok satın almayı amaçladıkları sonucuna ulaşmıştır.

Berger ve Ward (2010) "Subtle signals of inconspicuous consumption" isimli eserlerinde tüketimi ürünlerin barındırdığı bazı gösterge sembol ve markalara göre

incelemişlerdir. S.Shu ve A. Gneezy ise 2010 yılında yaptıkları "Procrastination of enjoyable experiences" isimli eserlerinde, alışveriş için zaman kısa olduğunda dalma, bakınma gibi faaliyetlerin azaldığını bulmuşlardır.

Yurtdışında Gerçekleştirilen Çalışmaların Özeti Aşağıda yer almaktadır:

Tablo 2

Yurtdışında Gerçekleştirilen Çalışmalar ve Literatür İncelemesi

Çalışmayı Gerçekleştiren	Çalışmanın Veri Yılı	Kapsamı
Elizabeth. Hirschman ve Morris B.Holbrook	1982	"Hedonik Tüketim" isimli eserleri ile hazcı tüketimi araştırmışlardır. Konu ile ilgili detaylı bir ilk çalışma olması nedeniyle oldukça önemlidir. Bu çalışmada, 4 ana konu üzerinde hedonik tüketimle ilgili sonuçlara ulaşmışlardır. Bu dört ana konu: zihinsel yerleştirme, ürün kullanımı, ürün sınıflandırma ve bireysel farklılıklardır.
Mary Douglas ve Baron Isherwood	1978	"Dünya'nın Malları: Tüketimin Antropolojisi" isimli eserlerinde İnsanlar başkaları ile iletişim için de tüketmekte oldukları sonucuna ulaşmışlardır.
Colin Campbell	1987	Sosyolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
Grant McCracken	1988	Antropoloji Alanında Tüketimi İncelemiştir.
Lunt ve Livingstone	1992	Psikolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
Featherstone	1996	Sosyolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
Bauman	1997, 1999	Sosyolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
Peter Corrigan	1997	Sosyolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
Yiannis ve Lang	1997	Psikolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
M. Strahilevitz ve G Myers	1998	"Satın alma teşvikleri olarak yardımseverlere yapılan bağışlar: Ne kadar iyi çalıştıkları, satmaya çalıştıklarınıza bağlı olabilir." isimli eserlerinde, ürün tabanlı tüketici inceleme yöntemini kullanarak faydacı veya hazcı ürün ayrımına gitmişlerdir.
K.Wertenbroch	1998	"Azınlıkların ve meblağın miktarlarının tayin edilmesiyle tüketimin kendine kontrolü" isimli eserinde ürünleri ayrımlarken iyi ve kötü özelliklerinin de etkili olabileceğini gözlemlemiştir.
Daniel Miller	1987, 1998	Antropoloji Alanında Tüketimi İncelemiştir.
Marry Douglas ve Baron Isherwood	1999	Antropoloji Alanında Tüketimi İncelemiştir.

K. Ailawadi ve S. Neslin	2001	"Değerli Tüketiciyi Aramak: Mağaza Markaları ve Ulusal Markalar" isimli eserlerinde alışverişin eğlenme üzerindeki etkisini araştırmışlardır.
M. Arnold ve K. Reynolds	2003	" Hedonik alışveriş motivasyonları" isimli eserlerinde altruizmin, insanların modunun, sosyal ilişkilerinin ve maceraya olan tutkunluklarının da alışverişi ve tüketimi etkilemesini araştırmışlardır.
P. Bloch, F. Brunel, T. Arnold,	2003	" Görsel Ürün Estetiği: Bireysel Farklılıklar" isimli eserlerinde ürün estetiğinin rolünü araştırmışlardır.
Baudrillard	2004	Sosyolojik Anlamda Tüketimi incelemiştir.
B. Jin ve B Sternquist	2004	"Alışveriş gerçekten bir sevinçtir." isimli eserlerinde iyi bir pazarlık sonucu ürünü almanın yarattığı mutluluğu incelemişlerdir.
Ori Heffetz	2007	"Belirgin Tüketim ve Harcama Görünürlüğü: Ölçüm ve Uygulama" isimli eserinde Heffetz, varlıklı evhalkalarının araba, kıyafet gibi görünür ürünleri daha çok satın almayı amaçladıkları sonucuna ulaşmıştır.
Jonah Berger ve M. Ward	2010	"Göze çarpmayan tüketimin ince sinyalleri" isimli eserlerinde tüketimi ürünlerin barındırdığı bazı gösterge sembol ve markalara göre incelemişlerdir.
S.Shu ve A. Gneezy	2010	"Keyifli deneyimleri erteleme" isimli eserlerinde, alışveriş için zaman kısa olduğunda dalma, bakınma gibi faaliyetlerin azaldığını bulmuşlardır.
Joseph W. Alba, Elanor F. Williams	2012	Zevk ilkeleri: Hedonik tüketim üzerine yapılan araştırmanın gözden geçirilmesi isimli eserleri ile bugüne kadar yapılmış literatüre ait hatırlatma makalesi ortaya koymuşlardır.

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

Hedonizm, hazcılık olarak da bilinmektedir. Hedonizm acı ve mutsuzluk veren herşeyden uzaklaraşarak zevk alma duygusuna olan büyük tutkuyu anlatmaktadır. Ekonomik anlamda hedonizm, en az acı ile en çok faydayı sağlayarak tatmin olma anlamına gelmektedir (Meydan Larousse, 5144). Yaşamın anlamının daha fazla mutluluk olduğunu savunan felsefe görüşü olarak hedonizm, ekomomi içerisine entegrasyonunu Jeremy Bentham ve Mill dönemlerinde gerçekleştirmiştir.

Hedonizm üzerine yapılan incelemeler ile bu felsefe görüşünün oldukça derinlerde ve köklü bir düşünüş tarihine sahip olduğu görülmektedir. Bun karşın, ekonomi açısından önemi tüketim faaliyetlerinin artması ile sorgulanması ve tüketimin kökenlerinin keşfedilmesi amaçlarından dolayıdır. Hedonistik Tüketim bu bağlamda kendini tüketimin hazcı yanlarına bırakmak ve tüketirken haz almaktan zevk almak

anlamlarına gelmektedir. Hirschamn ve Holbrook'un 1982 yılında konuya dikkatleri çektikleri "Hedonik Tüketim: Güncel Teoriler ve Metodlar" isimli makalelerinde ürün ve kişi arasındaki deneyimler ile ve kişilerin ürünlerden sağlayacakları duygusal faydalarla ilgilenmişlerdir.

Tüketim eyleminin sonucunda haz almayı seçen bir satın alma sürecine odaklanan hedonizm, hedonist tüketiciler ile birlikte sabırsız, sürekli tahammülsüz bir tüketici grubu oluşturmuştur(Odabaşı, 2006). Özellikle hizmet sektörünün somut ürünlerden çok algılanan hizmet kalitesine dayanması nedenleri ile, tüketicilerin hedonistik beklentilerinin incelenmesini gerektirmektedir.

1.7.3. Araştırmanın Literatüre Katkısı ve Diğer Araştırmalardan Farkları

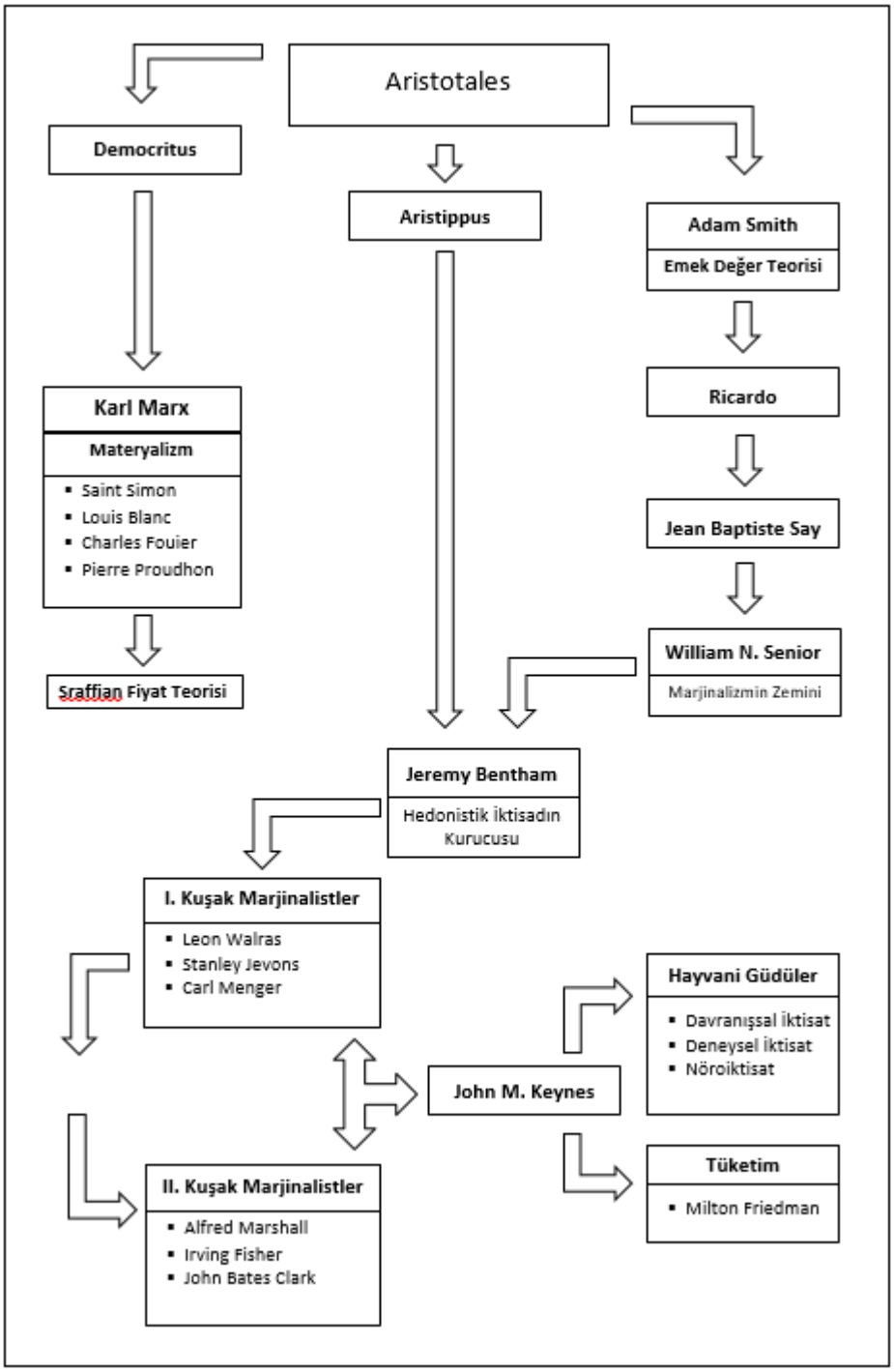
Çalışmanın amacı, hedonistik tüketimin, tüketicilerin demografik yapılarıyla olan bağlantısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında yapılan uygulama açısından literatürde yer alan diğer araştırmalardan farklılık gösteren bu araştırma tüketimin hedonistik karakteristiğini, iki ayrı bölge ve yapıya sahip fiziksel mekanda ölçmektedir. Bu sayede, illerin gelişmişlik düzeyleri ve tüketimleri hakkında genç tüketici ve tüketimin hazcı yönleri kapsamında çıkarımlar yapılabilmesi literatüre katkısını ortaya koymaktadır.

BÖLÜM II

MAKROEKONOMİK İKTİSADİ OKULLARIN GELİŞİM SEYRİ

2.1. Teorik Açıdan Makroiktisadi Okulların Hedonistik İktisata Olan Katkısının İncelenmesi

Sistematik bir iktisadi düşünce yönteminin geleneksel olarak Adam Smith (1723-1790) ile başladığı kabul edilmektedir. Modern ekonomik teoride ekonomik fikirler özellikle Makroiktisadi okulların egemen olduğu zamanlarda ortaya çıkmıştır. Modern Ekonomik İktisadi dönemde kapitalist sistemin ekonomik doğası ortaya çıkmış ve anlamlanmıştır. Kapitalist sistemin nasıl işlediği, üretim hacmini nelerin belirlediği ve büyümenin motorunun neler olduğuna ilişkin Makroiktisadi okullar birbirlerinden farklı görüşler bildirmişlerdir. Modern zaman ekonomisine gelmeden önce, ekonomik serüvenin nasıl ilerlediğinin hedonistik kronolojisi ortaya konulmalıdır. Modern ekonomi öncesine bakıldığında ekonomik fikir ve düşüncelerin kökenlerinin bu dönemde atıldıkları da ileri sürülmektedir.



Şekil 1. Hedonistik iktisadın gelişim modeli

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

İktisat tarihi Schumpeter'a göre ekonomik düşünce ile ekonomik analiz arasında gerçekleşen fark ve ayrım ile başlamaktadır(Schumpeter, 1972:38). Schumpeter, ekonomik düşünce tarihini İlk Çağ medeniyetlerinden, ekonomik analizin ise Antik Yunan Medeniyeti'nden başlayacağını öne sürmektedir(Schumpeter, 1972:52). Bu

nedenle, 18. Yy sonrasında ortaya çıkan iktisadi analiz, iki ortak çalışmanın sonucudur. Birincisi, nesillerdir filozofların çalışması ile biriken düşünsel birikim, ikincisi de günlük hayatın getirdikleri ile doğan ekonomik olay ve olgulardır.

Bu bölümde, İlkçağ ekonomisinden başlanarak, modern ekonomiye kadar olan süreçte hedonistik iktisat üzerine gerçekleştirilen çalışmalar, bu çalışmaları gerçekleştiren filozoflar ve iktisatçılar ile hedonistik iktisatın gelişim süreci üzerinde durulacaktır.

2.1.1. İlkçağ Öncesi Ekonomi

İlkçağ öncesi ekonomiye bakıldığında, ekonomik düşüncelerin felsefe temelinde geliştiği görülmektedir. Batı Medeniyeti'nin de temeli olarak düşünülen Eski Yunan Medeniyeti'nin en önemli katkısının rasyonel düşünce olduğu söylenmektedir. (Greek Thinkers, 528). Eski Yunan Medeniyeti dönemine bu kapsamda piyasa öncesi dönem denilmektedir. M.Ö. 500 ve M.Ö. 300 arasındaki dönemde politik ve ekonomik hayat savaşlar ile şekillenmiştir. Bu dönemde rasyonel düşüncenin geliştirilmesine karşın insan merkezli bir yapı da tasarlanmıştır. Antik Yunanlılar insanın kendi kendinin karar verdiği ve düzenleyebildiği eylemlerinin mutluluk ile ilgili sonuçlarına odaklanmışken, modern ekonomi açısından önemli olan piyasanın kendi kendini düzenlemesi kavramını bulamamışlardır. Tablo 4'de Eski Yunan Medeniyeti'nde bu döneme iz bırakan düşünürler ve çalışmaları sıralanmıştır.

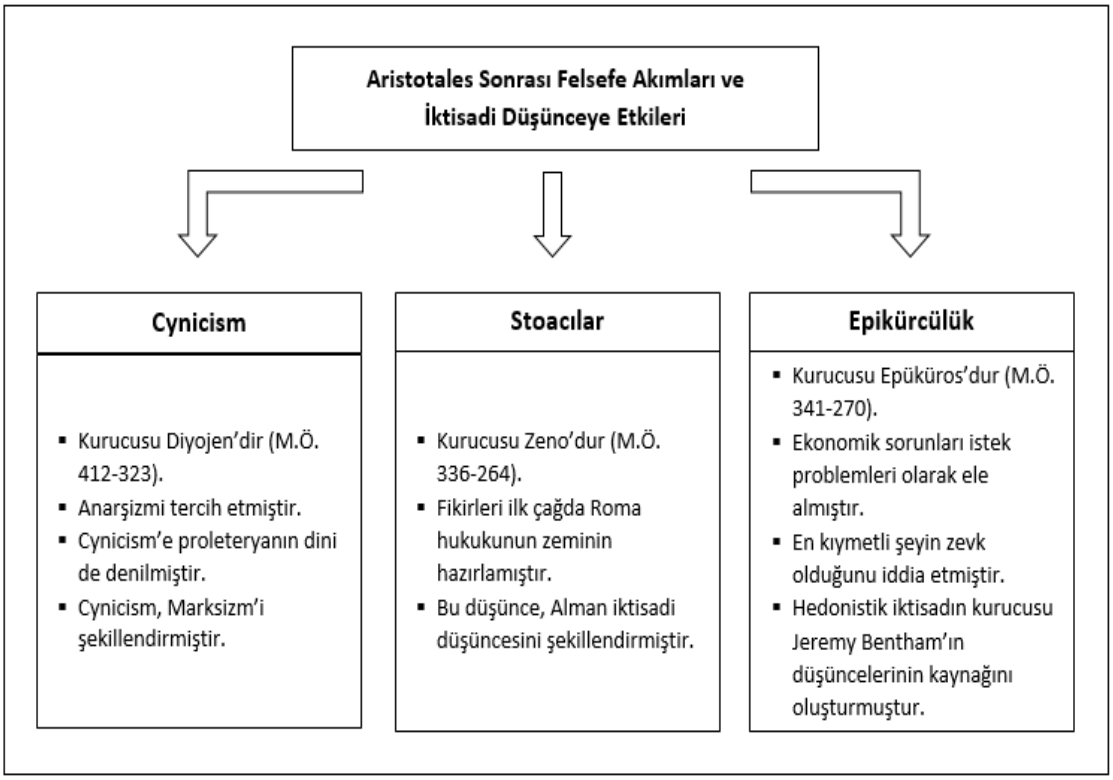
Tablo 3

İlkçağ Öncesi Ekonomi Alanında İz Bırakan Düşünürler ve Çalışmaları

Düşünürler	Eserleri ve Çalışma Konuları
Xenophon	Oeconomicus(Ev ekonomisi) isimli eserinde Xenophon, Adam Smith'in altını çizmiş olduğu İşbölümü kavramını tanımlamış ve üzerinde durmuştur. İşbölümünün gerekli olduğunu ifade ederek, organizasyonların buna önem vermesi gerektiğini belirtmiştir (Oeconomicus, 1.10-13).
Plato	Yönetimsel Gelenek, Demokrasi, Halkın Seçimi gibi konular üzerine çalışmıştır. Plato, sonuçlara odaklanmıştır. Öğrencisi Aristotales'e de yön vererek ideal toplumun ilkelerini ve Şehir-devletleri incelemiştir.
Protagoras	Görecelilik düşüncesinin temsilcisidir. Hedonik Hesaplama üzerine çalışmıştır. Protagoras, Plato'nun aksine araçlara odaklanmıştır. Spiegel'e göre, denge kavramının yaratıcısı Protagorastır(Spiegel,1971:12).
Aristotales	"Konular ve Retorik " isimli eseri bulunmaktadır. Aristotales, fayda ölçümlemelerinin analitik potansiyelinin karşılaştırılması ile ilgilenmiştir. Pazar ekonomisinin öngördüğü mübadeleye benzeyen ancak kaplı bir yapıyı sembolize eden, değişim modeli üzerine odaklanmıştır. İktisadi düşüncenin temellerini atmıştır. Ekonomik düşüncye analitik yaklaşımı getirmiştir(Roll, 1956:31).

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

İlkçağda insan istek ve ihtiyaçları ile ekonomik ilişkilerinin yorumlanması ile ilgili öne sürülen düşünceler, bilimsel dönem olarak nitelendirilen Adam Smith ile başlayan iktisadi analiz döneminin ideal felsefe ve sosyalist felsefe anlayışlarına kaynaklık etmiştir. Örnek olarak; Karl Marx, Feurbach'ın din ekseninde geliştirdiği materyalistik felsefenin etkisinde kalmıştır(Ekelund-Hubert,1975:171-172). Buna karşın materyalistik felsefe, İlkçağda Demokritus'un görüşlerinde ilk kaynakları bulsa da 17. Yy da Pierre Gassendi ve Thomas Hobbes'un görüşleri ile temel kaynaklarını bulmuştur. Materyalistik felsefenin ve dolayısıyla Marksist iktisatın ortaya çıkış noktası hedonistik iktisat ile aynı kaynaktan gelse de (Demokritustan), Plato ve Aristotales'in özellikle Aydınlanma Çağı'nda benimsenen İdealistik Felsefesi ile Hedonistik İktisat doğmuştur. Aynı zamanda, Darwinci bir yaklaşımla anaakımı eleştiren Thorstein Veblen'i de anlamak materyalistik bir felsefeye sahip Darwin'in Onun üzerindeki etkisini açıklamak için oldukça önem arz etmektedir. Roma İmparatorluğu'nun bir ürünü olan Corpus Juris Civilis olarak bilinen hukuk siteminin ürünü olan Kameralizmin, Alman İktisadi düşüncesine kaynaklık etmesinin anlaşılması da ekonomik düşünceler ve ekonomik analiz arasındaki sıkı bağa işaret etmektedir(Whitman: 1990:45).



Şekil 2. Aristotales sonrası felsefe akımları ve iktisadi düşünceye etkileri

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

İlk Çağ öncesinde Doğu toplumlarında yer alan ekonomik düşünceleri, Schumpeter'ın ayrımlayarak tanımladığı ekonomik düşünceler başlığı altında Haney'in sınıflandırması ile incelemek de oldukça anlamlı olacaktır(Haney, 1968:50-53). Bu kapsamda; birinci olarak İlk Çağ öncesi Doğu toplumlarında insan yaşamı bütünlük içerisinde ele alınmıştır. Ekonomik faaliyetler ile diğer faaliyetler birbirine geçmiş bir biçimde değerlendirilmiştir. İkincisi, din tabanlı yasalar ekonomiye yön vermekte idi. Brahmanizmde faiz ile ilgili yasalar bu duruma örnek olarak verilebilmektedir. İlk Çağ öncesi Doğu toplumlarının yasalarında ve ekonomik yaşamlarında bireycilik ve materyalistik felsefe ön planda değildir. Üçüncüsü, Hint toplumunda yer alan Kast sistemi de genel anlamı itibariyle statükonun korunmasını sağlamayı amaçlayan bir yapıdadır bu nedenle gelişim bu dönemde İlk Çağ öncesi Doğu toplumlarında gerçekleşmemiştir. Bu dönemin baskın felsefe düşüncesinin idealizm olması, henüz materyalizmden hedonistik iktisatın kopma göstermemesine de neden olmuştur.

2.1.1.1.İlkçağda Ekonomi

İlkçağda gerçekleşen çalışmalar ve ekonomiyi etkileyen düşünceler Roma İmparatorluğu ve İlk Hristiyan düşünürlerinin katkıları ile şekillenerek, ekonomik düşünceyi etkilemiştir. Roma İmparatorluğu, Eski Yunan mirasına sahip olmuştur. Roma İmparatorluğu'nun uyguladığı sivil hukuk ve yaygın hukuk ayrımları ekonomik düşünce üzerinde etkili olmuştur. Sivil hukuk ile ayrılan ve ekonomik konuları içeren yaygın hukuk kavramı içerisinde barındırdığı ekonomik ögeler ile Ortaçağdaki ekonomik düşünsel zemine imkân hazırlamıştır. Roma Kanunları eski Yunan mirasını koruyarak filozof ekonomistlerin düşüncelerinin ileriye kalmasını sağlamıştır.

Roma İmparatorluğu, küçük şehir devletleri topluluğu olarak Etrüskler tarafından M.Ö. 7-6 yylarda İtalya Yarımadası'nda kurulmuştur. Roma kenti, bu şehir devletleri arasından sıyrılarak kent devletinden krallığa M.Ö. 6.yyda, krallıktan cumhuriyete M.Ö. 5.yyda ve 1.yyda imparatorluğa dönüşerek Roma İmparatorluğu'nun M.S. 5. Yyda bölünmesine kadar ayakta kalmıştır(Akşit, 1985:56). Roma Kenti, Aristotales sonrası başka bir deyişle şehir devletlerinin yıkılmasından sonra başlayan süreçte güçlenerek Eski Yunan düşüncesini de sahiplenmesi ile egemenlik kurmuştur (Haney, 1968:73).

Roma döneminde ekonomik konular başlıca üç kaynaktan elde edilmiştir. Bu kaynaklar: düşünürler, hukukçular ve tarım ile uğraşanlardır. Roma döneminde

hukukçuların sosyo-ekonomik konulara etkileri, oldukça derinden gerçekleşmiştir. Özel hukukun ve mülkiyetin doğması ile sözleşme kavramlarını günlük hayata sokan Romalı hukukçular, modern ticari ilişkilerin doğmasına kaynaklık etmişlerdir. Stoacıların etkisi ile bireyci ve bireysel mülkiyeti savunan Romalı hukukçular, bireysel hakları ön palana çıkartmışlardır. Stoacılardan önce Aristotales'in özel mülkiyeti savunması sınırlı gerçekleşirken, Roma hukukunda özel mülkiyet sınırsız bir bireyciliğe imkan sağlamıştır. Bu nedenle, Aristotales'in düşünceleri Orta Çağ ekonomisine yön verirken, Roma Hukukundan kaynaklanan kural ve esaslar kapital sisteme temel oluşturmuştur(Roll, 1956:38).

Roma hukukçularından başka ekonomik hayata etki eden bir diğer Romalı grup, düşünürlerdir. Bu dönemde iz bırakan başlıca düşünürler; Çiçero, Seneca, Büyük Pliny, Küçük Pliny, Marcus Aurelius ve Epiktetustur. Bu dönemin düşünürleri Stoacıların izinden giderek, lüksü ve zenginliği ön plana alan düşünceyi ve yaşayışı kınamışlardır. Doğal yasa kavramının da Stoacı düşünceyi pekiştirmesi ile Romalı hukuçular ve düşünürlerin fikirleri 18. Yyda bilimsel iktisat döneminin başlamasında önemli rol oynayacaktır.

Roma döneminde tarım ile uğraşanların ekonomik konulardaki yorumları ise Eski Yunan Medeniyeti'nin de kabulü olan tarımın en önemli uğraş ve saygın bir uğraş olarak kabul edilmesi anlayışıdır. Bu anlayışa göre, tarım ile uğraşan bu konuda eserler veren düşünürlerin başlıcaları Varro ve Columelladır. Varro ve Columella, latifundia olarak isimlendirilen büyük arazi mülkiyetlerine ve kölelerin bu arazilerde çalıştırılmalarına karşı çıkmışlardır. Hatta Varro, "Kölelere değil emeği kiralanarak toprağı sürecek özgür insanlara tarımsal uğraşlar yaptırılmalıdır." demiştir(Haney,1968:81).

Savaşların, azat edilmiş kölelerin ve ticaretin artması ile zenginliğin çoğalması ve toplumsal hayatın değişmesi sonucunda toplumsal sınıfların da oluşması ile Roma dönemi kendisinden sonraki Dünyayı derinden etkilemiştir. Örnek olarak denilebilir ki, M.S. dördüncü yüzyılda özgürleştirilmiş kölelerin üzerinde çalıştıkları topraklara kendilerinin bağlandırılması ve toprağın sahibine karşı sorumlu tutulmaları ile kölelikten başka bir kurum olan serfliğe dönüşüm gerçekleştirilmiştir(Roll, 1956:41-42). Oluşan serflik kurumu Ortaçağ Avrupa'sında yaygınlaşarak feodalizmi oluşturacaktır. Bu kapsamda, Roma İmparatorluğu'nun Avrupa ve Dünya Ekonomisi'ne derinden etki ederek düşünsel ve teorik ekonomik altyapıyı şekillendirdiği sonucu çıkarımlanabilmektedir.

2.1.1.2. Çin Ekonomik Düşüncesi

Chang'ın Çin Ekonomik Düşünceler Tarihi eserinde Çin ekonomisi düşüncesinin Doğu Chou Hanedanlığı (M.Ö. 771 – 249) ile başladığını savunmaktadır. Bu dönemde Çin'deki gelişmeler 3 ana grup çerçevesinde gelişmektedir. Aşağıda tabloda Çindeki ekonomik düşünceyi etkileyenler ve yapılan çalışmalar gösterilmiştir.

Tablo 4

Çin Ekonomik Düşüncesini Etkileyenler

Etkileyenler	**Çalışmaları ve Eserleri**
Konfüçyüs	M.Ö. 551-479 yılları arasında yaşadığı düşünülmektedir. Etik ve felsefe sistemi üzerine çalışmıştır. Vergileme üzerine de görüşler belirtmiştir. Örneğin; vergilerin arazilerin onda biri kadarından alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Hanedanın harcamalarının vergilerden değil yine hanedanın doğrudan gelirlerinden yapılması gerektiğini savunmaktadır. Yaşam standartları her kişinin sosyal statüsüne uygun olmalıdır.
Yasacılar	En önemli temsilcileri hocası Hsun-tzu'ya inanan Han-fei-tzu (M.Ö. 280 – 233)dur. Konfusyucun yerinden yönetim anlayışına karşı çıkarak merkezi yönetimi savunmuşlardır.
Moistler	Mo Ti(M.Ö. 479 – 438) yılları arasında Konfucyus düşüncesini ilk başlarda paylaşırken daha sonra onlardan ayrılmıştır. Mo Ti, insanların kardeşçe birarada yaşamaları gerektiğine inanmaktaydı, buna karşın otoriter ve disiplinli bir yönetimi savunmaktadır.

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

2.1.2. Orta Çağ'da Ekonomi (5. YY – 15. YY)

Orta Çağ terimi tarihçilere göre ne zaman başladığı ve ne zaman bittiği konusunda görüş ayrılıkları yaşansada 5. Ve 15.yy lar arasının adlandırılmasında kullanılmaktadır. Başlangıcının 5. Yy olarak kabul edilmesi, Roma İmparatorluğu'nun Batı'da yıkılışı olarak düşünülmektedir. Buna karşın, bitişinin 15.yy olarak kabul edilmesi Avrupa'da Dinde Reformun bu tarihlerde gerçekleşmesi, Roma İmparatorluğu'Nun Doğu'daki kolu Bizans İmparatorluğu'nun Osmanlı Devletince yıkılması(1453), Amerika Kıtasına giden yolun keşfedilmesi(1492), Hindistan'a giden su yollarının keşfi(1498) ve serflikten feodalizme gidilen sürecin 15. Yy sonlarına kadar varlığını sürdürmesi olarak kabul edilmektedir.

Orta Çağ'ın iktisadi nitelikteki temel özellikleri olarak şu noktalar ifade edilebilmektedir: birincisi Aristo ve Roma hukundan kaynaklanan Skolastik düşüncede yer alan doğal hukuk kavramı, toplumsal bir çizgiye geçtiğinden toplum yararına aykırı olan iş ve kurumların reddedilmesi gerekmekteydi. İkinci değerlendirme olarak, ticari faaliyetler Orta Çağ düşüncesinde dini otoritelerce iyi görülmeyen bir yapıdaydı. Emeği kutsallaştıran Kilise, tarımı birinci üretken faaliyet kabul ederek, ticareti ötelemişlerdir. 15. Yy dan itibaren Skolastik düşünceye yön vermiş olan Aquinas'In ticaet ile ilgili görüşleri yumuşatılmıştır.

Orta Çağ'da Hristiyan düşünürler, hedonizmi zararlı bir düşünce olarak görmüşlerdir. Erasmus, Thomas Moore gibi düşünürler ise dini açıdan zevki Tarının insanların mutlu olmasını istediği varsayımı ile yeniden gündeme getirmişlerdir. Bu duruma karşı, Ortaçağ'da İslami Arap ekonomisi de oldukça ilerlemiş bir haldedir. Tarihçilere göre, Batı Roma İmparatorluğu'nun 476 yıkılması ile Doğu'da bir yükseliş başlamıştır. 730 yılında Müslümanların Fransa kıyılarından Çin sınırına kadar ilerlemiş olmaları, Arap Kültürünün Hindistan Çin ve Yunan kültürü ve felsefeleri arasında köprü görevi oluşturmasını sağlamıştır. Arabik rakamlar Roma imparatorluğu rakamlarının fen ve bilimdeki etkinliğini kırarken, Aristotales'in ekonomi dâhil tüm düşüncelerinin tekrar Batıya girmesi bu dönemlerdedir. Piyasa ekonomisi oluşumu veya diğer modern kavramlar bu toplumsal yapıda görülmemektedir. Imam Gazali (1058-1111) döneminde İslami gelenek tamamen refah devleti kapsamına bürünmüştür. Imam Gazali'nin açtığı bu yol, İbni Haldun'a (1332 – 1404) oldukça yardımcı olmuştur. İbni Haldun, Klasik iktisada yön veren emek- değer teorisini formüle etmiştir. Bu yönleri ile Klasik iktisada göz kırpmaktadır.

Ortaçağ'da iz bırakan düşüncelerin genel çıkarımı olarak şu noktalar ifade edilebilmektedir: Materyalistik bir düşünce yapısından Hristiyan İdealizmine yönlenen Avrupa, bireyci düşünceyi de toplumsal bir anlayışa bırakmaktadır. Orta Çağ bu yapısı ile 18.yy'da Uluslararası İlişkiler disiplini içerisinde değerlendirilen ulus devlet kavramına zemin hazırlamıştır. Reform hareketleri ile Kilise egemenliğini kırarak sosyal ve ekonomik yaşamın dönüşümü gerçekleşmiştir.

2.1.2.1. Hristiyan Ortaçağı

Hristiyanlığın Roma İmparatorluğu'nda resmi din olarak kabul edilmesinden sonra Avrupa'da hızla yayılan Hristiyanlık, Orta Çağ'da yegane kurum olarak Hristiyan

Kilisesi'nin egemenliği altında şekillenmiştir. 12. YY ile 15. Yy arasında baskın olan Kilise, reform hareketleri ile zayıflamadan önce skolastik düşünce olarak nitelendirilen kavramı her kurum ve yaşantı içerisine eklemlemiştir. Bu dönemde gerçekleşen önemli olaylardan biri Plato'nun realist felsefesine karşı ortaya çıkan nominalist yaklaşımdır. Abelard 12.yy'da fikirlerin insanlardan ayrı olduğunu ileri sürerek Plato felsefesi'ne karşı durmuştur. Bu dönemde ayrıca Schumpeter'a göre, toplumsal yapı bireyci bir yapı taşımaktaydı(Schumpeter, 1972:86-87).

İspanya'da Toledo şehri Müslümanlardan 1085'de geri alındığında Avrupalı düşünürler oraya akın ederek, burada yer alan Antik eserlerden faydalanmaya çalışmışlardır. Bu sayede, Aristotales'i yeniden bulan Avrupa, Arapların sahip çıkmış olduğu eski eserlerin çevrilmesiyle, aslında Müslümanlardan nefret eden bir Hristiyan grubun yani Skolastik düşünce savunucularının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Ortaçağ ekonomik yapısında Avrupa'da egemen sistem feodalizm idi. Burada, üretici ve işçilerin bulunduğu sistemde mülkiyet nitelikli bir yapılanma oluşmuştur. Politik olarak da önemli bir yapı oluşturan feodalizm, ilkel tarımsal teknikler kullanılarak küçük ölçekli üretimler gerçekleştirmenin de yoluydu. Bu yönüyle, Hristiyan Orta Çağı, kapitalizmin doğuşunu tetiklerken, Roma Katolik Kilisesi'nin tüm faaliyetlerde yaygınlık göstermesi ekonomik hayatı da belirleyen en önemli faktörlerdendir. Diğer taraftan, Roma Katolik Kilisesi'nin de etkinliğini yıkacak olan laiklik kavramı da kapitalizmin doğuşu ile yeşermeye başlamıştır.

Orta Çağ'ın sonuna doğru, sonraki dönemleri ve İktisat bilimini derinden etkileyecek olan Skolastik düşünürler, öznel değer teorisi oluşturmuşlardır. Aristotales ve Thomas Aquinas'tan farklı olarak son Skolastikler, kullanım değeri ile değişim değeri arasındaki farkları ortaya koymuşlardır. Schumpeter'a göre(1972) fayda tabanlı öznel bir değer teorisi geliştiren Son Skolastiklerden Molina bir malın faydasının malın sahip olduğu özelliğinden çok malı kullananların bu mala verdikleri öneme bağlı olduğunu ifade etmiştir(Schumpeter, 1972:98).

2.1.2.2. Ortaçağdan Rönesansa Olan Dönemde Ekonomi (15. Yy – 17.yy)

Rönesans kelime anlamı olarak Yeniden Doğuş manasına gelmektedir. Bu dönemde Eski Yunan Medeniyeti eserleri yeni bir yorum ile ele alınmıştır. İtalya merkezli olarak ortaya çıkan Rönesans'ın ana felsefi ideolojisi Hümanizmdir. Orta Çağ'ın Skolastik yapısını oluşturan kültür, ekonomi, sanat ve ideolojik yapısı bu şekilde

reddedilmiştir. Latince insancılık anlamına gelen Hümanizm bu dünyayı ve bugünü ortaya çıkaran evrenin merkezine Din yerine İnsanı koyan bir anlayıştır (Amittay:1983:75).

11-12. yüzyıllarda Avrupa'da, feodal yönetim prensiplerinin geçerli olduğu İngiltere ve Fransa'da otoritenin merkezi olduğu krallıkların da doğması ile haklarını savunan parlamentolar sonucunda Avrupa devletleri belirmeye başlamıştır. Alman İmparatorlarının İtalya egemenliği amacıyla Almanya üzerindeki haklarını bir kenara bırakmaları 19. Yy 'a kadar Almanları güçsüz bırakmıştır. İngiltere ve Fransa arasında bu dönemde süregelen Yüzyıl Savaşları hem ulusal bilinç oluştururken, hem de Avrupa nüfusunun 5 te 2 sini yokeden Veba Salgını sonucunda serflerin hayatını kaybetmesi ile emek arzındaki azalmalar, emeğin ücretinin artışını sağlamıştır. Hayatta kalan insanların da kazançlı bir iş ortamı sunan kentsel alanlara göç etmeleri ile tarımsal ürünlerin fiyatları düşmüş, ancak lüks tüketim olarak nitelendirilen ürünlerin fiyatların da artışa neden olmuştur. Geleneksel zengin aristokrat sınıfın bu durumdan rahatsız olması ile Aristokrasinin zayıflaması da başlamıştır(Michelet: 1948:102).

Skolastik düşüncenin bir kenara bırakılması ile aynı zamanda İktisatın ilk araştırma konularının da örneğin kıtlık ve gıdaya ulaşım gibi konuların gündeme gelmesi bu dönemde gerçekleşmiştir. Bu dönemde Aristotales'ten bu yana süregelen talep kanunları ile maliyet kanunlarının ekonomide belirleyici rol oynadığı düşüncesi emek ve harcamalar açısından Albertus Magnus'un 1206-1280 yılları arasındaki çalışmalarında, insanların istekleri ise Thomas Aquinas'ın çalışmalarında (1225-1274), bolluk ve kıtlık düşüncesi ile Henry of Friemar tarafından 13. yy da efektif talep ise Jean Uridan tarafından 14. yy'da çalışılmıştır. Bu çalışmaların maliyet ve talebi birleştirerek sentezi ortaya çıkartması ile Gerald Odonis ve John Crell tarafından 16. yy da gerçekleştirilmiştir. Onların çalışmalarının da Adam Smith tarafından yorumlanması ve katkılar sunulması ile İktisat bilimi doğmuştur.

Köylülerin kentleri boşaltmaları ve kentsel bölgelere göç ederek zanaat ve ticaret ile uğraşmaları sonucunda aristokrasi karşısında beliren bu güç yeni bir Çağa da imkan sağlamıştır. Rönesans sürecini de içeren YeniÇağ da gerçekleşen bu durum, OrtaÇağ ekonomisinin kapalı ve ürettiğini tüketen yapısından ticarete dayalı bir sisteme doğru hızla ilerlemiştir. Tüketim bu dönemde üretim ve ticaretin etkisi ile artmış ve sosyal yaşantıyı da birçok boyutu ile etkilemiştir.

2.1.3. Yeniçağda Ekonomi (17. Yy)

Rönesansın ana ideolojisi olan Hümanizmin ve sonrasında ortaya çıkan bireycilik ve laiklik kavramlarının OrtaÇağ'ın kapalı ekonomik yapısının bir kenara bırakılarak ticarete önem vermesi ile kapitalist sistemin doğuşuna altyapı hazırlanmıştır. Ekonomik yaşantıda gerçekleşen bu değişim, aynı zamanda Hümanizm'İn bireyciliği ile birlikte yükselen sınıf burjuvaziyi desteklemiştir. Köylülerin kentsel bölgelere de göç etmesi ile işçi sınıfı ve üretim atölyeleri de oluşmaya başlamıştır.

Yeniçağda ekonomik düşünce üzerine yaklaşımlar iki ana ve zıt kavram üzerinde şekillenmektedir. Merkantilizm ve fizyokrasi bu dönemde konuşulan iki ana akımdır. Merkantilizm, devletin ulusal zenginliği biriktirmek için devlet ekonomisini kontrol ettiği bir sistemdir. Buna karşın, ticari politikanın temel amacı, ulusal gücün güçlendirilmesi, kendi kendine yeterliliğin sağlanması ve askeri gücün artırılmasıydı. Merkantilist teori, hiçbir ulusun koloniler olmadan pazarda zenginleşemeyeceğini ve yetersiz hammadde kaynaklarına da sahip olunmaz ise ticari zenginliğin uzun sürmeyeceğini içermekteydi. İngilizler Merkantilizm ile özellikle sömürge imparatorluğu haline gelmiştir.

Merkantilizmin ilk eseri olarak, İtalyan Antonio Serra'nın 1613 yılında yazmış olduğu "Maden Kaynağına Sahip Olmayan Ülkelerde Altın ve Gümüşü Bollaştıran Nedenler Üzerine Kısa Bir İnceleme" isimli notları kabul edilmektedir. Merkantilizm'in sonlanması ise Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" eserinin yayınlanmasından hemen öncesinde yer alan dönemdir. Merkantilistler, Fizyokratların öncüsü olarak kabul edilmektedirler. Merkantilist dönemde, öncelikle İngiltere ve Fransa'da ulus devletler kurulmuştur. Merkantilist dönemde, Reform hareketleri ile Kilise baskısının azalması ve Katoliklerin karşısında Protestanlığın ortaya çıkması ile bireycilik yüceltilmiştir. Rönesans'ın da dini akıma Hümanizm ideolojisi ile destek vermesi sonucu Merkantilist dönemde Klasik İktisatın temeli atılmıştır.

Entelektüel bir grup olarak François Quesnay (1694–1774) ve takipçilerinin oluşturduğu bir grup da Fizyokratları oluşturmaktadır. Fizyokratların fikirlerinin çoğu doğrudan ve dolaylı olarak Quesnay'in tablosundan gelmiştir. Aynı zamanda süregelen politik süreçleri de etkileyerek bu iki ana akım birçok dönemi ve sömürgecilik başta olmak üzere Avrupa'nın zenginliğini artırmıştır.

2.1.3.1.İspanyol Merkantilizmi

16. yy da sömürgelerden getirilen çok miktarda altın ve gümüş ile yaşanan Fiyat Devrimi, Avrupa'da büyük bir kaosa yol açarak, fiyatların hızlı artışına ve satın alma gücünün azalmasına neden olmuştur. Bu kapsamda, sınıf ve toplumsal yapılar arasında beliren ayrımlar da sosyo – ekonomik yaşamı derinden etkilemiştir.

16. yy da İspanya'yı zenginliğe ve güce ulaştıran dönem aslında Yeni Dünya'dan gelen altın ve gümüşlerden elde edilmekteydi. Kadim medeniyetlerden elde edilen altın ve gümüşler, bitmek bilmeyen bir hazine sunmaktaydı. İspanya'nın sömürgecilik ve coğrafi keşifler sürecine erken başlamış olması diğer Avrupa Ülkelerinden bir adım öne getirerek bir yüzyıla damgalarını vurmalarını sağlamıştır. Uzun vadede enflasyona yol açan bu sorun ise bitmek bilmeyen bir enflasyon sorununa Ülkeyi sokmuştur. Avantajları dezavantaja dönen İspanyollar, ekonomik önem sıralamasında gittikçe gerilemişlerdir. Neredeyse 17.yyda bu zenginlikten hiçbirşey kalmamıştır. Aynı zamanda zenginliğin akışını kolaylaştıramayan İspanyollar, ülkenin dengesiz büyümesine de yol açmışlardır. Sevilla limanına akın eden zenginlik Ülkenin kuzey taraflarında görülmemektedir. Bu duruma ek olarak, İspanyol hanedanlığı kartel ve tekkellerin de önünü açarak rekabetçi bir ortamın oluşmasını engellemiştir.

2.1.3.2. Fransız Merkantilizmi (Colbertizm)

Despotik yapısı ile Fransa ticaretine ve ekonomik yapısına bakıldığında 17. yy da Lyons ve Languedoc bölgelerinde kumaş ve tekstile dayalı ticaret ve sanayinin oluşum süreçleri gözlenmiştir. Ancak, Fransızların uzun savaşlar ve İngilizlere kaptırdığı zanaat ustaları nedeniyle ekonomik gelişim büyük sekteye uğramıştır. Fransız merkantilizmi Colbert döneminde bir yükselişe geçmiştir.

Fransız Merkantilizminin Colbertizm olarak anılması, Merkantilizm'in bu dönemde devletin resmi politikası haline gelmesi nedeniyle gerçekleşmiştir. Kral 14. Lui'nin Maliye Bakanı olan Jean Baptiste Colbert, üretim faaliyetlerini Fransa içerisinde kontrol altına almıştır. Üretimi kontrol altına alarak sanayiyi teşvik etmiş ve ortak gümrük tarifesi uygulamaya çalışmıştır.

Fransız merkantilistlerin İngiliz merkantilistlerin aksine isimlerinin az duyulması onların devlet bünyesinde çalışıyor olmaları nedeniyledir. İngiliz merkantilistlerin çoğunluğu iş adamı iken, Fransız merkantilistlerin çoğunluğu devlet personelidir. İngiliz Merkantilizminde loncalar ve devlet feodal yapılardan kurtulmaya hızla çalışırken,

Fransız Merkantilizmi feodal yapıları Fransızlaştırmaya çalışmıştır(Heckscher, 1964:35). Fransa'da Merkantilist programların istenen sonuçları vermemesi nedeniyle Fizyokrasi görüşü ortaya çıkmıştır.

2.1.3.3. İngiliz Merkantilizmi

İngilizler, 1650 yılından itibaren uluslararası ticarette merkantilizm politikası izlemiştir. Merkantilizm, ekonomik güç üretmek için bir ulusun ithal edeceğinden fazlasını ihraç etmesi gerektiğini öngörmektedir. Bu olumlu ticaret dengesini elde etmek için İngilizler, düzenleyici kanunları sadece İngiliz ekonomisine fayda sağlamak için kabul etmiştir. Bu kanunlar, Amerikalıların İngiltere'ye hammadde sağladığı bir ticaret sistemi yaratmıştır ve Britanya, Avrupa pazarlarında ve kolonilere geri satılan nihai malları üretmek için bu ham maddeleri kullandı. Sadece hammadde tedarikçileri olarak sömürgeler imalatta İngiltere ile rekabet edememişlerdir. İngiliz gemileri ve tüccarları her zaman tercih edilmiştir.

1651-1673 yılları arasında, İngiliz Parlamentosu merkantilist ticaret dengesini sağlamak için dört Seyrüsefer Yasası'ndan geçirmiştir. Bu yasalar: İmparatorluk limanları arasında yalnızca İngiliz veya İngiliz sömürge gemileri yük taşıyabilir. Tütün, pirinç ve kürkler de dahil olmak üzere bazı ürünler İngiltere veya İskoçya dışındaki ülkelerde gönderilemez. İngiliz Parlamentosu, bazı ham maddeleri üreten Amerikalılara "nimet" adı altında ödeme yapacak ve diğer ülkelerde üretilen aynı mallar üzerinde koruma önlemleri veren tarifeler ile oralardaki ticareti baskılayacaktır. Bu yasaların çıkarılması ile Amerikalılar İngilizler ile rekabet edebilecek seviyeye uzun yıllar boyunca gelememişlerdir.

İngilizlerin ticari merkantilizminde dört ana hedef bulunmaktaydı: İngiltere, ticari politikasının bu dönemde dört ana hedefi vardı: Yerli bir ticaret gemisi filosunun büyümesini teşvik edin (bu, sömürge gemilerini de içerir). İngiliz imalatçılarını yabancı rekabetten koruyun. İngiliz tarımını, özellikle tahıl çiftçilerini koruyun. Mümkün olduğunca çok para kazanın. (Amerikalılar kolonilerde kıt olan para birimi ile her şeyi ödemek zorunda kalmışlardı, bunun yerine nakit yerine tütün veya diğer eşyalarla para ödüyorlardı.)

2.1.3.4.Sosyal Reformistler Olarak Fizyokratlar

Fransız Merkantilizminin OrtaÇağ kurumlarını yok edememesi nedeniyle,

Fransa'da yeni düşünceler ve arayışlar içerisine girilmiştir. 17. Yy ın sonlarında oluşmaya başlayan Fizyokrasi, 18. Yy ın son çeyreğinde son şeklini almıştır. Fransa'da Merkantilizme karşı gerçekleştirilen Fizyokrasi düşüncesi ihtilali, İlkçağ düşünürleri ile Thomas Aquinas'ın doğal hukuk ilkelerini benimsemiştir. Topraktan elde edilen gelirlerin sosyal yaşantıda büyük sorunlara yol açması nedeniyle Fizyokratlar, gelir dağılımını ve üretim ile malların bölüşümünü incelemişlerdir. Fizyokrasi'yi Haney, Fransızların Merkantilizme syanı olarak nitelendirmektedir(Haney, 1968,174).

Fransız İhtilalinin getirmiş olduğu çatışma ortamına ve Fransız İhtilaline yol açan nedenlere çözüm amacıyla ortaya çıkmasından dolayı Fizyokrasi, sosyal ve ekonomik düzenlemeleri o dönemler tarım ülkesi olan Fransa üzerinde gerçekleştirmeyi amaçlamıştır. Bu düşünce ile fizyokrasi sosyal ve ekonomik yaşantıyı Francois Quesnay etrafında Fransa'da düzenlemeyi amaç edinmiştir. Ekonomik düşünce tarihine bakıldığında, Smith öncesi ekonominin başlaması gerektiğini iddia edenlerden biri olarak Murray Rothbard, Fizyokratlar ile başlamasını savunmuşlardır. En önemli sosyal reformist fizyokratlar, Richard Cantillon ve Anne Turgottur.

Fizyokrasi oldukça önemli düşünürlerin yer aldığı bir dönemde ortaya çıkarak İktisat biliminin de gelişimini hızlandırmıştır. Ansiklopedistler olarak bilinen felsefe akımının yanısıra felsefe ve ekonomi arasındaki yakınlaşmada felsefenin içerisinde bir bilim olarak İktisat gelişimini sürdürmüştür. Fizyokrasinin düşünsel felsefeci kurucusu olarak, John Locke(1632-1704) kabul edilmektedir. Fizyokratların gelişim gösterdiği süreç aynı zamanda felsefe akımlarının da tartışıldığı ve bu görüşlerin hayata yön verdiği bir dönemdir. Fizyokratlar, John Locke'un materyalist rasyonalizmini sahiplenirken, diğer taraftan Descartes'ın idealizmini de benimsemişlerdir.

2.1.3.5.Quesnay'in Ekonomik Düşüncesi

Fizyokrasinin Kurucusu François Quesnay(1694-1774), fizyokratik düşüncenin ana kaynağıdır. Fizyokrasi fikri 1757 yılında kendisini Quesnay'İn düşüncelerini yaymaya adayan Victor Riquetti ile başlamıştır. 1758'de Quesnay, " Nüfus, Tarım ve Ticaret Üzerine İlginç Sorular" isimli Ekonomik Tablo olarak isimlendirilen kitabını yayımlamıştır. 1763'de Kırsal Felsefe isimli kitabının yayımlanması ile Quesnay'in fikirlerine, Turgot, Baudeau, Mercier de la Riviere, Du Pont de Nemours da katılmıştır.

Ekonomik tablo isimli eseri ile Quesnay, kan dolaşımından esinlenerek ekonomik dengeyi ve makroekonomik açıdan ulusal dengenin nasıl sağlanabileceğini

gösteren ilk çalışmayı gerçekleştirmiştir. Ekonomik tablo isimli eserinde, Quesnay, üç ekonomik sınıfta toplumu tanımlamıştır. Bu sınıflar: köylülerden ve toprak işleyen kiracılardan oluşan üretici sınıf, din adaları ve aristokratlardan oluşan toprak sahipleri ve ticaret ve zanaat ile uğraşan üretken olmayan sınıf olarak sınıflamıştır. Quesnay eserinde bu üç sınıf arasındaki parasal akımların yarattığı arz – talep dengesini ortaya koymaya çalışmıştır. Ekonomik tablo, kimi iktisatçılarca Keynes'in ççoğaltan teorisinin ve Walras'ın Genel Denge teorisinin temeli sayılmaktadır(Schumpeter, 1954:252).

Aydınlanma döneminin sembol isimlerinden biri olarak Quesnay, en önemli fizyokratlardan birisidir. Quesnay'in Tablosu, Fizyokrasi için önemli ve temel ekonomik modeldir. Tarımsal kökenli bir model olarak kurgulanan bu model, Fizyokratların bütünü üzerinde etkisini göstermektedir. Modelde para dolaşımı, emtia dolaşımı ve gelir dağılımı da dikkate alınmaktadır. Tarımsal çıktıya odaklanan Quesnay, varolan ekonomik model içerisine bunu eklemleyerek Fransa'nın ekonomik modeli olmasını sağlamıştır. Ulusların Zenginliği eserini yazmadan önce, Fransa'da kendisi ile tanışan Adam Smith'i de etkilemiştir. Ancak, Quesnay'in Fizyokrat düşünce yapısının kısa ömürlü olmasını 1770ler sonrasında Orta Çağ iktisadına benzediğine dair yapılan yoğun eleştiriler getirmiştir.

Quesnay'in eserinin genel denge haline ve ekonomide dağılıma odaklanması nedeniyle, Quesnay'in iktisatı değer teorilerini ve fayda kavramlarının incelenmesini sonraya bırakmıştır(Vaggi, 1987:25).

2.1.4.Adam Smith Öncesi İktisadın Genel Değerlendirmesi

Adam Smith, 18. yy İngilteresi'nde yaşamıştır. Hem içinde bulunduğu dönemden etkilenmiş hem de bu dönemi günümüze dek etkilemiştir. Bu dönem, Kıta Avrupası'nda Aydınlanma Çağı olarak nitelendirilen bir dönemdir. Bu dönem kendi içerisinde, Fransa'da Montesquieu, Voltaire, J.J. Rousseau, Almanya'da Immanuel Kant, İngiltere'de Locke ve Amerika'da Benjamin Franklin'i ortaya çıkaran bir çağdır. Kant bu dönemi, "Sapere aude(Öğrenmeye cesaret et)" deyimi ile özetlemektedir(Heilbroner, 1986:2). Aşağıda Smith öncesi dönemde ortaya konulan eserler ve Ekonomistlerin yer aldığı tablo bulunmaktadır.

Tablo 5

Adam Smith Öncesi İktisadın Genel Değerlendirmesi

Ekonomist	Eseri	Yılı
Jean Bodin	*"Malestroit'in Paradokslarına Yanıtlar"*	*1568*
Thomas Mun	*Dış Ticaret Sonucunda İngiliz Hazinesi*	1630
Josiah Child	*Ticaret ve Faiz İle İlgili Kısa Gözlemler*	1668
William Petty	*Politik Aritmetik*	1676
Nicholas Barbon	*Ticaret Söylevi*	1690
John Locke	*Faizin Düşmesi ve Paranın Değerinin Artmasının Sonuçları Üzerine Çeşitli Düşünceler*	1691
Dudley North	*Ticaret Söylevleri*	1691
Charles D'avenant	*Doğu Hindistan Ticareti Üzerine Bir Makale*	1697
James Steuart	*Politik Ekonomi İlkelerinin İncelenmesi*	1767

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

Smith öncesi dönemde, hedonistik iktisat açısından önem arz eden çalışmalar gerçekleştirerek, öznel değer teorisi üzerine çalışmalar gerçekleştiren Ekonomistler ise, Galiani, Turgot, Condillac ve John Law'dır. Ancak kullanım ve değişim değeri üzerine gerçekleştirilen bu çalışmalar, Klasikler sonrası dikkati üzerlerine çekeceklerdir.

2.1.5. Adam Smith (1723 -1790) ve Düşünceleri: Klasik Teorinin Doğuşu

Fransız fizyokratlar ile yakın temasta bulunmasına rağmen onlardan farklı düşünceleri bulunan, kapital sistemin altyapısını ve kurulumunu hazırlayan Adam Smith, Ulusların Zenginliği eserinde temel görüşlerini ifade etmiştir. Adam Smith'in (1723- 1790), "Ulusların Zenginliğinin Niteliği ve Nedenleri Hakkında Bir Araştırma" isimli eseri ile birlikte İktisat bilimini kurduğu herkesçe kabul edilmektedir. Smith teorisi ile piyasaya ve kapitalist sisteme yön vermiştir.

Adam Smith, İktisatı pozitif ve normatif çizgiye taşıyan Fizyokratlar sonrası ilk kişi olmuştur. Bu nedenle, "Ulusların Zenginliği" olarak kısaltılan eseri, Liberalizmin İncili kabul edilmektedir (Spiegel, 1964:36). Merkantilizmin dış ticarete yerleştirmiş olduğu ağır sınırlamalardan kaynaklanan bir tepki ile eseri, ilk sistematik eleştiri olmuştur. Bu eserinden başka bir diğer önemli eseri, " Ahlaki Duygular Teorisi"dir. Ahlaki Duygular Teorisi, Adam Smith'in ilk yayınlanan kitabıdır(1759). Bu eserinde,

Smith radikal fikirlere sahip olmadığını ve toplumsal hiyerarşi ve düzenin bulunması gerektiğini savunmuştur. Örnek olarak, eserinde Smith, " Yoksulların rahatından çok, toplumsal refah ve düzen çok daha önemlidir" demiştir(Heilbroner, 1986:3). Bu kapsamda, Smith hiyerarşiye bağlılığını ifade etmiştir.

Smith, para kavramını "Ulusların Zenginliğinin Niteliği ve Nedenleri Hakkında Bir Araştırma" eserinde araştırdıktan sonra değer kavramı üzerinde durmaktadır. Smith, değer kavramını iki ana başlıkta incelemiştir: "kullanım değeri" ve "değişim değeri". Kullanım değeri olarak, bir malın kullanımından dolayı elde edilen toplam fayda, değişim değerini ise bu malın kısaca fiyatı olarak tanımlamıştır. Bu iki değerin ise aynı olmadığını hatta aralarında ters ilişki olabileceğini de belirtmiştir. Bu ters ilişkiyi Smith, elmas – su paradoksu olarak literatüre sokmuştur. Smith, " En büyük kullanım değeri olan mallar, genellikle düşük değişim değerine sahiptir." Cümlesi ile Ulusların Zenginliği eserinde ifade etmiştir. (Smith A., 1776:28)

Kısaca, Elmas – su paradoksuna neden olan durumun temel nedeni Adam Smith'in değişim değerini toplam fayda ile açıklamasıdır. Elmas – Su paradoksu ile konu edilen, değerler arasındaki yaklaşım değişim değerinin marjinal fayda tarafından belirlenebileceği gerçeği ile Marjinalistler döneminde çözümlenmiştir.

2.1.6. Thomas Robert Malthus (1766-1834) ve Nüfus Teorisi

Thomas R. Malthus'un (1766-1834), Nüfus artışı ile ilgili bilinen teorisi onu İktisat anlamında özel birisi kılmaktadır. Malthus, İngiliz ekonomisinde Sanayi Devrimi'ni ve politik karışıklıkları birarada yaşamıştır. Sanayi Devrimini'nin yarattığı kırsal kesimden kentsel alanlara göç ve bu durumun oluşturduğu işsizlik, fakirlik, yaygın hastalıklar ve politik karışıklıklar bu dönemin yaygın özellikleri olarak sıralanmaktadır (Rima, H. Ingrid, 1970:78).

Malthus zamanında, İngiltere'de kırsaldan şehre göç eden ailelerin kötü yaşam koşulları nedeniyle ayaklanmalarını önlemek amacıyla çıkarılan "William Pitt Yasası" da aşırı üretim veya makineleşmenin sonucu gibi görülen tüketilmeyen ürünlerin tüketimini artırmak üzere gerçekleştirilmiştir. Malthus ise, iki önemli düşünürden etkilenerek ancak onların tam karşıtı bir şekilde savunduğu görüşlerini uzun ismi " Toplumun Gelecekteki İyileşmesini Etkileyecek Olan Nüfus Prensibi Üzerine Bir Deneme ve Mr. Godwin, M. Concordet ve Diğer Yazarların Düşünceleri Üzerine Görüşler" olan eserinde belirtmiştir. Bu eseri, William Godwin'in "Araştırmacı" isimli

kitabında öne sürdüğü fikirleri üzerine yayımlamıştır.

Malthus, dönemin "faydacılık" felsefesinden ve her alana nüfuz eden düşünce yapısından etkilenerek "en çok sayıda insan en fazla mutluluğu sağlamak" amacını her alanda izlemeye çalışmıştır. Dini bir geçmişi de olan Malthus'un faydacılık ile ilgili görüşleri, Bentham'ın faydacı görüşü çerçevesinde şekillense de iki önemli noktada, Malthus Faydacılardan farklılaşmaktadır. Bunlar; mevcut sosyal, ekonomik ve politik durumların korunması yani statükonun korunması ve Godwin ve Concordet'un savunduğunun aksine iyimser olmayan görüşleridir. Nitekim, Malthus karamsar bir gelecek öngören nüfus teorisini bu çerçevede kaleme almıştır. Malthus'un statükodan yana olan tavrı ise David Ricardo ile girdikleri "Buğday Yasaları"nın geleceği konulu tartışmada kendisinin toprak sahiplerinin tarafını tutması ve Ricardo'nun ise emekçi ve sanayicilerin tarafını tutması ile de belirginleşmiştir(E.J. Hobsbawm, 1968:72).

2.1.7. David Ricardo (1772-1823) ve Ekonomi Düşüncesi

En önemli Klasik ekonomistlerden biri olarak Ricardo, ekonomiyi sistematize etmiştir. Ricardo, Babasından da kaynaklanan bir geçmiş ile sermaye piyasalarında oldukça zenginliğe kavuşmuştur. Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" kitabını basımından 23 yıl sonra okuyarak çok etkilendiği bilinen Ricardo, zenginliğinin de vermiş olduğu etki alanı ile, sosyo-ekonomik sorunlara çözüm aramıştır. Ricardo devrimsel nitelikteki çalışmaları ile dönemine ve günümüze etki etmiştir.

Ricardo, Bentham tipi ve fayda-değer teorisinin tam karşısında yer almaktadır. Bu çıkarımın yapılmasının ilk nedeni, Ricardo'nun temel eseri olan 1817 yılı tarihli " Politik İktisatın ve Vergilemenin İlkeleri" isimli eserinin ilk bölümünde değeri emek ile anlatmasıdır. Ricardo'ya göre, bir malın değeri(kıymeti), malın üretimi için gerekli emek miktarına dayanmaktadır. Emeğe ödenen ücret ile malın değerinin bir önemi bulunmamaktadır(Sraffa P, 1981:11). Ricardo'nun emek-değer teorisi Adam Smith'in yapmış olduğu değer analizini de kullanarak "kullanım değeri" ve " değişim değeri" kavramları üzerinden anlatılmaktadır. Ricardo'ya göre, fayda tek başına değişim değerine sahip olamamaktadır. Fayda, O'na göre malın elde bulunupğ bulunmama derecesi ve o malın üretiminde kullanılacak emek miktarı kadardır.

Bu kapsamda, Ricardo, günümüzde malın Benthamcı felsefe kapsamında hedonistik bağlamda "kullanım değerinin" araştırıldığı Davranışsal İktisat ile başlayan süreçten oldukça uzak bir hattadır. Faydayı değişim değeri ile açıklayan Ricardo,

kullanım değeri üzerine odaklanmamıştır. Nitekim, İktisat tarihini yönlendiren Ricardo, teorik iktisatın güncel olaylar ile bağını kesmiştir(Deane, 1984:83-84). İkincisi dedüktif yöntemin kullanımını yaygınlaştırmasıyla İktisat biliminin diğer sosyal bilimler ile ilişkisini de önemli ölçüde kesmiştir.

2.1.8.Rasyonalistik Öznelcilik

Bu kısımda, başta Jean Baptiste Say (1767-1832), William Nassau Senior (1790-1864) ve Jeremy Bentham'ın (1748-1832) düşüncelerinin ekonominin hedonistik yanlarına olan etkileri ve Klasik Teoriden Marjinal Fayda Teorisine giden yol üzerine değinilmektedir. Klasik teoriye verdiği destek ile Fransız İktisatçısı Say, Smith'in etkisini yaygınlaştırırken, Klasik teorinin mantığını genişletmiştir. Senior ise, yapmış olduğu çalışmalar ile Klasik İktisat'ın en büyük teorilerinden emek-değer teorisini yıkıma götürme yoluna girdirmiştir. Bentham da, tarihsel açıdan felsefik bir akım olarak gelişen "Faydacılık" kavramını İktisat içerisine girdirerek, Hedonistik İktisatın temelini atmıştır.

2.1.8.1. Jean Baptiste Say'in Ekonomi Düşüncesi

Jean Baptiste Say (1767-1832), 1803 yılında yayımlamış olduğu "Ekonomi Politiğin İncelenmesi" isimli eserinde, Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" eserinde ileri sürmüş olduğu görüşlerini sistematize etmiştir. Bu çalışması ile, Say, Smith'i anlayarak ve yorumlayarak Fransa'nın İlk Politik Ekonomi Profesörü unvanını da almıştır. Say'in en önemli katkılarından birisi, öncelikle emek-değer teorisinde yer alan bir malın değerinin sadece o malın üretiminde kullanılan emek ile ilgili olduğu yaklaşımına karşı çıkarak, emek kavramının yanına sermaye ve toprağı (daha geniş bir ifade ile doğal kaynakları) da yerleştirmesidir. Aslında bu durum, Klasik teoriye yapılmış önemli katkılardan birisi iken emek-değer teorisinin de hacmini genişletirken, bir yandan da emek-değer teorisinin yıkımına neden olmuştur. Say, ilerleyen yaşlarında faydaya dayanan üretimin son miktarından bahsederek öznel değer teorisine yaklaştığını ve emek-değer teorisinden uzaklaştığını kanıtlamıştır(Sowell, 1988:249).

2.1.8.2. Senior'ın Ekonomi Düşüncesi (1790 – 1864)

William Nassau Senior (1790 – 1864), yaşadığı yıllarda Klasik Teorinin gelişim sürecine büyük katkılarda bulunmuştur. Birçok konuda David Ricardo'nun görüşlerinin

aksini savunmuştur. Senior'ın İktisat bilimine yaptığı katkıların önemi yeni araştırmalar ile anlaşılmaktadır(Seligman, R.A., 1903:335-63). Senior'ın İktisat bilimine katkıları teorik yönden çok, toplumsal sorunları inceleme metodolojisi ve ahlak yönünden incelemeleridir. Daha çok Politik İktisat üzerine çalışmalar gerçekleştiren Senior, Oxford Üniversitesi'nde ilk defa açılan bu alanın ilk Profesörü olmuştur(Schumpeter, 1972:382). Senior, Politik İktisat kapsamında İktisat biliminin inceleme konularını belirlemeye çalışmıştır. Senior' a göre iktisat servet kavramını incelemektedir. Siyaset bilimi ise ona göre mutluluk ve refahı incelemektedir. Bu görüşleri ile Senior İktisat bilimini pozitif bir bilim haline getirmeyi amaçlamıştır.

Senior'ın en önemli katkılarından biri ve Hedonistik İktisat açısından yorumlanacak görüşleri O'nun fayda kavramını değer teorisi içerisine yerleştirme çabalarından ve Ricardo'nun sermaye ve faiz üzerine olan düşüncelerine yaptığı katkılardan ileri gelmektedir. Senior, "tüketimden kaçınmayı " bir üretim faktörü olarak ele almıştır. Açıkcası, hem Smith hem de Ricardo "bekleme"-"tüketimden kaçınma" faktörlerine değinmişlerdir ancak Senior sermayenin arzını belirleyen bu durumu beklemenin verimliliği ve katkısı ile açıklamıştır. Sermayeyi ayrı bir üretim faktörü haline getirerek, sermayenin de bir maliyeti olduğunu ortaya koyması ve dolayısıyla emek-değer teorisinde yer alan sadece emeğin tek üretim maliyeti olmasına dayanan teoriyi yıkıma götüren süreci hızlandırmıştır. Senior, marjinal getiri kavramını tanımlayamamış olsa da Politik İktisat isimli eserinde " Belli bir malın sağladığı haz, belli bir sınıra ulaşmadan önce azalmaya başlar." şeklinde açıklayarak Marjinalistlerin yükselişine zemin hazırlamıştır(Haney, 1968:346).

2.1.8.3. Benthamın Ekonomi Düşüncesi (1748-1832)

Jeremy Bentham(1748-1832), birçok açıdan İktisat bilimi için oldukça önemlidir. Emek – değer teorisinin yıkıma uğraması sürecini yakından takip ederken, Marjinalistlere cesaret vermesi ve Marjinal Fayda teorisinin fikri temellerini ortaya koyması, Hedonizm felsefesini İktisat içerisine yerleştirmesi ve bugün Refah İktisadı'nın incelediği mutluluk, refah, toplumsal haz gibi konuların İktisat içerisinde bulunmasını sağlamasıdır. Hem ekonomik hem de siyasal liberalizmin kurucusu kabul edilen Bentham, çalışmaları ile Hedonistik İktisat'ın da kurucusu sayılmaktadır.

Klasik dönemde bulunmasına karşın Bentham'ın katkıları iktisat biliminin psikolojik ve felsefik tabanı üzerinedir. Bentham, İktisat bilimi ile ilgili yayınlarını 1787

ve 1798 yılları arasında yayımlayarak Ricardo'dan önce görüşlerini ifade etmiştir. Eserlerinden başlıcaları; Hükümet Üzerine(1789), Vergi Yasalarına Protesto(1795), Bay Pitt'in Fakir Yasası İle İlgili Gözlemler(1797) isimli kitaplarıdır. Bentham, Eski Yunan'dan beslenerek Hedonizm kökeninde, eserlerinde mululuğun ve hazzın altını çizmiştir. 3. Bölümde 3.6. başlığı altında, Jeremy Bentham'ın temelini atarak ve İktisat Bilimine şekil vererek kurmuş olduğu Hedonizm kavramı incelenecektir. Bentham, faydanını ölçümlenebileceği ve psikolojik yönleri ile Davranışsal İktisat, Deneysel İktisat ve Nöroiktisat'ın düşünsel gelişimine de zemin hazırlamıştır. Günümüzde, deneyimlenen faydanın ölçümü üzerine çalışmalar gerçekleştiren bu İktisadi düşüncelerden çok daha önce Bentham, yedi ana boyut ile faydanın ölçümlenebileceğini savunmuştur. Bu boyutlar: kapsam, süre, yakınlık, saflık, belirlilik, verimlilik ve yoğunluktur. İlk yazılarında sayısal ölçümlerin gerçekleşebileceğini savunan Bentham daha sonra zaman tercihleri ile faydayı ölçümlemeye çalışmıştır(Bentham, J. 1969:85)

2.1.9. William Thompson ve Thomas Hodgskin'in Ekonomi Üzerine Düşünceleri: Yoksulların Politik Ekonomisi

Siyaset ve iktisat bilimi arasındaki ayrımı ortaya koyan Oxford Üniversitesi'nin ilk Politik İktisat Profesörü Senior, 1830'da gerçekleşen İşçi isyanlarını da görmüştür. Sanayi devrimi, makineleşme ile üretimde bazı noktalarda işçi gereksiniminin azalması(zanaat vb), diğer taraftan kentlerin iş ve gelir sağlama açısından yoğun göç alması yerleşim yeri ve sosyla problemlere yol açmıştır. Fabrikalarda uzun saatler ve zor koşullar altında çalışan işçiler, düşük ücretin de etkisiyle 19. Yy da çeşitli isyanlar ve politik boyutları olan grevler gerçekleşmiştir. Kapitalist sanayileşmenin olumsuz etkilerine direnen işçiler, sendika ve çeşitli örgütlenmeler ile birlik olur duruma gelmişlerdir. Bu sırada, İngiltere'de orta sınıf kapitalist bir sermayedar olan Robert Owen'ın oluşturduğu fabrikada insancıl koşullar ve yüksek ücretler ile işçi emeklerini karşılaması, New Lanark'daki fabrikasını herkes için bir çekim merkezi haline getirirken kendisi de emeğin savunucusu olmuştur. Robert Owen'ı farklılaştıran bir diğer konu ise kooperatif tarzı işçi gönüllülüğünü artıran bir sistem ile üretim gerçekleştirmesidir. Bu bağlamda, Adam Smith ve Ricardo'nun emek üzerine düşünceleri, William Thompson ve Thomas Hodgskin tarafından yorumlanmış ve bu düşüncelerine katkıda ve eleştirilerde bulunulmuştur.

Thompson,(1755 – 1833), "İnsan Mutluluğuna En Çok Etki Eden Servetin

Bölüşüm Üzerine Bir Araştırma" isimli eseri ve "Ödenen İşgücü, Uzlaştırılmış Sermaye ve İşçi" isimli eseri en önemli yayınlarıdır. Thompson'ı etkileyen düşünceler, Smith ve Ricardo'nun emek-değer teorisi, Owencı kooperatif üretim sistemi yaklaşımı ve Jeremy Bentham'ın faydacılığıydı. Bentham, adil sosyal koşulları savunurken, Thompson ise oldukça radikal düşüncelere sahiptir. Thompson, Bentham'ın hedonizmini savunurken ve kendisini O'nun bir öğrencisi olarak nitelendirirken aynı zamanda, kapitalist sistemin faydacılığın ulaştıracağı haz ve mutluluğa ulaşılamayacağını savunmaktadır. Thompson bu açıdan, piyasa sosyalizmini savunarak, "kapitalizmin güven ortamını" sağlayamayacağını ileri sürmüştür (Thompson W, 1850:15).

Hodgskin ise üretim maliyetleri ve sermaye üzerine çalışmalar gerçekleştirmiştir. Ancak, Ricardo'nun ileri sürdüğü kapitalist toplumsal sistemin üretimde kullanılan emeğin değerini belirleyeceğine inanmamıştır. Smith'e de katkı yaparak, fiyatların ücret, kira ve kar toplamları ile belirlendiğini ancak bu durumun haksız olduğunu belirtmiştir(Hunt E.K., 1977:322-245)

2.1.10. Saf Faydacılık ile Eklektik Faydacılığın Karşılaştırılması

William Thompson ve Thomas Hodgskin sonrasında, sosyalist ve radikal etkilerin klasik politik ekonomi kapsamında artışı en yoğun olarak 1820 ve 1850 yılları arasında gözlemlenmiştir. Bu yıllar arasında yayınlanan iki önemli çalışma ise, John Stuart Mill'in "Politik Ekonominin İlkeleri"(1848) isimli eseri ile Frederik Bastiat'ın "İktisadi Uyum"(1850) eseridir.

2.1.10.1. John Stuart Mill

Mill, Ricardo'nun Smith'in politik ekonomik düşüncelerini geliştirmesi, ardından Bentham'ın tamamen farklı Hedonizm düşüncesinin Klasik teori üzerine etkileri ve Senior'ın tüketimden kaçınma düşüncelerinin etkilemesi ile Smith sonrası ikinci başlangıcın ve yorumlama farklılığının doğuşunu gerçekleştirmiştir. Ekonominin siyasi yönünü çizmiştir. Klasik İktisat'ı yeni anlatımına Fransız Sosyalizmi'nden de etkilenerek, "sosyal alanda gerçekleşen reform politikaları" ile kavuşturmuştur(Haney :1968,:441). Genç yaşta İktisat ve İktisat biliminin kurucuları ile de zaman geçiren Mill, Bentham'ın beş ciltlik eseri "İspatın Mantığı" nı, 20 yaşında yayınladıktan sonra ruhsal bir bunalım yaşamıştır. Bu aşamada, sert bir biçimde Bentham'ı eleştiren Mill, zevkler arasında farklar bulunduğundan zevklerin tatmini ve ölçümünde sadece sayısal

büyüklükleri kullanmanın yanlış olabileceğini savunmuştur(Mill J., 1874:49).

Bir Hedonist olarak Mill, ileri sürdüğü fikirleri ile Benthamcı görüşü ve Hedonizmi iyileştirmek amacıyla eleştirilerde bulunmuştur. Mill, Faydacılığın bıraktığı boş yerleri doldurmak amacıyla çeşitli görüşler ve düşünürler ile de ilgilenmiştir. İngiliz Romantikleri diye isimlendirilen Samuel Coleridge ve Thomas Carlyle ve Marx'ın Ütopist Sosyalistler olarak isimlendirdiği sosyalistler ilgilendiği grupların başında gelmektedir(Mill J.:1879, 123-124). Ancak Mill, özetle Ricardocu fikirlerini Bentham'dan sahiplendiği fikirler ile kaynaştırmak istemiştir.

2.1.10.2. Bastiat'ın(1801 – 1850) Ekonomi Düşüncesi

Fransız Klasik İktisatçılarından birisi olarak Bastiat, Adam Smith'in Ulusların Zenginliği kitabında savunmuş olduğu görüşleri geliştirmiş ve kendisi Liberalizme taraf olarak 19.yy ın ilk yarısında ortaya çıkan komünist ve sosyalist düşüncelere karşı çıkmıştır. Emek –değer teorisini yıkıma götüren süreçlere katkıda bulunan Bastiat, daha önce Senior'ın yapmış olduğu yeni ve eski emek ayrımından kaynaklanan üretim maliyetlerine katkıda bulunmuştur. Bastiat, İktisat biliminin değişim kavramı üzerine odaklanması geektiğini düşünerek, İktisadi Uyum isimli eserinde değer kavramı üzerinden görüşlerini ifade etmiştir. Bastiat, kendisinden önceki çalışmaları bir kenara iterek, iki tür faydanın olduğunu ortaya sürmüştür: bedava fayda ve karşılık faydası. Bedava faydayı, doğanın sunduğu ve karşılığında bir şey verme zorunluluğu olmadığını iddia ettiği mallardan elde edilen fayda, karşılık faydası ise karşılığında bir şey verme zorunluluğu olan malların tüketiminden sağlanan fayda olarak tanımlamıştır. Fayda kavramı üzerine düşncelerini özel mülkiyet ile de birleştiren Bastiat, özel mülkiyete karşı duran Sosyalistleri eleştirirken, toprağın sağladığı özel faydalara sahip olan toprak sahibinin dolayısıyla bu değerlere sahip olacağını savunmaktadır(Nostrand D;1964, 25).

2.1.11. Karl Marx (1815 – 1883)

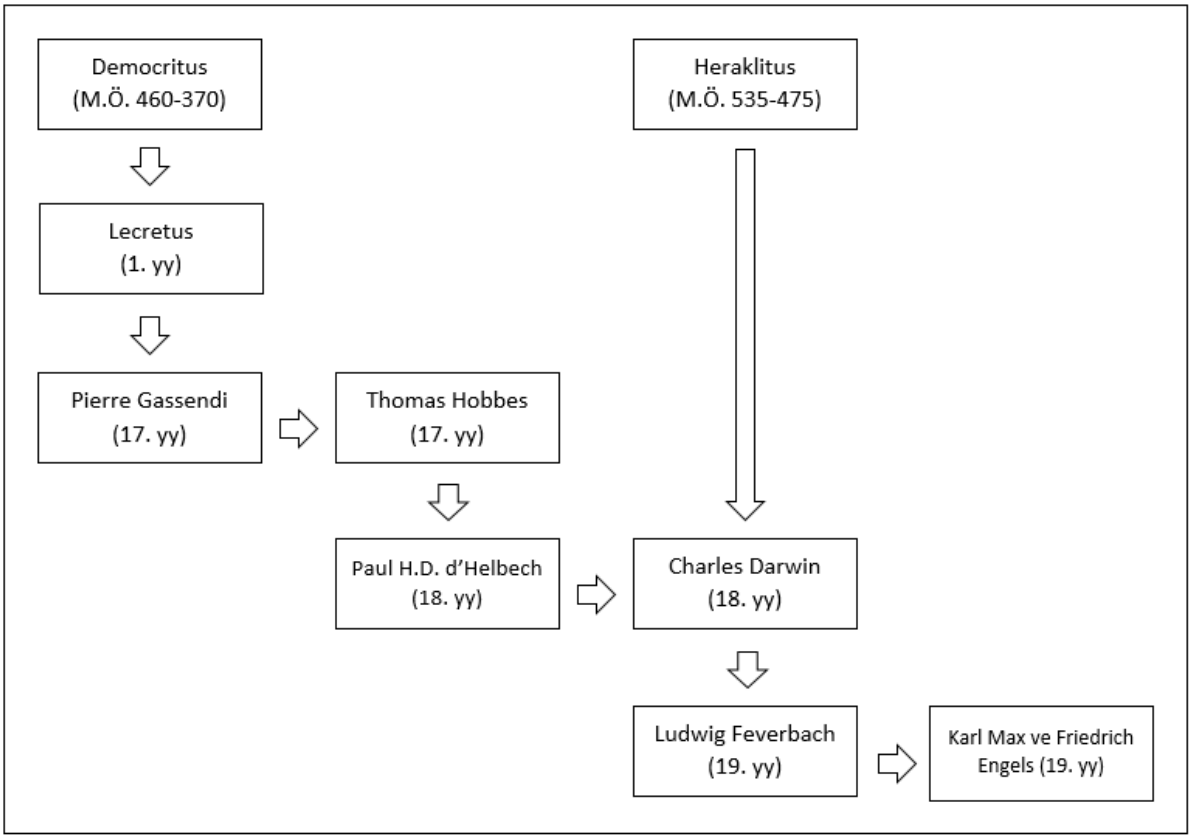
Tarihi sınıfların ve teknolojik değişimin mücadelesi ile yorumlamıştır. 19. yy da toplumu ve düşünce okullarını yorumlaması ile Karl Marx, kaynakların dağıtımını, sosyalizm ideolojik gözlüğü ile Hegelci düşünceler kapsamında incelemiştir. Marksist ekonomi paradigması, piyasa ekonomisi paradigması olan Smith'in teorisi karşısında en önemli paradigma olarak durmaktadır.

Merkantilizme duyulan teorik tepki ve ekonomik kısıtlamalar Fransa'da İngiltere'den daha çok yankı getirmiştir. Fransız ekonomisinin, tarıma dayalı yapısının derinleşmiş olması ile Jean Baptiste Colbert'in gerçekleştirdiği sanayici reformlar beklenen faydayı sağlamamıştır. Vergi muafiyetlerinin açtığı derin yaralar, toprak sahipleri ve köylü üzerine binmekteydi. Fizyokratların tarımsal ekonomik düzenlemeler önererek ortaya çıkmaları kırılma noktası oluşturmuştur. Felsefik akımların yarıştığı bir ortam sonucunda, Fizyokrasi, materyalistik akımın baskın geldiği bir şekilde evrilmiştir.

Süregelen süreç içerisinde işçi ayaklanmaları ve kapitalizmin toplumu birçok yerinden bölmesi ile Marx, tarih, sosyoloji, felsefe ve iktisat bilimleri kapsamında ileri sürdüğü bir teori ile kapitalizmin yerini sosyalizme bırakacağını savunmuştur. Hristiyan dini tabanlı düşünce yapıları kapsamında savunulan düşüncelerin aksine Prusya'da Hegel'in düşüncesinin dini konuları eleştirdiği bakış açısını sahiplenmiştir.

Hegelci düşünce kapsamında ekonomik olayların yorumlanmasının gerçekleşebileceğini düşünen Marx, düşüncelerinden dolayı Almanya'da iş bulamayarak yerleştiği Fransa'da daha sonra sert bir şekilde eleştirdiği Proudhon ve ayrılmaz bir arkadaşı olan ve Komünist Manifesto'yu birlikte yayınladığı Friedrich Engels ile tanışmıştır.

Marx'ın düşünceleri, materyalist felsefe akımlarının etkisinde şekillenmiştir. Hegel'İn tarih felsefesi görüşleri ve Liberalizme kaynaklık eden Locke'un görüşlerinin aksine doğal düzeni eleştiren ve şüpheci yaklaşan ve Locke öldüğünde dört yaşında olan Hume'un görüşlerini benimsemiştir. Anti rasyonalist olarak Hume, aklı eleştirerek bilgi kaynağı olarak kullanılamayacağını savunmuştur. Kant'ın Hume'ın ortaya koyduğu iddiaya, bilim ve ahlakı ayırarak çözüm bulması ile bilim ve din uçurumu belirginleşmiştir. Hegel ise bu noktada üçüncü bir noktaya ulaşılabileceğini ve din ile bilim arasındaki mantıki açıklamanın keşfedilmesinin Eski Yunan'da kullanılan diyalektik kavramı ile gerçekleşebileceğini savunmuştur. Marx Hegel'in diyalektiğini benimsemiş ancak bu diyalektiği Ludwig Feuerbach'ın materyalizmi ile yorumlamıştır. Din ekseninde şekillenen ve Feurbach'ın yabancılaşma kavramını bütün alanlara uygulayan Marx, kapitalizme bu eksende karşı çıkmıştır(Ekelund-Hubert, 1975:171-172). Buradan da denilebilir ki, Smithci ve Ricardocu emek teorisi üzerine konumlandırarak düşüncelerini Marx, hedonistik düşünceden oldukça uzakta yer almaktadır. Çalışmaları ile benimsemiş olduğu felsefe yolları ile Marx, Bentham ve Mill çizgisinden oldukça uzakta bulunmaktadır.



Şekil 3. Materyalisttik tabanlı Marksist iktisat ile Hedonistik iktisat arasındaki düşünsel farkın ortaya çıkma sürecindeki kişiler ve bu sürecin tarihi gelişimi
Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

Marx, Değer üzerine düşünceleri ile daha önceki düşünürlerin ve ekonomistlerin üzerinde durdukları kullanım değeri ve değişim değerinin bulunduğunu kabul etmektedir. Değişim değeri üzerine odaklanan Marx, kullanım değerinin politik ekonomi dışında kaldığını bu nedenle incelemenin gerekli olmadığını savunmuştur(Bortkeiwicz L.1937:67). Bu açıdan, teorisi açısından savnduğu görüşleri emek ve değeri üzerine tutarlı bir biçimde konumlandırmıştır.

2.1.12.Utopist (Hayalci) Sosyalistler

Marx kendisinden önceki kapitalizmin sonu ile ilgili düşünceleri paylaşan çeşitli düşünürleri ancak belirli belirsiz konularda sistematize etmedikleri görüşleri ile Ütopist Sosyalistler olarak nitelendirmiştir. Marx özellikle St. Simon ve Robert Owen'ı bu kapsamda düşünmüştür. İşçi sınıflarının devrimsel bir başkaldırı ile sistemi tersine döndüreceklerini düşünmeyen bu Sosyalistleri ütopist olarak nitelendirmiştir. Marx bu

sınıflandırma ile kendi çalışmalarını da bilimsel olarak görmektedir. Aslında sistematize edilmemiş görüşlere sahip olan Ütopist Sosyalistler, amaçladıkları hedefe nasıl gidileceği konusunda bir belirsizlik yaşamaktadırlar(Huberman, 2005:45). St. Simon ise din temelinde bir ayrışmayı öngörerek din kurumlarının Ortaçağ'dan Sanayileşme sürecine kadar ellerinde bulundurdukları maddi yapının artık toprak sahiplerinden çok endüstriye kanalize olmasını savunmaktadır. Ütopist sosyalistler bu kapsamda, mülkiyet üzerine düşünceler savunmuşlardır.

2.2.13. İdealist Sosyalistler

İdealist sosyalistler, ütopik sosyalistlerin aksine ideal durumları ve gerçekleşmesi olası görünmeyen konuları tartışmaları nedeniyle bu isimle anılmışlardır. En önemli temsilcileri; Louis Blanc, Charles Fourier ve Proudhondur. Aşağıda bu isimler ve sosyalizm düşüncesinde yaşadıkları idealizm yer almaktadır.

2.2.13.1. Louis Blanc (1811 – 1882)

Louis Blanc, 1830 ve 1848 İşçi ayaklanmaları dönemlerinde Saint Simon ve Charles Fourier'in görüşlerini sentezlemesi ile önemli bir fikir adamıdır. Önerdiği falanj fikri ile kooperatifçiliğin babası kabul edilen Fourier'in modelini oldukça önemsemiştir. Hedonistik İktisat açısından bakıldığında, Louis Blanc bu konuda herhangi bir çalışma yapmamıştır. İşçi ve emek üzerine odaklanmıştır.

2.2.13.2.Charles Fourier

"Dört Hareket ve Kader Kuramı"(1808) ve "Tarımsal Aile İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme" (1822) isimli eserleri ile Fourier, insanların tutku ve zevklerinin esiri olarak oluşturduğu kapitalizmin, büyük sorunlara yol açtığını savunmaktadır. Falanj (Falanster) olarak isimlendirdiği üretim ve sosyal yapı birimlerinin olmasını gerektiğini düşünene Fourier, çeşitli mesleklerden 1600 kusur insanın bulunacağı, belirli büyüklükteki bir toprak parçası üzerinde kurulacak bu birimlerin, insanların tutkularının ve zevklerinin karşılığını buldukları bir birimde çalışmaları ile şekillendirilecektir. İnsanların farklı iş becerileri ve tutkularının gönüllü çalışma becerileri ile de şekillenerek, işbirliği ve adil dağıtım kapsamında falanjlarda üretimin gerçekleşmesini hedeflemiştir(Şenel, 2001: 109-10). Ütopik bir görüş içerisinde Fourier, idealistik bir düzen betimlemiştir. Fourier, hedonistik iktisat kapsamında değerlendirildiğinde

düşüncelerinin bir kısmı hedonistik iktisat konularına girse de genel itibariyle Hedonistik İktisattan uzaktır.

2.2.13.3.Pierre Joseph Proudhon(1809 – 1865)

1846'da yayımladığı Sefaletin Felsefesi isimli kitabı Marx tarafından eleştirilerek cevaben Marx tarafından Felsefenin Sefaleti isimli bir kitap basılmıştır. Marx ile yaşadıkları bu gerilim ikili arasında bir ayrıma neden olmuştur. Proudhon, Sefaletin Felsefesi kitabında iktisadi sistemlerin iyi ve kötü taraflarının denge ile düzeltilebileceğii savunmuştur.Marx ise, tarihsel boyutları bilmemekle suçladığı Proudhon'u eleştirerek, Felsefenin Sefaleti'nde, Marksistler ve Anarşistler arasında sürecek tartışmaları başlatmıştır.

Proudhon, Anarşizmin babası olarak kabul edilmektedir. İşçi devrimlerinin kendi düşünceleri ile uyuşmadığını görerek, Marksizmden ayrı bir yol tutan Proudhon, devletten kurtulma düşüncesi ön palnda yer almaktaydı. Bu nedenle, hedonistik iktisat açısından bakıldığında Proudhon, işçi ve emek konularına odaklanması ile Hedonistik İktisatın konu ve kapsamına uzaktır.

2.1.14. Faydacılığın Zaferi : Jevons, Menger ve Walras

1840'lardan 1870'lerin ortalarına kadar dönemde Avrupa çok hızlı bir gelişim göstererek ekonomik anlamda oldukça büyümüştür. İngiltere'nin liderliğinde ekonomik devrimler gerçekleşmekteydi. Artan sermaye ve hızlı endüstrileşme, güç ve zenginliği artırmıştır. Bu dönemde büyük ve dev şirketlerin kurulması ve iyi işleyen para sistemlerinin oluşması da ekonomiyi canlandırmıştır. Ancak tüm bunlara karşın İngiltere'de iktisadi yaşantı işçi sorunları, sosyalizmin ve Marsizmin etkileri, Darwin'in evrim teorisi ve J.S. Mill'in ücret-fonu teorisini reddedişi yeni bir gelişimin habercisi olmuştur.

William Stanley Jevons(1835-1882) böyle bir ortamda, 1871 yılında yayımlamış olduğu Politik Ekonomi Teorisi isimli kitabı ile iktisadi düşünce ve ekonominin yönünü farklı bir rotaya çevirmiştir. Jevons'un İktisat bilimine ve Hedonistik İktisat'a en büyük katkısı, fayda teorisinin temellerini atması olmuştur. Jevons, "Bir birim acı veya zevki zihinde canlandırmak dahi zordur ancak satın almaya, borç vermeye, ödünç almaya ve ürtemeye bizi yönlendiren güç bu duygularımızın miktarıdır."diyerek öznel faydaya ne kadar önem verdiğini göstermiştir(Jevons S, 1871:12). Jevons, bireylerin ordinal

sıralama yaparak, faydalarını sıralayabileceğini ancak bireyler arası fayda karşılaştırmasında kullanılamayacağını belirtmiştir. Jevons ortaya koymuş olduğu fayda teorisi ile Smith, Ricardo ve Mill'in benimsemiş olduğu klasik üretim maliyeti teorisini reddetmiş ve devrim yaratmıştır. Marjinal fayda ilkesi ile de matematiksel analizler yapan Jevons'un, İktisat biliminin gelişmesinde önemli katkıları bulunmaktadır(Jevons S.:1886:151). Jevons'un hedonistik İktisat'a katkısı ise tartışma götümeyecek bir biçimde oldukça fazladır. Fayda teorisini oluşturarak arz ve talep denklemlerine marjinal fayda ilkesini de ekleyen Jevons, bir devrim(Marjinal Devrim) gerçekleştirmiş ve Hedonistik İktisat bu süreçten sonra hızla gelişim göstermiştir.

Jevons'un bulmuş olduğu marjinal analiz yöntemini Austurya Okulu olarak tanımlanan Carl Menger(1840 – 1921) ve öğrencileri Friedrich von Wieser ve Eugen von Böhm-Bawerk 1871'de İktisatın İlkeleri isimli eserlerinde kullanmışlardır. İktisat teorisine oldukça önemli katkıda bulunan bu Marjinalistler, A. Schumpeter, Gootfried Haberler, Friedrich Von Hayek ve Oscar Morgenstern'i de etkilemiştir. Bu açıdan günümüze değinen ve günümüzü şekillendiren bir yapı oluşmuştur. Menger, Alman Tarihçi Okula da karşı çıkmış ve öznelciliğin ön plana çıkması ile bu Okul ile yaşanan tartışmadan galip çıkmıştır. Menger, kullanım değei ve değişim değeri üzerine gerçekleştireceği çalışmalarından önce mal kavramını tanımlamıştır. Ekonomik ve ekonomik olmayan mallar olarak mal kavramını ikiye ayıran Menger, faydayı malın insan ihtiyacını karşılama oranı olarak tanımlamıştır (Carl Menger,1963:54). Kullanım değerini de bu mallar içerisinde kıtlık ile ilgili olması nedeniyle ekonomik mallar için geçerli bir kullanım değerinin bulunduğunu ifade etmiştir.

Leon Walras ise Lozan Okulu olarak isimlendirilen okulun kurucusudur. Hem bir Marjinalist olan Walras hem de kendine ait Genel Denge Teorisinin oluşturucusudur. İktisat teorisinde Jevons sonrası matematik kullanımını da artırmıştır. Walras, aynı zamanda Vilfredo Pareto'ya da kaynaklık ederek, Onun Refah teorisini oluşturmasını sağlamıştır. Pareto da bu sayede Refah İktisadının kurucusu olmuştur. Walras, Jevons'un aksine, değişim teorisinin temeline marjinal fayda analizini yerleştirmiştir. Bu noktada Walras öznel değer teorisini oluşturarak oldukça önemli katkılarda bulunmuştur. Hedonistik İktisata olan katkısı ile Walras, marjinal fayda analizini daha da temellendirmesi nedeniyle önemlidir.

2.2.15. Thorstein Bunde Veblen (1857-1929)

Veblen, 20. Yy ın hemen başında ortaya çıkan ve Ortodoks teoriyi eleştiren Kurumsalcı Okulun kurucusudur. Yirminci yüzyılın başında Amerikan Ekonomisinin Amerikan İç Savaşı'ndan Birinci Dünya Savaşına kadar olan dönemde hızlı bir gelişim göstermesi sonucunda ortaya çıkan gelir adaletsizlikleri ve zenginliğin sorunlu dağılımı yaşam koşullarını çoğu aile ve hanehalkı için zor duruma getirmiştir. Giderek güçlenen dev şirketler monopol olma yolunda ilerlerken, politik ve yasal sahalarda da toplumsal güvensizlik ortamı Amerika'da geleneksel iktisat teorisine karşı bir reform ve onarım sistemi oluşturulmasını istemişlerdir. Veblen böylesi bir durumda, Sosyalist ve Marksistler gibi kapitalizmin yok edilmesini değil reformlar ve devlet yolu ile onarılmasını ve bakıma girmesini istemiştir.

Veblen'in geleneksel okula (Ortodoks teoriye) yönelttiği eleştiriler, günümüzdeki birçok iktisatçıyı derinden etkilemiştir. Veblen, bilimsellikten uzak bulduğu Neoklasik teorinin Darwin öncesi bir teori olduğunu iddia etmiştir. Herhangi bir ampirik veriye dayanmadan, ekonominin uzun dönemde dengeye kavuşacağını varsaymaktadırlar. Veble, Darwinizm yorumu kapsamında eleştirdiği Neoklasik teoriyi statik olmakla suçlar ve onun dinamik bir teori ile ikame edilmesini savunmaktadır. Smith'in görünmez el kavramının ekonomiden atılması gerektiğini savunan Veblen, Smith zamanında kar elde etmek ile topluma yararlı mal üretmek arasında bir fark olmadığını kabul ederken 20.yyda böylesi bir sürecin bulunmayışını ve çıkarlar arası büyük uyumsuzlukların ekonomiyi bataklığa çevireceğini ifade etmiştir.

Veblen ekonominin uyumdan çok çatışmaya dayanan bir yapıda olduğunu savunmaktadır. Bu kapsamda, Veblen, Faydacılık felsefesini temel alan Hedonistik İktisatın fayda kavramsallığını red etmiştir. Veblen ve Kurumsalcı okulda Darwin ve Freud etkileri belirgindir(Landreth, 1976:326).

2.2.16. John Maynard Keynes(1883-1946)

Keynes, babası İktisatçı Neville Keynes'in metodoloji konusundaki eserleri yerine güncel politik konulara ve ekonomik sorunlara çözüm önerileri bulmak ile uğraşmıştır. Keynes ilk eseri olan Parasal Reform Hakkında Broşür(1923), Para Üzerinde Bir İnceleme(1930) ve İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi(1936) eserleri ile Klasik teoriden uzaklaşma sürecini tamamlayarak Keynesyen Teoriyi kurmuştur. Keynes bu sayede Modern Makroekonominin kurucusudur. Keynes ile birlikte Büyük

Buhran sonrasında başlayan süreç, Keynes in sunduğu çözümlerin sorunları çözebiliyor olmaları sonucunda O'nu MakroİktisadIn kurucusu haline getirmiştir. 1936 yılında yayımlamış olduğu eseri " The general Theory of Employment, Interest and Money" ile bilinmektedir.

Marshall öncesi dönemde İktisatçılar yani Klasik İktisatçılar, uzun dönemli sorunlar ile ilgilenirken, Marshall geleneğini izleyen iktisatçılar yani Neoklasik İktisatçılar, optimizasyon problemleri ile ilgilenmişlerdir. Neoklasik İktisatın unuttuğu makroekonomik analiz Keynes ile yeniden canlanmaktadır. Keynes'in amacı "bütün halinde ekonominin üretim ve istihdam temelindeki değişimlerini incelemektir."

Keynes'i Hedonistik İktisatı ilgilendiren çalışmaları özellikle tüketim harcamaları konusunda olmuştur. Keynesden önce Marshall, tasarrufların gelire bağlı olduğunu söylerken, J.M.Clark ise "gelir arttıkça daha büyük bir kısmını tasarruf ederiz" diyerek görüşlerini belirtmiştir. Ancak, tülketimin reel gelire bağlı olduğunu Keynes ortaya koymuştur. Ceteris paribus koşulu sağlandığında, tüketimdeki değişimlerin gelirdeki değişmelere bağlı olacağını kabul etmiştir. Malların zor durumlarda bulunmasına ilişkin beklentiler, faiz oranlarındaki yükseliş ve inişlerin tüketim fonksiyonunun aşağı yukarı oynatabileceğini savunan Keynes, tasarruf eğiliminin ise sübjektif faktörlerce oldukça yavaş değişebileceğini öne sürmüştür(Keynes J. 1936:96). Keynes, psikolojik ilke olarak belirlediği varsayımları neticesinde, tüketimin gelir arttıkça artacağını, ancak bu artışın gelirden az olacağını ifade etmektedir.

Keynesyen okul ise Cambridge ve Sentezci okulun bir karışımıdır. Cambridge keynesyenleri olarak Joan Robinson, Nicholas Kaldor, Roy Harrod, Abba Lerner ve Luigi Pasinetti olarak sıralanırken, John Hicks, Franco Modigliani, James Tobin, Paul Samuelson ve Robert Mundell ise sentezci keynesyenler olarak sıralanmaktadır.

2.2.17. Modern Ekonomi

Keynes ile başlayan teoriler ve İktisadi bilginin gelişim sürecinin derinleşmesi ve yeni fikirlerin özgürce tartışma ortamının oluşması sayesinde Modern ekonomi, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında Üniversitelerin ve Akademilerin yaygın çalışmaları ile farklı ve değişik yönlerden iktisatı araştırmaya başlamışlardır. Bu süreçte Keynesyen Okul sonrasında; Monetarist Okul, Yeni Klasik Okul, Yeni Keynesyen Okul, Post Keynesyen Okul, Arz Yanlı İktisat Okulu, Anayasal İktisat ve Reel

Konjonktür Okulunun ortaya çıkması da bu durumu kanıtlamaktadır. Bu kapsamda aşağıda, öncelikle 1945 sonrası Kalkınma İktisadı hedonistik iktisat ile ilişkisi açısından Lewis özelinde incelenecek, daha sonra ise Nobel Ödüllü Samuelson ve Friedman'ın görüşleri hedonistik iktisat bağlamında incelenmektedir.

2.2.17.1.W.Arthur Lewis ve Kalkınma İktisadı (1915-1991)

1945 öncesinde kalkınma iktisadından hiç söz edilmemiştir. Daha öncesinde kalkınmanın sağlanmasında planlama gibi faktörlerin ön plana çıkartılması ile dünyanın geri kalmış bölgelerinin konu alınması sağlanmıştır. 1940'lardan sonra Asya ülkelerinde görülen gelişim, sömürgecilik ve emperyalizmden kurtulma ile de birleştiğinde birçok bağımsız ülkenin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Arthur Lewis ile incelenmeye başlanan bu gelişim süreci Arthur Lewis'in "Sınırsız İşçilikle Ekonomik Kalkınma" isimli eseri ile de üretimde incelenmeye başlanmıştır. Lewis, ortaya sunduğu iki sektörlü dualstik modeli ile geri kalmış sektördeki sınırsız emeğin, kurumsal yöntemler ile sabit tutulacak düşük ücretler ile çalıştırılmalarını ve buradan elde edilecek artık değerin modern sektöre aktarılmasını önermiştir(Lewis W.:194:22). Ancak burada savunduğu görüşleri ile ciddi eleştiriler alan Lewis, Theodore Schultz'un köylülerin de kar sağlayabileceğini savunması ile eleştirilmiştir. Lewis, üretimde emeğin verimliliği, makine ve ekipman kullanımı ile teknolojinin önemine değinerek Kalkınma İktisadı yönünde bir yol izlemiştir. Bu kapsamda, Kalkınma İktisadı ve Hedonistik İktisat bağlamında bir ilişki ortaya koymamıştır.

2.1.17.2. Paul A. Samuelson(1915-2009) ve Milton Friedman'ın(1912-2006) düşüncelerinin Hedonistik İktisat Bağlamında Karşılaştırılması

Keynesyen İktisadı Dünya çapında bir hale getiren ve İktisatın dahi çocuğu olarak nitelendirilen Paul Anthony Samuelson, 1947 yılında İktisadi Analizin Temelleri isimli eseri ile oldukça önemli başarılara imza atmıştır. Neoklasik Sentez adı verilecek bir akımın da öncüsü olmuştur. 1970 yılında Nobel Ekonomi Ödülünü almıştır.

Tüketici refahı ile ilgilenen Samuelson eserinde, marjinal fayda kavramının şekillendirdiği talep teorisini yetersiz bulurken, açıklanmış tercihler kavramını önermiştir. Samuelson'a göre, zevk ve fayda gibi soyut kavramlar yerine yapılmış tercihlerin doğurduğu sonuçların izlenmesi kavramını önermiştir. Matematiğin kullanımını teşvik eden yaklaşımları ile Samuelson kısaca Hedonistik İktisatı

benimsemeyen İktisatçılardan birisidir.

Milton Friedman ise Chicago İktisat Okulunun bir temsilcisi olarak 1976 yılında Nobel Ekonomi Ödülünü almıştır. Monetarizmin kurucusudur. Friedman, Keynesyen İktisata karşı çıkmış ve matematiksel ögeler ile Neoklasik iktisatı zenginleştirmeye çalışmıştır. Miktar teorisi üzerine, maliye politikası ve para politikası üzerine çalışmalar yaparak klasik liberalizmi savunmuştur. Friedman, ayrıca oluşturmuş olduğu sürekli gelir hipotezi ile tüketimi ilerleyen dönemde tüketicilerin bekledikleri gelirlerine de bağlıdır. Bu noktada Friedman, Keynes'in tüketimin harcanabilir gelire değil, gelecekteki gelirlerine bağlı olarak şekillendiğini göstermektedir. Bu hipoteze göre, kişiler ömürlerini de değerlendirerek düzenli tüketim yapabilecekleri bir tüketim eğilimine göre belirlemektedir. Bu kapsamda, Friedman Tüketim üzerine düşünceleri ile Hedonistik İktisata katkıda bulunmuştur.

2.2.18. Kurumsalcılık ve Post-Keynesyencilik

Marjinal fayda ilkesini benimseyerek Hocası Avusturya Okulunun kurucusu Karl Menger gibi Wieser da değer teorisi üzerine çalışmalar gerçekleştirmiştir. Wieser, fayda teorisi ve Kurumsalcı/Kurumcu İktisatı birleştirmeye çalışarak bir sentez yapmayı amaçlamıştır.

2.2.18.1. Clarence Ayres'in Kurumsalcı İktisadı (1891- 1972)

Veblen'in geleneksel iktisat teorisi ile kopması keskin bir şekilde gelişmiştir. Biyolojik tabanlı açıklamalar ile Veblen, neoklasik vizyonu reddetmiştir. Neoklasik teorinin egemen olduğu bir yapı içerisinde, kurumsalcı teori küçük bir alanda etkili olmuştur. Kurumsal terimini bulan Walton Hamilton'da etkilenen Ayres, neoklasik teorinin anlamsız olduğunu düşünürken ayrıca Veblen'in görüşlerini de takip etmiştir.

2.2.18.2. Post-Keynesyen İktisat

Neoklasik sentez ismi verilen akıma ve dolayısıyla P. Samuelson'un görüşlerine karşı ortaya çıkan Post-Keynesyen İktisat, 1970 ve 1980li yıllarda ortaya çıkan iktisadi teorilerdeki zayıflamanın nedeni olarak görülmüştür. Post keynesyenlere göre, Neoklasik iktisat bağlamında mikroiktisatı Keynesyen teori içerisinde makroiktisata bütünleştirmek bugünkü iktisadi bunalımların nedeni olarak görülmektedir. Post Keynesyen teori, temelde: Keynes'in makroekonomisi, R. Harrod'ın dinamik ekonomi

görüşü ve M. Kalecki'nin gelir dağılımı ve sermaye üzerine görüşlerine dayanmaktadır. İlk Post-Keynesyen denilebilecek Joan Robinson 1956'da Sermaye Birikimi isimli eserini yayınlamıştır. Post Keynesyen teori temelde ekonomik büyüme ve gelir dağılımı ile ilgilenmektedir. Bu kapsamda, Keynesin düşüncelerini yeniden İktisata uygulamayı amaç edinen Post Keynesyenler, Hedonistik İktisat sürecinden uzaktırlar.

2.2.18.3. Sraffian Fiyat Teorisi

Pierro Sraffa(1898-1983)'nın eseri "Malların Mallar Yardımıyla Üretimi" 1960lı yıllarda yayınlanmıştır. Marksist düşünceye sahip Ülkelerde özellikle İtalya ve Japonya'da, Sraffa'nın fiyat analizi devrimsel nitelikte bulunmuştur. Leontief ve Sraffa çağı olarak Modern dönemi isimlendiren, Samuelson Sraffa'nın önemini dört ana nedene bağlamıştır. Sraffa; 1926 yılında yayınlamış olduğu "Rekabetçi Koşullar Altında Getiri Yasaları" makalesi, David Hume'ın Keynes ile daha öönce keşfedilmemiş bir kitabını yayımlaması, 25 yıldan uzun bir süre uğraşarak Ricardo'nun bütün eserlerini toplayıp yayınlaması ve klasik bir sermaye teorisi olan "Malların Mallar Yardımıyla Üretimi" kitabı nedeniyledir. Sraffa, Quesnay ve dönemine dönerek, Marks'ın da üzerinde durduğu sınıf çatışması kavramını da İktisata uygulamıştır. Bu açıdan yorumlandığında Sraffa'nın analizi Marks'a dönüş olarak da yorumlanmaktadır(Roncaglia 1977:171). Sraffa marjinal analizi kullanmayarak emek-değer teorisini de reddederek gelir dağılımı ve büyümeyi açıklamaya çalışmıştır. Bu açılardan bakıldığında Sraffa'nın katkısı Hedonistik İktisattan çok Marksist İktisata olmuştur. Marjinalizmi eleştirmesi ile hedonizmden uzaklaşmıştır.

2.3. Hedonistik İktisadı Destekleyici Makroekonomik Okullardaki Son Gelişmeler

2001 yılında George Akerlof'un Nobel Ekonomi Ödülü'nü alması ile çalışmalarında makroekonomik konuları davranışsal iktisat ögeleri ile incelemesi oldukça önemli olmuştur. Bu çalışmalarından sonuncusu ise, 2008 krizini Keynes'in hayvani güdüler kavramı ile tanımladıkları çalışmasıdır. Bu çalışmasında, insan psikolojisi ve krizler arasındaki bağlantıya odaklanmışlardır. İkinci nesil Davranışsal iktisatçılar arasında sayılan Akerlof gibi, varolan ekonomik modeller çerçevesinde alternatfilerin değerlendirildiği günümüzde deneysel iktisat ve nöroiktisadın da varolan okullar üzerinden çalışmalarını gerçekleştirmesi de hedonistik iktisatın ve kullanım değeri kavramı çerçevesinde faydanın ölçümlenmesine odaklanmıştır.

2.3.1. Davranışsal İktisat Kavramının Tanımı

Gün geçtikçe değişen ve bütünleşen bilimlerden birisi olan iktisat bilimi de, son yıllarda oldukça kapsamlı ve değişik farklılaşmalarla kendisini değiştirmektedir. Bu kapsamda, bu değişimler davranışsal iktisat, deneysel iktisat ve nöroiktisat olarak ana başlıklarda ifade edilebilmektedir. İktisat biliminin ana alt dallarından olan mikroekonomi çeşitli unsurlara göre şekillenmektedir. Mikroekonomi, tüketici davranışlarına, bütçe kısıtı ve fayda maksimizasyonu ilkeleri çerçevesinde ulaşılabilme durumlarını incelemektedir. Klasik ekonomide tüketici davranışlarının incelenmesi için temelde iki varsayım bulunduğu kabul edilmektedir(Ferguson, 1968: 13-14). Bu vasayımlar aşağıda yer almaktadır :

1.Tüketiciler, tükettikleri ürünler konusunda eksiksiz bilgiye sahiptirler.

2.Tüketicilerin faydalarını maksimum yapabilecekleri bir tüketim fonksiyonları bulunmaktadır. Yeni iktisadi perspektifler ve özellikle Dvaranışsal İktisat, fayda kavramı üzerinde durmaktadır. Fayda kavramı üzerine yapılan tartışmalar iktisat bilimi içerisinde önemli bir kısmı ifade etmektedir. Hatta iktisatçılar, fayda kavramının ölçülüp ölçülemeyeceğine dair aralarında kardinalistler ve ordinalistler olarak ayrılmışlardır.

2.3.1.1. Davranışsal İktisatın Diğer Disiplinler İle İlişkileri

Davranışsal iktisadı anlamak için, öncelikle geleneksel iktisadın en önemli kabullerinden birisi olan rasyonel insanı anlamak gerekir. Rasyonel davranan insan, aldığı kararlarda fayda maliyet analizini yapan, bilgi ve teşviklere inanç ve beklentilerinin dışına çıkmadan tahmin edilebilir cevaplar veren ve böyle yaparak kendi faydasını ve mutluluğunu arttırmak amacı güden bir oyuncudur. Geleneksel teorinin rasyonel insan varsayımı sayesinde teori, karmaşık 53 olmayan, tahmin edilebilir ve de matematiksel modellerin sıklıkla kullanıldığı bir yapıya kavuşmuştur. Ancak gerçek hayata baktığımızda insanların, rasyonel davranmadığını anlamak çok zor değildir. İnsanlar duygusaldır, tam bilgiye sahip değildirler ve çoğu zaman fayda maliyet analizi yaparak karmaşık bir sürece girmek yerine kısa yollara başvurabilirler (Akın ve Urhan, 2010: 9-28).

2.3.1.2. Klasik İktisat ve Davranışsal İktisat Arasındaki İlişki

Davranışsal iktisat terimine isim verilmesinin, 1960'lı yıllarda başladığı

düşünülmektedir. Ancak kavramın terimsel uzanımı, yüzyılın başlarına kadar gitmektedir. Klasik iktisat teorisine göre bireyler, ekonomik insan modeline tam bağlı olarak, faydasını ençoklayan varlıklar olarak ifade edilir. Fayda kavramını en başa alan ordinal ve kardinalcilere göre fayda ençoklaması tüm süreçlerde görülmektedir. Geleneksel olarak niteleyebileceğimiz bu teoride ve okulda, insanın sosyal, toplumsal ve değişken psikolojik faktörlerine önem verilmeden varsayımlar ortaya sürülmüştür. Davranışsal iktisat işte bu noktada, bir tepki olarak geleneksel düşünceyi baz alan yaklaşımlara karşı çıkarak ortaya çıkmış ve iktisadi teorilere karşıdan yaklaşırken iktisadın gücünü artırmaya çalışmıştır. Analizlerine psikolojiyi de katarak, yolunu çizen bu iktisat yorumuna psikoloji ve iktisat biliminin bir karışımı olarak da bakılmaktadır. Davranışsal İktisadın ortaya çıkış nedenleri olarak aşağıdaki nedenle öne sürülebilmektedir:

1. Gerçek hayatta gözlemlenen insan davranışlarının çok yönlü olabilmesi
2. Sadece rasyonalite varsayımına dayandırılarak yapılan analizlerin yeterli gelmemesi
3. Bireylerin tutum ve davranışlarının değişimler göstermesi
4. Yapılan birçok çalışmada, bireysel davranışları belirleyen temel faktörlerin; akıl, alışkanlık, taklit ya da sosyal normlar olduğu gözlemlenmiştir.
5. Psikologlara göre bireylerin "homoeconomicus" değil "homopyschologicus (psikolojik insan)" olarak tanımlanması,
6. "Homoeconomicus" kavramının anlamsal gücünü kaybetmesine yol açan birçok olgunun ortaya çıkması

2.3.1.3. Neoklasik İktisat ve Davranışsal İktisat Arasındaki İlişki

Davranışsal iktisatçılar, psikoloji biliminden aldıkları destekle, teorik analizler ve modeller üretmişlerdir. Davranışsal iktisatçılar, öne sürdükleri iktisadi modellerin ve teorilerin açıklayıcılıklarının ve tahmin gücünün, geleneksel iktisat teorisinde yer alan modellerden daha iyi olduğunu iddia etmektedirler. Fakat davranışsal iktisatçılar, neoklasik teoriyi ve temel temel varsayımlarını tümden reddetmemektedir. Çünkü davranıssal iktisatçılara göre, neoklasik yaklasım nerdeyse tüm iktisadi davranışlara uygulanabilecek genel bir teorik çerçeve sunmaktadır(Cameer and Loewenstein,2005: 3). 1950'li yılların ikinci yarısından sonra rasyonel insanı eleştiren ve sorgulayan bilim

insanları arasında Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin karar alma hakkında yapmış olduğu çalışmalardan sonra davranışsal iktisada olan ilgi ve yaklaşım değişmiştir. Psikoloji profesörü olan Daniel Kahneman'ın, iktisat ve psikoloji arasında köprü ve çığır açan bir konumda olması ile oldukça eskiden bu yana deva eden İktisat ve Psikoloji arasındaki ilişki başka bir boyuta ulaşmıştır.

2.3.1.3.1. Davranışsal İktisatın Doğuşu

Davranışsal iktisat terimi de ilk defa bu dönemde 1958 yılında kullanılmıştır(Angner and Loewenstein, 2006 : 645). Eski davranışsal iktisatçılar olarak isimlendirilen George Katona, Harvey Leibenstein, Tibor Scitovsky ve Herbert Simon'ın yayınlamış olduğu kitaplar büyük bir ilgi uyandırsa da asıl beklenen etkiyi oluşturamamışlardır.1960'lı yıllarda davranışsal iktisat çalışmaları yoğunlaşmıştır. Ancak asıl kırılma noktası ise 1979 yılında "Econometrica" dergisinde yayınlanan "Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Alma (Prospect Theory: Decision Making Under Risk)" isimli çalışmadır. Bu çalışmada, beklenen fayda teorisinin temel aksiyomlarının ihlali ve bu ihlallerin altında yatan psikolojik faktörler iktisadi dilde ele alınmıştır.

2.3.1.3.2. Davranışsal İktisadın Temel Araştırma Konuları

Davranışsal iktisat; bireylerin karar alma mekanizmalarını ve tercihlerini incelemektedir. İnsanların karar alma süreçlerindeki farklılık meydana getiren davranışlarını inceleyen davranışsal iktisat, hangi koşullarda rasyonaliteden sapıldığını psikoloji biliminden de yararlanarak açıklamaya çalışır. Davranışsal iktisat alanında son yıllarda yapılan çalışmalar, oyun teorisi ve finansal piyasalarda davranışsal iktisat prensiplerinin uygulamalarında kullanılmaktadır.

2.3.1.3.2.1. Karar Alma Mekanizmaları

Bireylerin karar alma süreçleri, İktisat Biliminin başlıca ele aldığı konulardandır. Mikroiktisat birey tabanlı girişimleri ele alırken, Neoklasik iktisadın genel varsayımlarından olan çıkar peşinde koşma ve rasyonalite ilkesi ile hareket ederler. Rasyonaliteyi, kıt kaynaklarını optimum kullanarak süreçlrini maksimize eden sistematikleşmiş karar alma olarak tanımlayabiliriz.

Karar verme ise, alternatifler arasında veya yokluğunda tercihte bulunma demektir. Bu noktada, karar verme tercihleri gerçekleştirmeden önce, arka planı olan bir

süreci de ifade etmektedir. Günümüz bilimlerinde Sistem teorisinin de etkisiyle, bireyin kendisi de açık bir system olarak Kabul edildiğinden, dışsal olarak nitelendirilebilecek birçok faktör insan davranışlarını ve karar alma süreçlerini kökten etkilemektedir. Bireylerin kişisel faktörlerinin yanısıra, içerisinde bulunduklar oda ortamı, vücut sıcaklıkları dahi bu kararları etkilemektedir.

Karar alma süreçleri, geleneksel olarak nitelendirdiğimiz İktisadi okul içerisinde ilk defa Von Neumann ve Morgenstein tarafından 1944 yılında ortaya konulurken, 1953 yılında Savage tarafından geliştirilen beklenen fayda teorisi (Expected Utility Theory) ile Süreçler daha da aydınlatılarak ortaya konmaya çalışılmıştır. Neoklasik İktisat geliştirilen bu modeli, referans model olarak fayda modeli kabul etmiştir.

Karar almanın karmaşık doğası birçok kez araştırmalara konu edilmeye çalışılsa da, Kahneman'ın öncülüğünde sorgulamalar yapılmaya başlanmış ve rasyonaliteden sapmaların olduğu anomaliler Bilim Dünyasınca tespit edilmiştir. Gerçek hayatın karmaşık doğasında, karar birimlerinin maceralı ve olasılık kuralları içerisinde hareket etmemeleri birleştiğinde Kahneman'ın karar alma süreçlerine yaptığı katkı daha iyi anlaşılabilecektir. Neoklasik İktisadın referans modeli olan, Beklenen Fayda Teorisi'nin temel aksiyomlarının ihlali Maurice Allais tarafından ortaya konulmuştur. İsmine atfen Allais Paradoksu denilen modelde deney şu şekilde gerçekleşmiştir:
Allais bir deney gerçekleştirir: Deneklerden aşağıda detayları yer alan seçeneklerden birisisni seçmesini istemiştir. Seçenekler :

A. Kesin olarak 100 milyon (frank),
B. %10 olasılıkla 500 milyon (frank) kazanç, %89 olasılıkla 100 milyon(frank) kazanç, %1 olasılıkla "0" kazanç,
C. %11 olasılıkla 100 milyon (frank) kazanç, %89 olasılıkla "0" kazanç,
D. %10 olasılıkla 500 milyon (frank) kazanç, %90 olasılıkla "0" kazanç.

Allais'in kurduğu modele ilk bakıldığında, beklenen fayda teorisinin formulasyonuna göre denek, A ve B seçenekleri arasında arasında kaldığında B durumunu seçmelidir. Beklenen fayda teorisine göre bir hesaplama yapıldığında denek : B seçeneğini A'ya tercih eder: $(100*1 < 0.1*500+0.89*100+0.01*0)$.

Allais gerçek hayatta ise, A ve B seçenekleri arasında kalan deneklerin A'yı seçeceklerini düşünmektedir. Yine beklenen fayda teorisine göre hesaplama yapıldığında, denek C ve D seçenekleri arasında kaldığında, bu defa gerçek hayatta

Allais C seçeneğinin tercih edilmesini beklerken D seçeneğinin tercih edilmesi gerekliliği Teorice ileri sürülmektedir. Bu basit akıl yürütme ise, Beklenen Fayda Teorisinin sunduğu varsayımlar ve aksiyomlar konusunda şüpheye düşülmesine neden oldu. Ortaya gerçek hayatta seçilmesi yüksek ihtimalli seçenekler yerine kağıt üzerinde mantıksız seçenekleri seçme arasında kalan, "Allais Paradoksu" ortaya çıktı. Maurice Allais gerçekleştirdiği çalışmaları sonucunda, 1988 yılında Nobel İktisat Ödülünü kazandı. Kahneman ve Tversky ise gerçekleştirdikleri çalışmalarında, belirsizlik hallerinde bireylerin kararlarında sistematik sapmalar tespit etmişlerdir. Bu duruma ek olarak, karar almanın basitleştirilemeyecek kadar complex olduğu Kahneman'ın ve Tversky'nin deneylerinde, brçok kestirme yol (höristik) kullandıkları da ortaya konulduğunda söylenebilmektedir. Örneğin; ilk tespit ettikleri höristik, temsilciliktir ve insanların karar almalarında oldukça etkili olduğu savunulur(Tversky ve Kahneman,1973: 207-232). D. Kahneman'ın ve arkadaşlarının araştırmaları, Neoklasik İktisadın referans modeli olan, Beklenen Fayda Teorisi'nin temel aksiyomlarının ihlali ile Bu Teoriyi çeşitli eleştirilere maruz bırakmış ve İktisat Teorisyenlerini yeni teoriler bulmaya itmiştir.

2.3.1.3.2.2. Risk Altında Karar Alma : Beklenti Teorisi

Yeni bir model arayışı içerisinde olan Psikologlar Daniel Kahneman ve Amos Tversky, Beklenen fayda Teorisi'nin karşısına alternatif bir model olarak Beklenti Teorisini 1979 yılında ünlü eserleri "Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Alma Analizi "nde birçok farklı örnekle ortaya koymuşlardır. Risk üzerinde oldukça fazla duran bu teoride, karar alma mekanizmalarının risk altındaki ilerleyişi ile ilgili modellemeler yapılmıştır. Örneğin; Beklenen fayda teorisinin önemli aksiyomlarından birisi olan " sonuçların faydaları, olasılıkları ile ağırlandırılır."ın bireylerin risk altındaki seçimlerinde birden fazla bir şekilde hangi yöntemlerle ihlal edildiğini göstermişlerdir. Beklenti teorisini, geleneksel iktisadın sıkı ve katı kurallarına karşı geliştirmişlerdir. Eserlerinde - "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk" Econometrica – sıklıkla çeşitli problemler öne sürerek beklenen fayda teorisinin geçersiz kılındığı durumlar ortaya konulmuştur. Karar verme süreçlerini iki aşamaya ayıran Kahneman ve Tversky, ilk aşamayı uygun referans noktasını saptamak, ikinci aşamayı ise alınan kararın sonucu referans noktasını geçerse kazanç, referans noktasının altında kalacağı yere kayıp diyerek isimlendirmişlerdir.

Kahneman ve Tversky'e göre karar süreci:

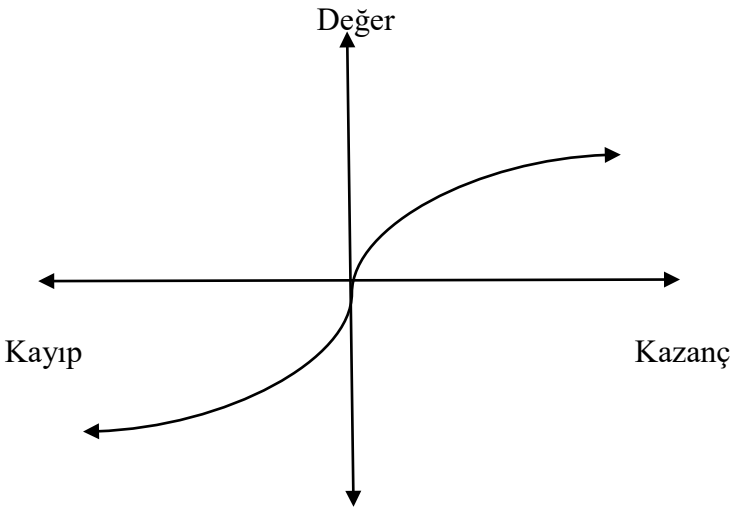
Tablo 6

Kahneman ve Tversky'e Göre Karar Süreci

1. Aşama	**Karar vermek/almak için uygun referans noktasını saptamak**
2. Aşama	Alınan kararın sonucu referans noktasını geçerse KAZANÇ, Alınan kararın sonucu referans noktasının altında ise KAYIP

Beklenti Teorisi ve Beklenen Fayda Teorisi arasında farklar bulunmaktadır:

1. Kahneman ve Tversky için değer fonksiyonu önemlidir.
2. Beklenti Teorisi, servetteki değişimler ile ilgilenir.
3. Beklenen Fayda Teorisi ise, servetin son değeri ile ilgilenir.
4. Beklenen Fayda Teorisinde, fayda fonksiyonu düz ve konkav bir fonksiyondur.
5. Beklenti Teorisinde, değer fonksiyonu "S" şeklindedir. Kazançlar için değer fonksiyonu konkav, kayıplar için değer fonksiyonu konvekstir.
6. Beklenti Teorisi, tümevarım yoluyla geliştirilmiştir.
7. Kahneman ve Tversky'e göre, rasyonel davranışları formule etmek için beklenen fayda teorisi, fiili davranışları formule etmek amacıyla beklenti teorisi kullanılmalıdır.



Şekil 4. Beklenti teorisi'nde değer fonksiyonu (S şeklinde)

Kaynak : Kahneman and Tversky: Prospect Theory:An Analysis of Decision Under Risk, s.279

Sonuç olarak, D. kahneman ve A. Tversky'nin ortaya sunduğu bakış açıları, İktisat Bilimine yeni ufuklar ve perspektifler kazandırmıştır. Teorilerindeki eksiklikleri gidermek üzere ikili, daha sonra "Kümülatif BeklentiTeorisi"ni geliştirmişlerdir(Tversky ve Kahneman, 1992:297 – 323**).**

2.3.1.3.3. I. Nesil Davranışsal İktisatçılar

İktisat ve psikoloji, psikoloji biliminin sınılarını genişletmesi ile yakınlaşmıştır. Davranışçı okulun egemen olduğu bu yıllarda bireylerin tepkileri farklı uyarıcılara karşı incelenmiş, bilişsel süreçler ise ihmal edilmiştir. Davranışsal okul bu dönemde sadece gözle görülen davranışların çıktılarına odaklanmışken, aklın birey davranışlarına olan etkisi gözardı edilmiştir.

I. Nesil Davranışçılar ana akım iktisadı eleştirerek, geliştirilmiş model ve varsayımlara homoeconomicus bağlamında gerçekleşmeleri nedeniyle karşı durmuşlardır. Bu dönemdeki İktisatçıların ortak özelliği, psikolojiyi araş olarak kullanarak ana akım iktisadın modelinin yerine geçebilecek bir model kurgulamaktır(Ester, 2015:7). İktisat ve psikolojiyi yakınlaştıran bu dönemde dört ana okul iktisada katkıda bulunmuştur: Bu okullar; Carneige Üniversitesi, Michigan Üniversitesi, Oxford Üniversitesi, Stirling Üniversitesi'dir.

Aşağıda detaylı bir biçimde I. Nesil davranışsal iktisatçıar ve aralarında en çok iz bırakan George Katona ve Herbert Simon'In çalışmaları verilmiştir. Michigan Okulunu George Katona, Carnegie Okulunu Simon temsil etmektedir. Buna karşın,Stirling Okulu entegrasyon ve felsefik tabanları üzerine odaklanmıştır. Bu dönemde yer alan diğer I. Nesil temsilcileri ise Donald McLean Lamberton (1927-.), Peter Earl, Tibor Scitovsky (1910-2002), Harvey Leibenstein (1922-1994) olarak sayılabilmektedir(Camerer ve Loewenstein, 2004: 6; Sent, 2004: 740-741).

2.3.1.3.3.1. Katona'nın Psikolojik İktisadı

Katona (1901-1981) İktisat ile psikolojiyi yakınlaştırarak, anaakım iktisadi modele alternatif arayan dönemde Michigan Okulu'nun en önemli temsilcisidir. Psikoloji aracı edilerek tüketici davranışları ve tüketim makroekonomik bağlamlarda açıklanmaya çalışılmıştır(Katona, 1947: 454-459). George Katona yaptığı çalışmalar ile Davranışsal İktisadın babası sayılmaktadır. II. Dünya Savaşı yılları sırasında enflasyon üzerine araştırmalar yapan Katona, Amerika Merkez Bankası (FED) öncülüğünde 1940-1960 yılları arasında yürütülen Tüketici Finansmanı Araştırması'nda görev almış ve enflasyon oranını tahmin edebilmenin yolunun enflasyon beklentilerini ölçmekten geçtiğini iddia etmiştir. 1951 yılında yayınlanan "Ekonomik Davranışın Psikolojik Analizi" adlı eserinde ekonomik süreçlerin insan davranışları ile gözlemlenecebileceğini ifade etmiştir. Katona, çalışmalarında psikoloji olmadan iktisadın eksik olduğunu ifade ettiği gibi, iktisat bilimi olmadan psikoloji biliminin de var olamayacağını iddia etmiştir.

2.3.1.3.3.2. Simon'un Sınırlı Rasyonali

Carnegie Okulu ise Michigan Okulundan sonra davranışsal okulun amaçları için en fazla uğraş veren okullardandır. Simon (1916-2001) ve ekibi, mikroekonomi tabanından yaklaşarak, Katona'nın aksine makroekonomik konuları incelememişlerdir. Bu dönemde daha çok sınırlı rasyonalite ve belirsizlik konularına eğilmişlerdir. İlk ortaya konulduğunda değer verilmemiş olsa da ilerleyen yıllarda "sınırlı rasyonellik" kavramı davranışsal iktisadın dayandığı temellerden birisi haline gelmiştir(Ruben ve Dumludağ, 2005:21). Simon, zaman ve karmaşıklık, insan etkileşimleri, bilinçaltının kullanılması nedeniyle insanların ekonomik insan (homoekonomikus) olamayacağını ileri sürmüştür. Kısıtlı rasyonalite, belirsiz durumlarda bireylere yardımcı olan

olasılıkları değerlendirirken rasyonaliteyi sınırlayan ve davranışları değerlendiren bir kutu gibidir. Kısıtlı rasyonaliteye gerek duyulmasının nedenleri ise, dört maddede Conlisk tarafından ifade edilmektedir :

1. Psikoloji ve iktisat arasında kısıtlı bir rasyonalliğin olduğuna dair birden çok ilişki bulunmaktadır.
2. Kısıtlı bir rasyonallik dahilinde incelenen davranışlar daha tutarlı sonuçlar vermektedir.
3. Kısıtlı rasyonallik iktisatçılara değerlendirmelerinde bir alternatiflik tanımıştır.
4. Kısıtlı rasyonalliğin savunulmasını güçlendiren bir diğer neden olarak da insanın irade yeteneğinin kısıtlı olması yer almaktadır. Bu duruma örnek olarak, arkadaşları yemek yerken aç olmasa dahi yemek yemek ve sigara içmek verilmektedir (Robinson ve Hammitt, 2011: 3).

Kısıtlı rasyonallik teorileri, insan beyninin işleyişi hakkında Neoklasik İktisattan daha farklı bir yöntem kullandığını savunduğu insanı, içgüdülerini ve akılcı düşünce yapısını kullandığı bir ayrımla sınıflandırarak ifade etmektedir. İçgüdüsel sistem aktiviteleri kendiliğinden gerçekleştiren, akılcı sistem ise düşünce ve denetim gerektiren bir düşünce sistemleri topluluğudur. Buna karşın insanların davranışlarının temel nedenleri ve ksıtlı rasyonal aktiviteler üzerinde de anlaşılmalarının daha kolay olması için gerçeğe yakın araştırmalar yapılması önem arz etmektedir. Simon, rasyonalite kavramında sınıflandımalar üzerine çalışmalar yaparken, kısıtlı rasyonalite kavramının insanın sınırlı irade yeteneği ve bilişsel gücüne atıf için geliştirildiğini öne sürmektedir.

Davranışsal iktisat perspektifinin sıklıkla kullandığı kısıtlı rasyonalik kavramından bahsetmeden hemen önce standart kısıtlanmamış rasyonaliteye ilişkin önemli aksiyomlar ve varsayımların çizilmesi gerekmektedir. Wilkinson ve Klaes (2012)'in çalışmalarına göre standart modele ilişkin aksiyom aşağıda yer almaktadır:

1. Mal sepeti tüketicilerin kararlarını verirken kullandığı temel karar verme aracıdır. Tüketici kararlarını mal sepetinden ürün ve hizmetleri seçerek gerçekleştirmektedir. Tüketici bu noktada karar verirken, kararsız kalmaz. Bu aksiyoma bütünlük aksiyomu denilmektedir. .Mal sepetinden ürün ve hizmet tercihinde bulunacak olan bireyin karşısında iç temel durum gözlenmektedir. A

sepetini B sepetine tercih etmek, B sepetini A sepeti yerine tercih etmek ve A ve B sepetleri arasından hiçbirini seçmemek.

2. Geçişlilik aksiyomuna göre ise, iki farklı sepette A malı veya hizmeti B malı veya hizmetine karşın tercih edilirken B malı veya hizmeti de C malı veya hizmetine karşı tercih edilmekte iken A malı veya hizmeti de C malı veya hizmetine karşı tercih edilmektedir.
3. Yansıma aksiyomuna göre ise, mal sepetlerinin her biri diğerleri kadar iyi olmalıdır.
4. Açıklanmış tercih aksiyomuna göre ise, A sepetinin B sepetine karşı dolaylı veya dolaysız bir biçimde tercih edildiği açıklanmış ise B sepetinin de bu durumda A sepetine karşı dolaylı ya da dolaysız bir biçimde tercih edileceği açıklanmıştır.

Wilkinson ve Klaes (2012)'in çalışmalarına göre standart modele ilişkin varsayımlar da aşağıda yer almaktadır:

1. A ve B malı her defasında aynı tüketim fonksiyonu içerisinde yer aldıklarında süreklilik oluşacaktır. Bu varsayıma süreklilik varsayımı denilmektedir.
2. A ve B malı arasında hangisi daha çokluk gösteriyorsa o tercih edilecektir. Bu varsayıma ise doyumsuzluk varsayımı denilmektedir.
3. Bireylerin amacı fayda maksimizasyonudur. Bu kapsamda tercihler arasında durağanlık ve iyi tanımlılık bulunmaktadır.
4. Birey kendi faydasını düşünmektedir. Diğer bireylerin faydalarını göz önüne almamaktadır.
5. Bireyler Bayes'in teorisinin olasılıklarını sürekli uygulayan insanlardır. $P(\ A$ o $B) = (P(\ B$ o $A))\ P(A))/P(B)$
6. Bugünün getireceği hazlar, yarının hazlarına karşın tercih edilmektedir.

2.3.1.3.4. II. Nesil Davranışsal İktisatçılar

İkinci nesil davranışsal iktisadın ortaya çıkışında yapmış olduğu çalışmalarla önemli katkılarda bulunan iki isim hiç şüphesiz ki Amos Tversky ve Daniel Kahneman'dır. İkinci nesil içinde değerlendirilen ve her geçen gün yeni çalışmalarıyla davranışsal iktisada katkıları artan, Sendhill Mullaithan, David Laibson, George

Loewenstein, Colin Camerer, Matthew Rabin gibi pek çok isim de yine ana akımdan sapmalar ve anomalileri tespit etmenin yanında, bunları formüle etmek ve test etmeye yoğunlaşmaktadırlar.

İkinci nesil davranışsal iktisadın birinci nesil davranışsal iktisattan en önemli farkı Kahneman ve Tversky'in yapmış olduğu çalışmalarda kyer almaktadır. Birinci nesil, anaakım iktisadi modellerin reddine ve alternatif modeller üzerine yoğunlaşırken, ikinci nesil davranışsal yaklaşımda ise geleneksel iktisadın ana yapısı muhafaza edilerek bilişsel kısıtlara ve sapmalara yönelik varsayımlar yenilenerek alternatif teoriler ile açıklanmaya çalışılmıştır(Ruben ve Dumludağ, 2015b: 43).

2.3.1.3.4.1. Kahneman ve Tversky, Bilişsel İktisat

Daniel Kahneman ve Amos Tversky, psikolog olmalarının yanında, iktisada katkılarıyla bilinmekte ve aynı zamanda, 2002'de yargılama ve belirsizlik altında karar verme alanında geliştirdiği teoriler ve iktisatla psikolojiyi bir araya getiren çabaları dolayısıyla Nobel Ödülü alan Kahneman'la (1996'da Tversky, hayatını kaybettiğinden tek başına ödülü almıştır) iktisat için yeni bir dönem ve çalışma alanı açılmıştır. Bu iki bilişsel psikolog, bireylerin belirsizliği nasıl değerlendirdiği, kendi inanç ve düşüncelerini nasıl değiştirdiği ve nasıl karar aldıkları konuları hakkında sadece psikolojiyi ve iktisadı değil tıp ve hukuku da ilgilendiren biliş ve bilişsel yanlılıklar üzerine geniş bir çalışma programı sunmuşlardır. 1974'te bilişsel kısa yolları hakkında, sonrasında da Prospect –Beklenti Teorisi üzerine çalışmalar yürütmüşlerdir. Psikolojiyle iktisadı birleştiren ve belirsizlik altında karar verme ve değerlendirme sürecine ışık tutan teorileri ve davranışsal iktisadı canlandırmaları neticesinde Beklenti Teorisi ve psikolojik açıklamaları, ilgi çekmektedir. Sanılanın aksine rasyonel olmayan bireyler ve kurumlar, özellikle aşırı güvenleri nedeniyle ya da sayesinde, üstlendikleri riskin ya farkında olmamakta ya da yanlış hesaplamaktadırlar. Kahneman' a göre bu hezeyanlı iyimserlik kapitalizmin motorudur. Saygın akademik dergilerden ''Econometrica'' nın en çok atıfta bulunulan ikinci makalesi ''Prospect Theory; An Analysis of Decision Under Risk'' le her geçen gün alana ilginin arttığı da anlaşılmaktadır. (Clift, 2009:4-5) 1950'li yıllarda Beklenen Fayda Teorisi'nden sapmaları ifade eden Allais'e rağmen henüz psikolojik ve iktisadi açıklamalar, birbirinden ayrıydı. Bu yıllarda, beklenen fayda teorisi iktisat için pozitif, psikoloji içinse normatif olarak görülüyordu. Yine psikolojide karar teorileri normatif olarak değerlendirilirken, sadece yeni bilginin ve

belirsizliğin olduğu durumlarda, bireylerin normatif olandan sapacağına kanaat getirilmekteydi. 1960'lı yıllarda, Kahneman, ağırlıklı olarak hayal gücü ve öngörünün psikofizik bağlantıları ile anlam farklılıkları, programı üzerinde çalışmaktaydı. Çalışmaları, bireylerin bir teşvik karşısında bunu nasıl algıladıkları ve ne gibi algısal hataların ortaya çıktığı üzerineydi. Aynı yıllarda, Tversky ise güçlü matematiksel altyapısı ile hem normatif hem de betimleyici olarak beklenen fayda teorisini incelemekteydi. Normatif fayda teorisinin betimleyici değerine dair ampirik araştırmalarına devam etmekte ve varsayımları en uygun şekilde formule eden matematiksel yapı üzerine düşünmekteydi. İki bilim insanı, çalışmalarını bir araya getirerek öncelikle, karar teorisi üzerine psikoloji deneyimlerini daha gerçekçi dünyaya yönlendirmişlerdir. Normatif ve betimleyici karar alma teorilerinin aralarında açılan farklılaşma, gerçek verilerle çalışılarak, teori üzerinde deneyimleri artırırken, sistematik sapmalar, daha çok Kahneman'ın algısal hatalarına götürdü. Böylece, Beklenti Teorisi'ni kurgulayarak, temsil edilebilirlik, ulaşılabilirlik, statükoculuk gibi bilişsel etkileri ve bireylerin, kazanç ve kayıp olarak belirli bir referans noktasına göre belirledikleri çıktıyı, kazanç durumda, nasıl riskten kaçınırken, kayıp durumunda risk sever davrandıklarını tespit ederek, davranışsal iktisat ve genel olarak iktisat adına öncü konumlarını sürdürmektedirler.

Tversky ve Kahneman'ın 1974'te Science dergisinde bireylerin belirsizlik altında nasıl karar verdiklerini inceledikleri çalışmaları oldukça önemlidir. Hemen ardından Kahneman ve Tversky, 1979 yılında iktisat alanında yayın yapan önemli dergilerden biri olarak kabul edilen Econometrica dergisinde yayınlanan "Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Alma" isimli makalelerinde, beklenen fayda kuramının problemlerini açıklarken, kısa yollar ve bilişsel yanlılıklar gibi kavramlardan yararlanılmış olması, davranışsal iktisada farklı bir boyut kazandırmıştır. İkinci olarak Kahneman ve Tversky 1979 ve 1992 yıllarındaki çalışmalarıyla beklenen fayda teorisinin neden başarısız olduğunu ve alternatif bir model olan beklenti teorisini geliştirerek, insanların risk altında aldığı kararların bireyin şimdiki durumuna (statüko) ve referans noktasına bağlı olduğunu açıklamaya çalışmışlardır. Son olarak Tversky ve Kahneman 1981 ve 1998 yıllarındaki çalışmalarıyla çerçeveleme etkisini araştırarak, çerçeveleme tuzağının insan tercihlerini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuştur (Ruben ve Dumludağ, 2015b: 44).

2.3.1.3.4.2. Thaler, Akerlof ve Diğerleri

2001 yılında Nobel konuşmasında asimetrik bilgiyi kullanan George Akerlof, Keynes'İn de altını çizdiği hayvansal güdüler ile anaakımdan sapmaları makroekonomik düzeyde incelemiştir. 2008 krizini, insan psikolojisi ve hayvansal güdüler ile tanımlamışlardır (Akerlof ve Shiller, 2010:16).

İkinci nesil davranışsal iktisada önemli katkılarda bulunan bir başka önemli isim Richard Thaler'dir. Thaler, piyasa yatırımı, karar alma, finansal piyasalar gibi önemli konularda geniş çaplı araştırmalar yaparak davranışsal iktisadın öneminin anlaşılma sürecini hızlandırmıştır. Thaler, 1980 yılında yapmış olduğu çalışmada fırsat maliyeti, batık maliyet gibi tüketiciyi rasyonaliteden uzaklaştıran konular üzerine yoğunlaşarak davranışsal iktisada önemli katkılarda bulunmuştur. Ayrıca Thaler, bireyin tatmin edici kararlar alırken, duygularının daha etkili olduğunu, beklenti teorisi ile zihinsel muhasebeyi birleştirerek açıklamaya çalışmıştır.(Eser ve Toigonbaeva, 2011: 299-300). Davranışsal iktisat açısından bir başka önemli isim 2001 yılında Nobel ödülü alan George Akerlof'tur. George Akerlof, Nobel ödülünü kendisi gibi eksik bilgi altında piyasaların nasıl işlediği konusunda çalışmalar yapan Michael Spence ve Joseph Stiglitz ile paylaşmıştır. Akerlof, Nobel ödülü alırken "Behavioral Macroeconomics and Macroeconomics 71 Behavior" başlıklı konuşmasında adil olma, kimlik, parasal aldanma, kayıplara tepki gibi davranışsal iktisadın önemli kavramlarına değinmiş, bu kavramların toplumdaki yoksulluğu ve iş çevirimlerini anlamak için önemli olduğundan bahsetmiştir. Ayrıca Akerlof, makro iktisadın davranışsal iktisadın üzerine inşa edilerek, daha sağlam temellere dayandırılmasının gereğine dikkat çekmiştir.

2.3.1.3.5. Harvey Leibenstein ve X-etkinliği Teorisi

Davranışsal iktisat alanındaki öncülerden olan Harvey Leibenstein, 1966 yılında yayınladığı çalışmasında firmaların verimsizliklerine, "X-etkinsizliği" olarak anılan farklı bir bakış açısı sunmuştur. X-etkinsizliği, girdilerin maksimum etkinlik değerine ulaşılamamasıdır. Geleneksel iktisat teorisine göre tüm diğer koşullar sabit ve işletmeler arasında tam rekabet söz konusu iken işletmelerin maliyetlerini minimize ederek maksimum çıktıyı elde ettikleri kabul edilmiştir (Rozen, 1985: 661). Geleneksel iktisat teorisinde temel, en küçük karar alma birimi işletmelerdir. Yani işletmelerin kendi içindeki ve farklı işletmelerle olan ilişkileri etkinlik değerlendirmelerinde dikkate alınmamaktadır. Leibenstein, X-etkinsizliği yaklaşımında işletmelerin etkinliği

hesaplanırken işletme çalışanlarını da dikkate almak gerektiğini söylemiştir. Çünkü işletmelerde etkinliğin yeterli seviyelere ulaşamamasının nedenleri arasında bireylerin çıkarları, amaçları arasındaki çatışmalar ve farklılıklar bulunmaktadır. (Leibenstein, 1966: 406-407). Firmaların iç optimum dengelerini neden sağlayamadıkları sorusuna odaklanan Liebenstein, X etkinsizliğinin nedenleri arasında tamamlanmamış işgücü mukaveleleri, üretimde kullanılan bütün girdilerin piyasa fiyatlarının olmaması ve her alıcının eşit piyasa şartlarına sahip olmaması kavramlarını göstermektedir.

2.3.2. Deneysel İktisat Kavramının Tanımı

Test ve deney tekniğini İktisat'a getiren deneysel İktisatçılar açıkcası Disiplinlerarası çalışmalar ve insan fizyolojisi üzerine hararetlenen bilimsel yayınlardan alınan cesaretle, özellikle 2002 yılında önde gelen İktisatçılardan Vernon Smith'in Nobel İktisat Ödülü'nü alması ile oldukça önem kazanmıştır. Deneysel İktisat, öncülleri gibi ihmal edilen insanı ve İnsan psikolojisini çalışmalarına katarak, aslında bir nokta da davranışsal iktisatın önermelerini ve teorilerini labaratuar ve saha deneyleri ile test etmeye çalışmaktadır. Önem ve çalışmaların hız kazanması 2002 yılı ve sonrasını bulsa da, ilk çalışmalar davranışsal iktisadın temelinin atıldığı 1950 li yıllara rastlamaktadır. Kontrollü ortamlarda yapılan basit deneyler ile bu çalışmalar başlamıştır.

Deneysel iktisadın öncü olarak birçok disiplini birarada uygulama fırsatını sunması ile Bilim insanlarının sosyal bilimlere ve İktisada olan ilgisi de artmaktadır. Deneyi ve test edilmeyi bir araç olarak kullanmayan İktisat bilimi deneysel İktisat ile yeni bir viraja daha girmektedir. Bu durum İktisadi teorilerin ampirik ve görgül yapılarını kuvetlendirirken İnsanı da içine alan matematiksel kanunlar oluşmaktadır. Günümüzün en enerjik İktisadi dallarından biri olan Deneysel İktisat, çeşitli yöntemler kullanarak deney ve test aşamalarını da standardize etmeyi amaçlamıştır. Örneğin, iktisadi deneylerde deneklere para ödemeleri yapılarak, deneyleri evrensel boyutta kurgulamak mümkün olmaktadır. Bir diğer konu ise, bu sayede standartlaşmanın yapılabilir olmasıdır.

2.3.2.1. Deneysel İktisatın Diğer Disiplinler İle İlişkileri

1960lı yıllardan başlayarak, Vernon Smith başta olmak üzere, Charles Plott, Reinhart Selten ve Al Roth öncülüğünde geliştirilen deneysel iktisadi yöntemler büyük bir çoğunluk tarafından da benimsenerek ekonomik analiz ve çözümlemelerde

benimsenerek uygulanmıştır. Günümüzde dünyada ekonomik analiz ve çözümlemeleri incelemek amacıyla kurulmuş olan ikiyüzün üzerinde deneysel iktisat labaratuvarı bulunmaktadır. Deneysel iktisadi analiz ve çalışmalar, süreç içerisinde insanların kimi durumlarda rasyonel insan modeline uygun davranışlar sergilediğini göz önüne sererken, çoğu durumda da psikolojik faktörlerin baskın gelerek duyguların ön planda olduğu kararlar vererek rasyonel insan modelinin öngördüğü modelden sapmaların gerçekleştiği verilere de ulaşılmıştır. Bu kapsamda deneysel iktisat, sosyal seçimlerden makroekonomik modellemelere kadar geniş bir ekonomik konu coğrafyası içerisinde hergeçen gün yerini sağlamlaştırmaktadır.

2.3.2.2. Klasik İktisat ve Deneysel İktisat Arasındaki İlişki

Deneysel iktisat, rasyonellik kabulunun insanı tamamen yansıtmadığını ileri sürmektedir. Oysaki Klasik iktisatta insanlar faydalarını maksimize etmeye çalıştıklarından, modern dönemde faydanın maksimizasyonunun dinamik bir yapıda olduğunun farkedilmesi karar üsreçlerinin deneysel metodlar ile inclenmesini gerektirmiştir. Bu nedenle geleneksel iktisadın mükemmel rasyonel bireyini anlamak için varsayımlara ve matematiksel ifadelere başvurulurken, sınırlı rasyonelliğin anlaşılması için karar vericilerin laboratuvar şartlarında veya gerçek hayat içerisindeki davranışlarını incelemek gereklidir (Akdere ve Büyükboyacı, 2015: 106).

2.3.2.3. Neoklasik İktisat ve Deneysel İktisat Arasındaki İlişki

Deneysel iktisat çalışmalarının gelişiminde ve yayılımında iktisadi analizlerde kullanılmak üzere teknolojinin artan önemi aslında teknoloji ve iktisat arasındaki ayrılmaz bir bütünleyicilik ortamını da yaratmıştır. İlerleyen yıllarda teknolojinin deneysel iktisat çalışmalarının hem merkezinde yer alması hem de kaçınılmaz olarak destekleyici olarak çalışmaların içerisinde yer alması gerçekleşebilmesi yüksek bir ihtimal barındırmaktadır.

2.3.2.3.1. Deneysel İktisatın Doğuşu

Jevons, Menger ve Walras gibi düşünürlerin oluşturduğu kardinal faydacılar faydnın ölçülebileceğini savunurken, Pareto ve Hicks gibi ordinalistler faydanın ancak karşılaştırılabileceiğini iddia etmişlerdir (Dinler, 2000: 29-35). Faydayı ölçebilmek ve karşılaştırabilmek adına, iktisatçılar kişileri ve teorilerin arkasında yatan gerçekleri

araştırıp bulabilmek adına homoekonomikus kavramı kapsamında incelemek ortaya çıkmıştır. Homoekonomikus olarak değerlendirilen tüketiciler, duygusal olarak hiçbir etkileyiciye tepki vermeyen ve faydalarını maksimize etmeye çalışan bir varlık olarak düşünülmüştür. Böylece, iktisat bilimi daha deneysel hale gelmiştir.

2.3.2.3.2. Deneysel İktisadın Temel Araştırma Konuları

Deneysel iktisadın çığır açıcı noktası, İktisadi davranış ile bireyin gözlemlenen davranışı arasındaki eksiklikleri ve farkları tanımlamaya yardımcı olacak bir bildirim süreci sağlamaktır. Bu alandaki ilk çalışma, 1931 yılında aslen bir Psikoloji Profesörü olan Louis L. Thurstone'un Journal of Social Psychology isimli dergide yayınladığı kayıtsızlık eğrileri hakkında deneklerle gerçekleştirdiği deney kabul edilmektedir. Bu çalışma oldukça uzun süren bir zamandan sonra, 1951 yılında Rousseas ve Hart isimli iki İktisatçının çalışması ile hatırlanacaktır. Bu çalışmada, Rousseas ve Hart, Columbia Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğrencilerinden oluşan bir grup deneğe, farklı kahvaltı menüleri arasından seçim yapmalarını istemiştir. Deneklerin seçimlerine göre, Rousseas ve Hart, deneklerin kayıtsızlık eğrilerini oluşturmayı amaçlamışlardır. İktisadi çalışmalarda paranın güdüleme aracı olarak kullanılmasını eleştiren bir kısım biliminsanına karşı, "Faydanın Deneysel Olarak Ölçülmesi - An Experimental Measurement of Utility" isimli ortak çalışma, 1951 yılında İstatistikçi Charles F. Mosteller ve Philip Nogee tarafından gerçekleştirilmiştir. Dört aşamadan oluşan deneyde :

1. Deneklerin oyunlara katılımı, gerçek para ve piyango gibi riskli finansal araçlarla sağlanmıştır.
2. Deneklerin oyunda gerçekleştirdikleri davranışlarından hareketle fayda eğrileri tanımlanmaya çalışılmış.
3. Çizilen fayda eğrilerinden gelecekteki durumlar için çıkarımlar ve tahminler yapılmaya çalışılmıştır.
4. Yapılan tahminler ile gözlemlenen davranışların uyumuna bakılmıştır.

2.3.2.3.2.1. Deneysel İktisatta Kullanılan Metodoloji

Deneysel iktisat, genellikle 3 ana yöntemi kullanarak deneylerini gerçekleştirmektedir.

Bunlar :

1. Labaratuar Deneyleri
2. Saha Deneyleri
3. Online (E-Deneyler)

Labaratuar ortamında gerçekleştirilen deneyler, deneysel iktisadın en çok kullandığı metottur. Bu deneylerde en temel nokta bireylerin karar alma/verme süreçlerinin şematize edilmesidir. Hem teorileri test etmek amacıyla, hem de ekonomik varsayımları denemek amacıyla bu tür deneyler gerçekleştirilmektedir. Dünya'nın önde gelen Üniversitelerinin kimilerinde bu tür deneyler amacıyla deneysel İktisat labaratuarı bulunmaktadır. Labaratuvar deneylerine alternatif olarak geliştirilen saha deneyleri ile deneysel iktisat yaygınlaşma fırsatı yakalamış ve uygulanabilirliği artmıştır.

Saha deneyleri, Deneysel İktisatçılara labaratuar deneyleri ile elde edilen verilerin güvenilirliğini tamamlama ve sorgulama imkanı sağlamıştır. Masada hazırlanan İktisadi teorileri, sahaya indiren saha çalışmaları ile İktisat diğer sosyal bilimleri de cesaretlendirmektedir. Saha deneylerinin doğal ortama yakın olması, labaratuvar deneylerinden farklı bir yönünü ortaya koymaktadır. Labaratuar deneylerinin tekrar tekrar uygulanabilirliği bulunurken, saha deneyleri her defasında biriciktir. Bu nedenle, tekrarlanabilirlikleri çok düşüktür. Şunu belirtmek gerekir ki birbirlerinin açıklayıcılığını artırarak ortak çalışmaları zenginleştiren bu çalışmalara ek olarak bilgi çağının getirdiği, teknoloji kullanıında İnternet Platformalarının bir test uygulama merkezi olarak gelişmesi de yer almaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ile e-deneyler büyük bir oranda artış göstermiştir. Labaratuarların fiziki ortam kısıtından bireyleri kurtararak, kısıtlılığı biraz olsun ortadan kaldırmıştır. E-deneyler ile birden fazla deneğin doğala yakın ortamda gözlenebilmesi de imkan dahilindedir. Müzakere teorisi ve Kamu Malları Oyunlarında deneyler oldukça sık kullanılmaktadır.

2.3.2.3.2.2. İlk Deneysel Çalışmalar

Von Neumann ve Morgenstein, 1944 yılında yayımladıkları "Oyunlar ve İktisadi Davranışlar Teorisi " isimli çalışma, deneysel nitelikte olup, sadece deneysel iktisat kolunu değil aynı zamanda İktisat Teorisini de derinden etkilemiştir. İşbirlikçi oyun modellerini konu alan bu eserden sonra işbirlikçi olmayan odeller de iktisat yazınına

girmekteydi. (Nash dengesi, pareto etkin olmayan denge (mahkumlar çıkmazı), istikrarsız denge gibi) Deneysel iktisat insana odaklanırken aynı zamanda insanın duygularına da odaklanması doğallık gereğiydi. İktisadi analiz içerisinde duyguların yeri ve önemine Ültimatom Oyunu ile konu edinilmişti.

Basitçe ültimatom oyununda : 2 taraf ve bir teklif (seçim) bulunmaktadır. Öneride bulunan oyuncunun elinde başlangıç miktarı olarak y miktarı kadar bir para bulunurken, karşısındaki oyuncuya bu paranın x kadar bir miktarını teklif eder. Eğer anlaşırlarsa, ikisi de bir miktar paraya sahip olacak iken anlaşamazlarsa ikisi de hiçbirşey elde edemeyecek, başlangıç parası da iade edilecektir. X miktarındaki teklifi alan oyuncunun iki seçeneği bulunmaktadır :

1. Teklifi Kabul eder (x miktar para sahibi olur. Teklif veren ise y-x miktarı elinde kalan paraya sahip olur.)
2. Teklifi reddeder (İkisi de paraya sahip olamaz.)

Ültimatom oyununun defalarca tekrarlanması sonucu, yüzde 20'nin altındaki bir oranda teklif edilen tekliflerin reddedildiği ortaya çıkmıştır. Bu durumun yorumu olarak ise teklifi alanların duygularını ön planda tutarak cevap verdiği ifade edilir. Örneğin, ültimatom oyununda küçük yüzdeler reddedilse de gerçek hayatta iki tarafın çıkarına aykırı olmakla birlikte rastlanılır. Ültimatom oyunu, rasyonaliteden sapmaları göstermesi açısından önemli bir çalışmadır. Deneysel iktisat alanında bir diğer önemli çalışma ise, Pareto etkin olmayan denge denilen mahkumlar çıkmazı deneyidir. Hayali olarak kurgulanan bu oyunda, iki mahkum üzerinden çıkar çatışmaları ve karar alma/verme süreçleri tartışılmaktadır. Mahkumlar çıkmazı oyunu, polisler hırsızlıkla itham edilen ancak birkaç noktada yeterli delilin bulunmaması nedeniyle haklarında işlem yapılamayan iki mahkumun yakalanması ile başlamaktadır.

Oyunun kurgusuna göre, kayıp delillere ulaşmak amacıyla polisler hırsızlara suçlarını itiraf ettirmeye çalışacaklardır. İki şüpheli de farklı odalarda sorgulanırken, kendilerine şu şekilde bir teklif yapılır : Eğer ikisi de Kabul ederlerse 5 er yıl ceza alacaklardır.

Mahkumlar Çıkmazı oyunu kısaca şu durumu anlatmaktadır : İktisat teorisine göre, rasyonel olan insan modeli "homoeconomicus" böylesi bir durumda karar verirken kendi çıkarını düşünecektir. Bu durumda ise, yukarıdaki durumlarda detayı verilen yıl cezalarından en çoğunu iki mahkumdan birisi alacaklardır. Mahkumlar çıkmazı oyunu

bize, iletişim ve işbirliğinin önemini göstermektedir. Oyunda, iki mahkumda birbirinden habersiz oldukları için birinin diğerini itiraf edeceğini düşünürken, diğer tarafta ise 1 veya 5 sene ceza almakla da karşı karşıyadır. Ki oyuna ismini veren bu çıkmaza, "Nash dengesi" de denilir.

Deneysel İktisat, Oyun teorileri ile de çalışmalarına devam ederken bir diğer noktada piyasa mekanizmaları ve işleyişi üzerine de yapılan birçok iktisadi deney bulunmaktadır. Bu kapsamda, en önemli çalışmalar Nobel Ödüllü Vernon Smith'in Harvard Üniversitesi'nden hocası olan Edward H. Chamberlin'e atfedilmektedir. Chamberlin'in 1948'de "Deneysel Ekisik Rekabet Piyasaları" isimli çalışması, deneysel iktisadı ve piyasaları birleştiren ilk çalışma olarak görülmektedir. Bu çalışmada Chamberlin, piyasalardaki denge fiyatlarını araştırırken, öğrencilerini de deneylerinde kullanmıştır. Bir deneyinde, Chamberlin; Öğrencilerinden kimilerini, satıcı kimilerini ise alıcı olarak sınıflandırmıştır. Alıcı ve satıcıların arasında denge fiyatın nasıl oluştuğunu bu şekilde gözlemlemeye çalışmıştır.

2.3.2.3.2.3. İktisat Bilimi'nde Deney Yapılmasının Faydaları

Smith elde ettiği anlaşma noktalarındaki fiyat dağılımlarından hareketle, denge arz ve talebini gösteren denge fiyatını çizmiştir. Ancak deney sonucu şaşırtıcı olmuştur. Çünkü deneyde oluşan fiyatlar, teorinin iddia ettiği denge fiyatına oldukça yakındır. Daha sonra yapılan deneysel iktisat çalışmaları Chamberlin ve Smith'in açtığı yoldan giderek, bulguların ve gözlemlemelerin ampirikliğini test etmeye odaklanmıştır. Örneğin; "İki Aracı Borsa Kurumunun Deneysel Olarak İncelenmesi" isimli 1978 yılında Charles Plott ve Smith'in ortak çalışması, Smith'in 1962 yılında gerçekleştirmiş olduğu "Rekabetçi Piyasa Davranışları Üzerine Deneysel Bir Çalışma (An Experimental Study of Competitive Market Behaviour)" isimli çalışmasının bulgularını destekler nitelikteydi.

Smith 1978 yılında gerçekleştirmiş olduğu bu çalışmasında, tecrübenin önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştu(Plott C. ve Smith V,1978:133–153). Deney yöntemlerinin kullanılmasından hemen önce iktisat bilimi, nitel ve gözlemci olmayan bir bilim olarak görülmekte idi. Sahadan toplanan verilerin, birçok eksikliği içerisinde barındırması doğru veriye ulaşmanın oldukça önemli olması nedeniyle, model ve teori inşası ve analizi için gerekli görüldüğünde iktisat bilimi sanıldığının aksine gözlem ve deneyi metotlarının arasına yerleştirmiştir. Psikolojinin kendisini geliştirerek çeşitli

parametreler ile gereksiz verileri elimine etmesi ve süreç içerisinde doğru verileri sağlayabilecek yapıya kavuşması deneysel yöntemlerin İktisatçılar tarafından benimsenmesini sağlamıştır.

Daha sağlıklı verilere ulaşmak amacıyla Dünya'nın önde gelen araştırma enstitüleri ve Üniversitelerince, iktisadi deneylerde kullanılan çeşitli yazılım ve deney kayıt sistemleri de geliştirilmiştir. Günümüzde Amerika ve İsviçre başta olmak üzere deneysel iktisat literatürünün kaynağı Batı Avrupa Üniversitelerince sağlanmaktadır. Ekonomik analizlerde kullanmak üzere deneysel yazılımlar geliştiriren Üniversitelerden bazıları ve deneysel yazılımları aşağıda yer almaktadır :

1. Kaliforniya Üniversitesi, Amerika, Java tabanlı ConG programı
2. Zürih Üniversitesi, İsviçre, Web tabanlı Tree programı

Deney kayıt sistemleri ise deney verilerinin sağlıklı biçimlerde saklanması amacıyla geliştirilmiş yazılımlardır. Bu sistemler, deneylerin uzun ömürlü saklanması, tekrar tekrar analizleri ve çözümlemeleri yapılmak üzere geliştirilmişlerdir. Çeşitli deneysel iktisadi yazılım ve kayıt sistemlerinin geliştirilerek, iktisatta kullanılması son yıllarda oluşmuş gelişmelerdir. Bu kapsamda, teknolojinin gelişmesi, yayılımı ve kullanım alanları içerisinde bilimin son derece büyük bir yer kaplaması da son yıllarda teknolojinin entegrasyonu ile gerçekleşmiştir.

2.3.2.3.2.4. Deneysel İktisat ve Davranışsal İktisatın Ortak Noktaları

Tam rekabet piyasasından sapmaları ortaya çıkarmaya çalışırken Chamberlin, deneysel piyasasında oluşan cari fiyatların, genel rekabetin olduğu bir piyasaya göre daha düşük olarak gerçekleştiğini bulmuştur. Piyasalar ve piyasalardan gerçekleşen sapmalar olarak, deneysel anlamda ilk çalışma olması nedeniyle Chamberlin'in çalışması büyük öneme sahiptir. 1960'lı yıllardan itibaren, deneysel iktisat çalışmalarına yoğunlaşma gerçekleşmiştir. Bu dönemde yapılan çalışmalar, 1960'lı yıllardan önce gerçekleştirilen çalışmaların ve deneylerin düzeltilerek uygulanması ile gözlemlenmiştir. Deneysel İktisat alanında yapmış olduğu çalışmalar ile Nobel İktisat Ödülü'nü de kazanan Vernon Smith de piyasa mekanizmaları üzerine çalışmalar gerçekleştirmiştir. Örneğin; kendisinin 1962 yılında gerçekleştirmiş olduğu, "Rekabetçi Piyasa Davranışları Üzerine Deneysel Bir Çalışma (An Experimental Study of

Competitive Market Behaviour)" isimli çalışma, yapmış olduğu ilk deneysel iktisat çalışmasıdır. Bu çalışmasında, neoklasik okulun rekabetçi piyasa teorisini test etmeye çalışmıştır. Açıkcası, Smith burada Harvard Üniversitesi'nden Hocası olan Chamerlin'in piyasalar üzerine yayınlamış olduğu eserlerinden esinlenmiştir. Ancak, Hocası Chamberlin'in çalışmalarını ileri bir noktaya taşıyarak, deney ortamını ampirik veriler sağlamak amacıyla sağlıklı bir ortama çevirmeyi amaçlamıştır. Örneğin;

1. Deneklerini rastgele seçmiştir.
2. Satılacak ürünler için asgari fiyat belirlemiştir.
3. Asgari fiyat altında satışa izin vermemiştir.
4. Aynı şekilde alıcılar için de minimum ve maksimum fiyatlar belirlemiştir.

2.3.2.3.3. Vernon Smith'in Deneysel İktisata Katkıları

Deneysel iktisadın kurucusu, Vernon Smith laboratuarda kontrollü ortamlarda yapılan deneylerin başlıca amaçlarını şu şekilde sıralamaktadır: **(**Vernon Smith, 1994 :131 **)**

- Bir teoriyi test etmek ya da teoriler arasında ayırım yapmak,
- Bir teorinin neden başarısız olduğunu keşfetmek,
- Yeni bir teoriye baz almak için ampirik uygunluk sağlamak,
- Çevreyi karşılaştırmak,
- Kurumları karşılaştırmak,
- Politika önermelerini değerlendirmek,
- Kurumsal ya da piyasa tasarımları için test zemini sağlamaktır.

2.3.3. Nöroiktisat Kavramının Tanımı

Davranışsal İktisatın etkinliği, nörobilimin ve davranış bilimcilerin araştırmalarının beynin sınırlarına erişmesiyle, nihayet Nöroiktisadın doğuşu başlamış oldu. Davranışsal ve deneysel iktisat içerisinde yapılan araştırmalar "kara kutu"ya (beyin) ulaşması ile araştırmacılar, Nörolojinin yardımına ihtiyaç duydular. Nörobilim ve nörolojinin senkronize gelişimleri, böylece araştırmaların beyne odaklanmasına izin verdi. Günümüzde geleneksel iktisadın tahmin dahi edemeyeceği birçok çalışmaya imza atılmışken, Nörobilimin gelişimi ve nörogörüntüleme tekniklerinin artışı bu yeni iktisadi dalı ön plana çıkartmıştır.

Nöroiktisatın Diğer Disiplinler İle İlşkisi: 1984 sonrası Nörobilim alanında gerçekleşen yazılı kaynak sayısının artışı 2000 li yıllar ile artmaya başladığı şekilden görülebilecektir. Günümüzde, gittikçe artan bir oranda iktisadi yazındaki çalışmaların çoğunluğunun fizik, biyoloji ve matematik bilimlerinden bilgi ve kaynaklar içerdiği bir gerçektir. Nöroiktisat da böylesi bir disiplinlerarası ortamda meydana gelen, kısaca iktisat ve Nörobilimin kesişim noktasıdır. Nöroiktisat, rasyonel insanın sorgulanmaya başlandığı davranışsal ve deneysel iktisat yıllarınından bu yana ekonomik insanı eleştiren ve ona şüpheyle yaklaşan taraftandır. Rasyonallikten gerçekleşen düzensiz ve amaçsız sapmaların, ekonomik insan davranışlarının beynin çeşitli bölgeleri ile ilgil olduğunu öne süren Nöroiktisat, ihtiyacı olan verileri beyinden almaktadır.

Klasik İktisat ve Nöroiktisat Arasındaki İlişki: Nöroiktisat, bir taraftan gittikçe makro perspektife kayan İktisat Politikalarına karşı bir tepkiyken aynı zamanda, mikroiktisat teorisini sorgulamaktadır. Nöroiktisadı doğuran süreci anlatan Ünlü Psikolog Antonio Damasio, 1980 lerin ortalarından itibaren işaretlerin meydana geldiğini belirtir ve bu işaretleri sıralar :

1. Daha önce sağlıklı olan bireylerin, beyinlerinde bazı bölgelerin hasar görmesi ile çeşitli davranışlarının değişmesi
2. Sosyal davranışlarında bozukluk olan bireylerin şu iki unsurda zorluk yaşamaları ortak noktalarıydı : Kişilerarası İletişim ve Finansal Konularda Karar verme Sorunu

   Bu iki zorluğun ayrıca etik ve ekonomik davranışla da bağlantısının olması,
3. Ventromedial Prefrontal kısmı zarar gören insanlarda genel nörofizyolojik durumların korunduğunu göstermesine karşın, bazı sosyal duygularda bozulmalar yaşanması örneğin utanma ve merhamet duygularında,

Antonio Damasio'ya göre bu işaretler, nöroiktisadı doğuran süreci başlatmıştır. Nöroiktisat, bireysel tercih ve seçimler ile ilgilenirken aynı zamanda sosyal tercihler olarak isimlendirilen birden fazla bireyin konunun içerisinde olduğu çalışmaları da değerlendirmektedir. Bu kapsamda, risk alma davranışları ve belirsizlik altında karar verme süreçleri nöroiktisadi teknikler ile beyinden toplanacak ampirik veriler sayesinde bireyin yaşantısını yönlendirecektir.

2.3.3.1. Neoklasik İktisat ve Nöroiktisat Arasındaki İlişki

Adam Smith ile başlayan Klasik dönemde ekonomi ile ilgi yazınların içerisine psikolojik etmenler de dahil edilmektedir. Neoklasik okul ile davranışsal okul arasında ortaya çıkan gerginliğin, bilimi geliştirerek İktisat bilimini öngörülemez noktalara ve kanımca ileri seviyelere taşıyacağı düşünülmektedir. İktisatçı Colin Camerer ve George Loewenstein'ın Carnegie Mellon Üniversitesi'nde organize ettiği bir konferans 1997 yılında Nörobilim ve Ekonomistlerin yolunu kesiştiren ilk buluşma olmuştur. O zamandan günümüze artık Nöroiktisat alanında birçok çalışma ve konferans düzenlenmektedir. Nöroiktisadın açmış olduğu en önemli yollardan bir tanesi de, rasyonelitenin önemi kadar duyguların da iktisadi karar almada önemli bir yeri bulunduğunun altını çizmesidir. (Çiftçi H. ve Ayyıldız H. 2016:4)

2.3.3.2. Nöroiktisatın Doğuşu

Edgeworth ve Fisher, ilk nöroiktisatçılar olarak nitelendirilmektedirler(Colander, 2007:215-225). Nedeni de fiziksel ölçümlemeler yaparak bireyin düşüncelerini kayda almak istemeleridir. Makroiktisadın kurucusu Keynes, yatırımcının içgüdüleri ile marjinal tüketim eğilimi kavramlarını psikolojiden yararlanarak açıklamıştır. Bireylerin karar alma süreçleri Von Neumann ve Morgenstern'in ortaya attığı beklenen fayda teorisi çerçevesinde ele alınmıştır. Bahsedilen teori, bireylerin seçimleri konusunda neoklasik teorinin en güçlü varsayımlarından biri olarak isimlendirilmektedir.

2.3.3.2.1. Nöroiktisatın Temel Araştırma Konuları

Özellikle karar alma mekanizmalarına dikkat eden, Nöroiktisat biyolojik temelli bir iktisat yazını da oluşturmuştur. Bu alanda başta gelen çalışmalar aşağıda yer almaktadır :

1. Platt, M.L., Glimcher,P.W.(1999).Neural correlates of decision variables in parietal cortex. Nature
2. Kahneman, D.,Tversky, A.(1979).Prospect theory: an analysis of decision under risk. Econometrica
3. Houser, D., Bechara, A., Keane, M. (2005). Identifying individual differences: an algorithm with application to Phineas Gage. Games Econ. Behav

4. Breiter, H.C. , Aharon,I., Kahneman, D. (2001). Functional imaging of neural responses to expectancy and experience of monetary gains and losses. Neuron
5. Gold ,J., Shadlen, M. (2002). Banburismus and the brain: decoding the relationship between sensory stimuli, decisions, and reward. Neuron.

2.3.3.2.1.1. Belirsizlik Altında Karar Alma

Anaakım iktisata göre, risk ölçülebilir bir kavramdır. Riskler bir hata payı gibi hesaplamalara konulmaktadır. Rasyonel birey, tam bilgiye sahip olduğu yorumuyla beklenen fayda ile çıktıyı belirlemektedir. Nöroiktisadın alanyazına olan en önemli katkılarından bir tanesi de duygu çatışmaları ve bunların karar alma mekanizmaları üzerindeki etkilerini ölçümlemek üzerinedir. Örneğin; tüketicilere sorulan " Bugün 10 lira mı almak istersiniz yoksa üç ay sonra 15 lira mı ?" sorusu beyinde farklı etkiler yaratmaktadır. Bu da iktisadi teorilerin bireyin kararlarını verirken basit ve tek bir sistem üzerinden karar vermesi yerine çoklu karar sistemlerinin beyinde etkin ve etkili çalıştığını göstermektedir. Aynı zamanda dopamin ve risk alma üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda, vücutta dopamine seviyesi arttıkça finansal risk içeren kararların da daha çok alındığı sonucuna da çeşitli çalışmalar ile ulaşılmıştır. Kişi söylemleri ve saha çalışmalarından elde edilen veriler ile Pazardan elde edien verilerin aynı sonuçları yansıtmaması nedeniyle Nöroiktisat'ın incelemeleri oldukça önemlidir. Örneğin; alanyazında Pepsi Challenge olarak bilinen bir çalışmada gerçekleştirilen beyin ölçümlemeleri ve söylemler arasındaki farklar da bu gerçeği ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, Nöroiktisatın elde ettiği bulgu ve sonuçlar, Anaakım İktisat teorileri içerisine entegre edildiği taktirde uygulanma şansı bulabilecektir. Henüz nöroiktisat yazınının İktisat yazını içerisinde nasıl uygulama alanı sağlayacağı konuları tartışılmaktadır. Nöroiktisadın tartışmalar devam etmesine rağmen, alanyazına birçok katkı sağlayacağı ise kuşkusuz bir gerçektir.

2.3.3.2.2. Nöroiktisadın Kullandığı Yöntemler

Beyin görüntüleme, günümüzde en çok kullanılan Nöroiktisat tekniğidir. Beyni, bir önceki ve sonraki döneme göre karşılaştırmaya yaraması ve başkalarıyla da karşılaştırılmasına yaraması gibi nedenlerle deneyleri kolaylaştırması amacıyla da tercih edilmektedir. Çeşitli aparatlarla beynin çeşitli bölgelerinin resmedilmesini sağlar. Temelde 3 çeşit beyin görüntüleme metodu bulunmaktadır.

EEG (Elektroensafalogram): En eski beyin görüntüleme yöntemlerinden birisidir. Beyinde gerçekleşen olayların elektriksel akımlarının şiddetinin, elektrorotlar vasıtasıyla senkronize bir şekilde kaydedilmesi ile izlenir. Aynı zamanda bu duruma ERPs (Event Related Potentials) de denilmektedir.



Şekil 5. EEG ölçüm şapkası
Kaynak : https://www.biosemi.com/faq/skin_preparation.htm

PET (Positron Emission Tomography) (Pozitron Emisyon Tomografisi): Hala kullanılmaya devam eden, beyin görüntülemenin eski tekniklerinden bir diğeri, Positron Emisyonlu Tomografidir.Vücuda verilen beyin yakıtı kabul edilen glikoza eşdeğer sayılan düşük radyoaktif madde sayılabilecek "fludeoxyglucose" ile beynin anatomik ve zihinsel yapılarının görüntülenmesi bu teknik ile sağlanmaktadır. Beyindeki kan akışını ölçen PET, hangi bölgelerde hangi davranışlar sırasında kan akışının fazlalaştığını gözlemlemeye yarar. Vücuda verilen maddeler yardımıyla ölçümlemeler yapıldığı için, PET tekniği sıklıkla kullanılmayan bir yöntemdir.



Şekil 6. PET cihazı

Kaynak : http://www.medindia.net/patients/patientinfo/positron-emission-tomography-scan.htm

fMRI(Functional Magnetic Resonance) (Fonksiyonel Manyetik Rezonans)

En yeni ve popular beyin görüntüleme tekniğidir.



Şekil 7. fMRI(Functional Magnetic Resonance) cihazı

Kaynak: http://www.ebme.co.uk/articles/clinical-engineering/36-functional-magnetic-resonance-imaging-fmri

Beyinde gerçekleşen kan akışlarının içerisinde yer alan oksijenin magnetic özelliklerini görüntüler. (Bu duruma, BOLD sinyali adı verilir.) Doğrudan fMRI ile kaydedilen sinirlerin işlemlerinin, BOLD sinyalinin sinyali gönderen birimi ve onlardan

gelen işlemleri yansıttığını doğrulamaktadır. fMRI sürekli tercih edilmeye başlanan bir teknik olsa da, diğer beyin görüntüleme tekniklerinin de eksi ve artı yönleri bulunmaktadır. Örneğin :

1. EGG, çok yüksek bir oranda zamansal çözünürlüğe sahiptir. (1 milisaniye)
2. EEG, doğrudan monitordan nöral aktivitelerin izlenebildiği tek metottur.
3. Ancak EEG'nin uzamsal çözünürlüğü zayıftır, saece beynin dışl kısmındaki aktiviteyi ölçebilir.
4. EEGnin dezavatajlı olan bu özelliği (uzamsal çözünürlüğün zayıflığı), combine edilmiş EEG ve fMRI ile ortadan kaldırılabilir.
5. İktisadi konuların incelenmesi açısından EEG'Yi önemli hale getiren, taşınabilir ve kolay uygulanabilir olmasıdır.
6. PET ve fMRI, EEG'den daha iyi bir uzamsal çözünürlüğe sahiptir. Ancak buna karşın, EEg'den daha az orana zamansal çözünürlüğe sahiptir.
7. fMRI'da zamansal çözünürlük, birkaç saniye alırken, PET'de ise zamansal çözünürlük dakikayı bulabilmektedir. Buna karşın beyin görüntüleme, halen kara kutunun sadece milisaniyelik, saniyelik ve dakikalık ekran görüntülerinin alınmasından öteye geçmeye uğraşmaktadır. Beyin görüntüleme tekniklerinde, zamansal çözünürlüğün ve beynin içinden verilerin alınabilmesini sağlayacak mekanizmaların geliştirilmesi gerekmektedir.

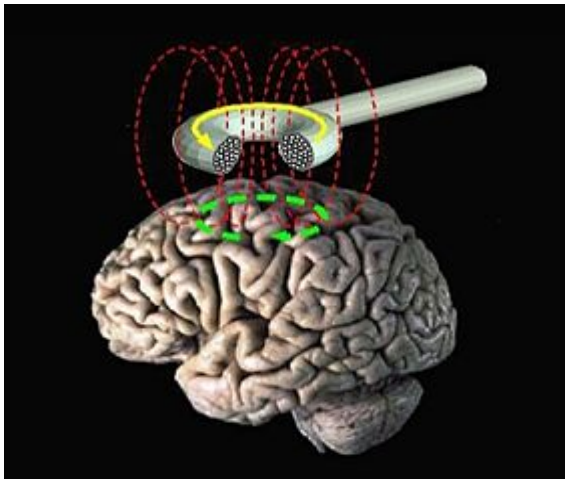
Tek-Nöron Ölçümü: En iyi geliştirilen beyin görüntüleme tekniği dahi, yüzbinlerce nöronlardan oluşan bir sarmalın aktivitesini ölçer. Tek- Nöron ölçümü, beynin içerisine yerleştirilen küçük bir elektrottan alınan bilgilerden sağlanır. İktisat bilimi açısından oldukça ileri seviyede bilgiler sağlaması düşünülen bu teknik, hayvanlar üzerinde uygulanmaktadır. İnsan dışındaki memelilerin beyinlerinin insan hakkında bilgi verebilmesi gerçeği nedeniyle çoğunlukla genetic açıdan benzerlik taşınan maymunlar üzerinde çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalarda örneğin: Nörobilimciler beyni kabaca evrimsel gelişimlerine, fonksiyonlarına ve fizyolojilerine göre çeşitli bölümlere ayırırlar. Bu bölümler :

1.Sürüngen Beyin : solunum, uyku gibi temel hayatta kalma işlevlerini içeren,
2.Memeli Beyni: sosyal duygular ve sosyal ilişkilerin yer aldığı kısım,
3.Hominit beyin : insane özgü dil yeteneği ve bilinç gibi çok evreli ve katmanlı

işlemleri kapsayan bölümler olmak üzere 3 e ayırmışlardır.

Electrical Brain Stimulation (EBS)(Elektriksel Beyin Uyarımı): Bu tekniğin de uygulanması, Tek- Nöron ölçümü yönteminde olduğu gibi sadece hayvanlarla kısıtlanmıştır. 1954 senesinde, iki fizyolojist – James Olds ve Peter Milner – beyindeki bazı bölgelerin kısa elektriksel akımlarla ödüllendirilmesiyle, farelerin öğrenebildiğini ve yeni davranışlar edinebildiklerini keşfetmişlerdir. Aynı zamanda ilginç bir biçimde farelerin, EBS için daha çok çalıştıkları ortaya çıkmıştır. Örneğin; aç olduklarında, yemekten vazgeçmek için daha çok EBS gerekmekteydi. Diğer naturalistik ödülerin aksine EBS, uzun süreli doygunluk sağlamıyordu.

Psikopatoloji ve Beyin Hasarlarının Gözlemlenmesi: Kronik zihinsel rahatsızlıklar (örneğin şizofreni), gelişimsel bozukluklar (otizm gibi) ve sinir sistemini etkileyen bazı dejeneratif hastalıklar ile felç, darbe veya kazalar sonucu beyni zarar gören insanların incelenmesi ile beynin nasıl çalıştığına dair veriler elde edilmektedir. (Örneğin Antonio Damasio'nun 1994 yılında gerçekleştirdiği çalışması gibi) Diğer taraftan bazı ilaçları kullanan beyin hastalıkları hastalarından da değerli verilere ulaşılmıştır. Örneğin daha önce depresyon tedavisinde kullanılan lobotomy ve epilepsiye karşı kullanılan nöroşirürji ilaçlarını kullanan bireylerden beynin işleyişine dair bilgiler alınmıştır Aynı zamanda, beynin hasar gören bölgelerinden veriler sağlamak amacıyla kullanılan yeni bir teknik bulunmaktadır. Bu tekniğe, Transkraniyal Manyetik Uyarım denilmektedir. (TMS)

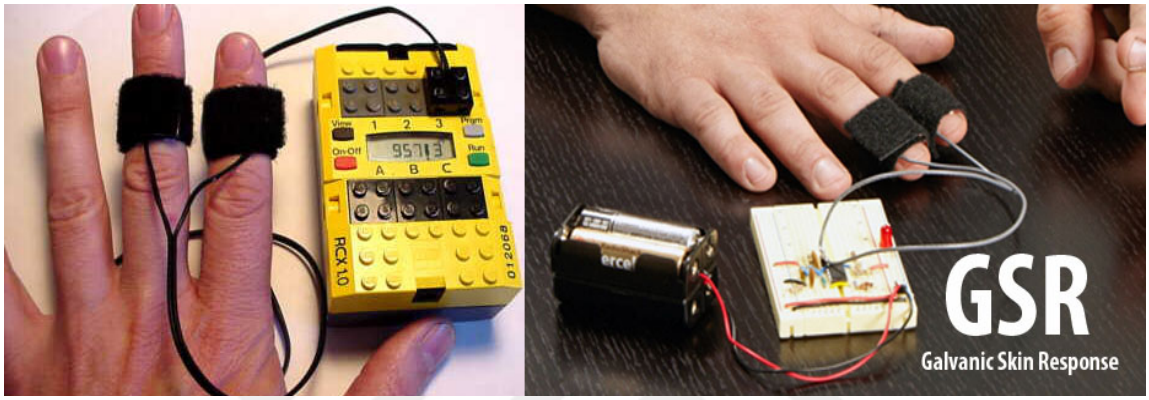


Şekil 8. TMS gösterimi

Kaynak : https://en.wikipedia.org/wiki/Transcranial_magnetic_stimulation

TMS'İ avantajlı kılan en önemli nokta, beyin görüntüleme tekniklerinin ilişkilendirilmiş kanıtlarının ötesinde doğrudan beynin işlevselliğine ilişkin çıkarımlar sağlamasıdır. Ancak TMS'in kullanımı şu an için sadece cortex ile sınırlıdır.

Psikofiziksel Ölçümlemeler: En eski ve basit tekniklerden birisi olan, psikofiziksel ölçümlemelerde kişilerin kalp atışları, kan basınçları, galvanic cilt yanıtı (GSR – Galvanic Skin Response) ve el içi terlemeleri ölçümlenir.



Şekil 9. GSR
Kaynak : https://imotions.com/blog/galvanic-skin-response-trends-applications/

Bu ölçümler kolay, basit, hızlı ve rahatsızlık vermeyecek biçimdedir. Ancak bu yöntemin en önemli eksiği, değerlerin ve ölçümlemelerin dalganabileceğidir. (örneğin bir küçük vücut hareketi ile) Bireylerin iktisadi karar verme mekanizmalarını detaylı bir biçimde incelemeyi amaçlayan biliminsanları, aslında çok daha önceden Fisher''ın, Edgeworth'Un hayalini kurdukları bireylerden gelebilecek ekonomik davranışları sinyalliyecek cihazları kullanarak gerçekleştirmiş oldular(Colander D, 2007: 215-225).

2.3.3.2.3. Nöroiktisat ve Karar Alma Süreci

Literatürde, karar verme sırasında kötü sezgilere dayalı bazı durumlar kötü çıktılara neden olmaktadır (Camerer ve Loewenstein, 2004:11). Davranışsal iktisat kapsamında kullanılan karar verme mekanizmalarında bireylerin kötü sezgileri sonucu düştükleri tuzaklar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 7

Karar Vermede Tuzaklar

Çıpalama Tuzağı	Belirli bir noktayı düşünerek bilmediklerini tahmin eden insanların düştüğü durumdur. Daha önceki tahminler ve sezgiler yanıltmalara neden olmaktadır. Bu durum, bireylerin daha önce gördüklerinden ve duyduklarından etkilendiklerini ispat eder niteliktedir(Thaler ve Sunstein, 2008: 24). Bu anlamda, işletmelerin reklam faaliyetlerini çıpalar olarak düşündüğümüzde kararlarının etkilemediği özgür tüketicilerden söz etmek mümkün olmayacaktır.
Statüko Tuzağı	Bireylerin somut ve soyut varlıklara sahip olmaları durumuna göre o varlığa verdikleri değerin değişmesini ifade etmektedir. Sahiplik duygusu değeri değiştirmesi ile insanların kararlarını rasyonel davranış çerçevesinde derinden etkilemektedir(Coyle, 2010: 135).
Batık Maliyet Tuzağı	Kahneman ve Tversky (1984: 347) bu konuda, iki problem kapsamında katılımcıların tercihini ölçmeyi denemişlerdir. Bireyler ve firmalar batık maliyet tuzağına özellikle yatırım kararları alırken düşmektedirler. Bireyler ve firmalar ilk olarak yatırım kararını doğru vermediğinde, harcadıkları paranın boşa gitmemesi için yatırımlarını devam ettirmekte, dolayısıyla batık maliyet tuzağına düşmektedirler. Bu konuya çok sık kullanılan örneklerden biri İngiliz ve Fransızların, Concorde jetlerinin kârlı olmadığını bilmelerine rağmen, yatırım yapmaktan vazgeçmemeleridir. Bu nedenle batık maliyet tuzağı, Concorde etkisi olarak da bilinmektedir.
Kendini Doğrulama	Karar verenlerin kararlarını destekleyecek insanlardan onay beklemeleri ile ortaya çıkmaktadır. Bu durum sonucunda desteklenen fikirlerimize daha çok önem gösterirken, eleştirilen düşüncelerimizi arka palnalara atarız.
Çerçeveleme Tuzağı	Bu konu aşağıda yer alan örnek ile daha net anlaşılabilmektedir: Tversky ve Kahneman'ın (1981: 453) çalışmasında yer alan örnek sorun şu şekildedir : Amerika'da beklenmedik bir Asya hastalığı salgını nedeniyle 600 kişinin hayatını kaybetmesinin beklendiği farz edelim. Hastaları kurtarabilmek için farklı iki programın uygulanması planlanıyor olsun. Eğer A programı uygulanırsa, 200 insanın hayatı kurtarılacak. Eğer B programı uygulanırsa, 1/3 olasılık ile 600 insanın hayatı kurtarılacak iken, 2/3 olasılık ile kimsenin hayatı kurtarılamayacak. 152 kişiden soruya yanıt verenlerin % 28'i program B'yi tercih ederken, %72'si program A'yı seçerek riskten kaçınmışlardır. Hayatın kurtarılmasını vurgulayan seçenek daha çok ilgi çekmiştir.
Tahmin ve Öngörüleme	Gelecek ile ilgili tahmin ve öngörüler belirsizlik ve riskler ile doludur. Bu nedenle, tahminlerimiz ve öngörülerimiz bazı tuzakları da içerisinde barındırmaktadır. Hammond (1998) bu tuzakları aşırı güven, ihtiyat, yakını hatırlama olarak üç başlığa ayırmıştır.

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

2.3.3.2.3.1. Çıpalama Tuzağı

Belirli bir noktayı düşünerek bilmediklerini tahmin eden insanların düştüğü durumdur. Daha önceki tahminler ve sezgiler yanıltmalara neden olmaktadır. Bu durum, bireylerin daha önce gördüklerinden ve duyduklarından etkilendiklerini ispat eder niteliktedir (Thaler ve Sunstein, 2008: 24). Bu anlamda, işletmelerin reklam faaliyetlerini çıpalar olarak düşündüğümüzde kararlarının etkilemediği özgür tüketicilerden söz etmek mümkün olmayacaktır .

2.3.3.2.3.2. Statüko Tuzağı

Bireylerin somut ve soyut varlıklara sahip olmaları durumuna göre o varlığa verdikleri değerin değişmesini ifade etmektedir. Sahiplik duygusu değeri değiştirmesi ile insanların kararlarını rasyonel davranış çerçevesinde derinden etkilemektedir (Coyle, 2010: 135).

2.3.3.1.3.3. Batık Maliyet Tuzağı

Kahneman ve Tversky (1984: 347) bu konuda, 2 problem kapsamında katılımcıların tercihini ölçmeyi denemişlerdir. Bireyler ve firmalar batık maliyet tuzağına özellikle yatırım kararları alırken düşmektedirler. Bireyler ve firmalar ilk olarak yatırım kararını doğru vermediğinde, harcadıkları paranın boşa gitmemesi için yatırımlarını devam ettirmekte, dolayısıyla batık maliyet tuzağına düşmektedirler. Bu konuya çok sık kullanılan örneklerden biri İngiliz ve Fransızların, Concorde jetlerinin kârlı olmadığını bilmelerine rağmen, yatırım yapmaktan vazgeçmemeleridir. Bu nedenle batık maliyet tuzağı, Concorde etkisi olarak da bilinmektedir.

2.3.3.1.3.4. Kendini Doğrulama

Karar verenlerin kararlarını destekleyecek insanlardan onay beklemeleri ile ortaya çıkmaktadır. Bu durum sonucunda desteklenen fikirlerimize daha çok önem gösterirken, eleştirilen düşüncelerimiz arka planda kalmaktadır.

2.3.3.1.3.5. Çerçeveleme Tuzağı

Bu konu aşağıda yer alan örnek ile daha net anlaşılabilmektedir: Tversky ve Kahneman'ın (1981) çalışmasında yer alan örnek sorun şu şekildedir: Amerika'da

beklenmedik bir Asya hastalığı salgını nedeniyle 600 kişinin hayatını kaybetmesinin tahmin edildiğini farz edelim. Hastaları kurtarabilmek için farklı iki programın uygulanması planlanıyor olsun. Eğer A programı uygulanırsa, 200 insanın hayatı kurtarılacak. Eğer B programı uygulanırsa, 1/3 olasılık ile 600 insanın hayatı kurtarılacak iken, 2/3 olasılık ile kimsenin hayatı kurtarılamayacak. 152 kişiden soruya yanıt verenlerin % 28'i program B'yi tercih ederken, %72'si program A'yı seçerek riskten kaçınmışlardır. Hayatın kurtarılmasını vurgulayan seçenek daha çok ilgi çekmiştir.

2.3.3.1.3.6. Tahmin ve Öngörüleme

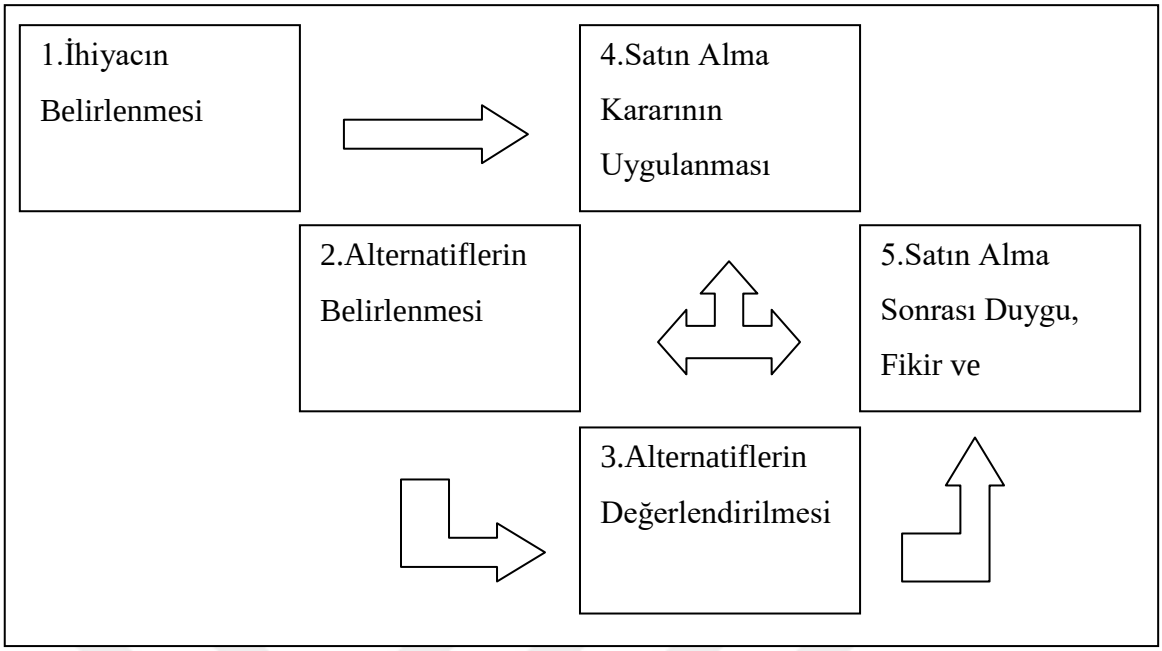
Gelecek ile ilgili tahmin ve öngörüler belirsizlik ve riskler ile doludur. Bu nedenle, tahminlerimiz ve öngörülerimiz bazı tuzakları da içerisinde barındırmaktadır. Hammond (1998) bu tuzakları aşırı güven, ihtiyat, yakını hatırlama olarak üç başlığa ayırmıştır.

2.4. Hedonistik İktisat İle İlgili Temel Kavramlar

Hedonistik İktisat temel anlamıyla marjinalist analizlerden kaynaklanan fayda, haz, mutluluk ve acı kavramlarını incelemektedir. Fayda kavramı ise hedonistik iktisat bağlamında üzerinde durulan en önemli kavramdır.

2.4.1. Diğer Disiplinler İle İlgisi

Hedonistik tüketim sürecinde**,** bir ihtiyaçtan kaynaklanarak tüketim eyleminin gerçekleşmesine dayalı bir seri faaliyet bulunmaktadır. Bu süreç aşağıda tablo içerisinde yer almaktadır:



Şekil 10. Tüketicinin normal karar verme süreci
Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

Normal bir tüketicinin karar verme süreci yukarıdaki tabloda yer alan süreci izleyen tüketici hedonistik tüketimin artma eğilimi ve belirginleşmesi ile tüm tüketim süreci içerisinde etkileyici faktör olarak hedonistik tüketimle de karşılaşıyor. Örneğin, ihtiyacı olmasa da tüketim sürecini başlatabiliyor veya alternatiflerin şekillenmesinden, belirlenmesine kadar bu süreçte hedonistik tüketim etkili olabilmektedir. Bu nedenle aşağıda hedonistik tüketiminin eklenerek düzenlendiği tablo ise, hedonizmin etki alanının ne kadar genişlediğini anlatmaktadır.

2.4.1.1. Antropoloji İle İlgisi

İhtiyaç ve isteklerin yaratmış olduğu hisler, bireyleri tüketime sevk etmektedir. Hedonistik tüketime sevk edilen tüketici umarsızca tüketim davranışı sergilerken, talep anomalileri göstermektedir. Dengesizliğe sürüklenmiş olan tüketici ise zevk için alışveriş yaptığında veya tükettiğinde, hedonizmin en vahşi versiyonu olan hedonistik Egoizmi sergilemiş olur. Örneğin farklı göründüğünü düşündüğü için kendini daha iyiye ulaştırdığına inandığı su markasını arkadaşlarının yanında alan birey, susuzluğunu gidermek amacıyla bu tüketimi yapmadığında hedonistik arzularının etkisinde bir işlem gerçekleştirmiş olur. Bu alanda gerçekleştirilen birçok araştırma bulunmaktadır. Örneğin; satın alma kararının hazza dayalı olması durumunda tüketiciler ürün, hizmet

veya fikirlerle ilgilenimleri daha yüksek olmaktadır(Zaichkowsky, 1985: 341–352). Aslında bu noktada, ürünün tüketici gözünde değerini ve imajını ön plana çıkaran üreticiler, tüketiciler gözünde etkilidirler. Öznel anlamlar yüklenen ürün, hizmet ve fikirler, tüketiciyi hedonistik tüketim faaliyetine yönlendiren çeşitli faktörlerin etkisiyle, daha farklı konumlanmışlardır. Böylece, ürünlerin algılanmalarının yarattığı etki tüketim harcamalarını teşvik eden bir durumdadır. Bireylerin kendilerine sunulan değer yargılarından hareketle, tüketim kararları modern dünyada tüketimin yönünü günümüzde belirlemektedir.

2.4.1.2. Politika ve Siyaset İle İlgisi

Toofler'ın deyimiyle "kullan at" kültürü, tüketimi sürdürülebilir hale getirirken, bireylerin tüketim anlayışlarında değer kayması ve değer erozyonuna neden olmaktadır. Değerleri faklılaşan tüketici grubu farklı faktörleri baz alarak tüketimini gerçekleştirirken, sürekli farklılaşmanın yarattığı perpektif tüketim karakteristiğini belirlemektedir. Kitle üretiminin, kitle tüketimine dönüşmesinin geçirdiği evreden çok kısa olan günümüz üretim ve tüketim döngüsü, değer tüketimine kadar gitmektedir. Çeşitli anlayışlarla tüketiciye verilen tüketim zinciri, tüketim sarmalı oluşturduğundan toplumun yenilikleri kabullenme ve duyarsızlama durumu da tüketimle birlikte gündelik yaşama giren çeşitli ögelerdendir.

1972 yılında Tauber tarafından tüketicileri alışverişe yönlendiren faktörler üzerine çalışma ilk defa yapılmıştır. Tauber'a göre bu faktörler:

1. Sosyal Faktörler
2. Kişisel Faktörler

Tauber bu faktörleri bu şekilde sıraladıktan sonra sosyal faktöleri aşağıdaki şekilde gruplandırmaktadır:

1. İletişim Kurabilme
2. Sosyal Deneyim Kazanma
3. Referans Gruplarının Çekiciliği
4. Otorite Kurmak / Pazarlık yapmanın verdiği Haz
5. Zevk Almak

Diğer taraftan kişisel faktörleri de şu şekilde sıralamaktadır:

1. Günlük Değişen Roller
2. Zaman Geçirme
3. Bireysel Haz / Kendi kendine ödül vermek
4. Trendleri Yakalama
5. Fiziksel bir uğraş
6. Duyulara Hitap Eden İmajlar (Tauber, Edward M.1972:46–99).

Bu çalışmayı geliştirerek, Tauber'ın geliştirdiği alışverişi tetikleyen faktörlere Black ve Westbrook, 1985 yılında alışveriş kalıplarını da eklemişlerdir. Black ve Westbrook'a göre, alışveriş davranışı 3 temel nedenden dolayı ortaya çıkmıştır:

1. Bir ürünü satın alma
2. Bir ürünü satın alırken ürünle ilgisi olmayan ihtiyaçları da gidermek
3. Ürünü satın almayla ilgisi olmayan amaçları ön plana koymak (Westbrook A.Robert, William C.Black. 1985:78–103).

2.4.1.4. Coğrafya İle İlgisi

Satın alma davranışının değişmesinin, bireyin hedonistik düşünceler ile harket etmesi arasında yakın bir bağ bulunmaktadır. Örneğin, Hirschman ve Holbrook 'un, 1982 yılında yaptıkları çalışmalarında, tüketicinin satın aldığı ürünleri sadece yarar veya faydaları için almadıkları, satın alma davranışını zevk duydukları için yaptıkları ve bu zevki sürdürebilmek amacıyla da satın almaya devam etmeleri üzerine çalışmışlardır. Hazcı satın almanın temel alınarak geliştirilen ilk çalışma Hirschman ve Holbrook'un çalışmasıdır. Bu çalışmadan önce gerçekleştirilen çalışmalarda faydacılık ile birlikte ele alınan hedonizm, bu çalışma sonrasında artık ayrı olarak ele alınmaya başlanmıştır. Khan, Dhar ve Wertenbroch ise, satın alma davranışında alternatifleri belirleme ve değerlendirme noktasında, ürünleri hedonistik ve faydacı olarak sınıflandırmışlardır(Khan, Dharma, & Wertenbroch, 2005, s. 146). Tüketicileri, Hedonik satın alma kararına iten nedenleri araştıran, Arnold ve Reynolds 2003 yılında yapmış oldukları çaışmalarında, tüketicilerin satın almaya ihtiyacı gidermekten öte farklı amaç ve arzuları düşünerek gittiklerini çıkarılmamışlardır. Dahası satın alma davranışı sırasında

tüketicilerin yoğun duygu çatışmaları yaşadıklarını da bulmuşlardır. 2003 senesinde gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında Arnold ve Reynolds altı temel neden ortaya koyarak Hedonik satın alma kararına tüketicileri iten nedenleri " Hedonik Tüketime Tüketicileri İten Nedenler " başlığı altında sıralamışlardır. Çalışmalarında, hedonik tüketimin farklı beklentilerle satın alma davranışı gerçekleştirilmesi sırasında açıkça gözlendiğini ifade etmişlerdir. Arnold ve Reynolds'a göre " Hedonik Tüketime Tüketicileri İten Nedenler " aşağıda tabloda sıralanmaktadır : (Arnold ve Reynolds, 2003, s. 76-82)

Tablo 8

Hedonik Tüketime Tüketicileri İten Nedenler

1	**Arayışçı / Maceracı Satın Alma**	**İnsanların gündelik hayatındaki rutininden kurtulmak amacıyla, farklı, enerji verici, yoğun uyarılmalı bir dünyaya geçiş yaparak, tüketme eyleminin fırsatlar dünyasına girişmek için ilk neden olarak tanımlanmıştır.**
2	Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma	Tüketicileri hedonik tüketime iten bir diğer neden, kendilerinin ürünleri gördükçe yaşadıklarını unutmaları ve günlük iş hayatının negatifliklerinden kurtulma yolu olarak da görülmektedir.
3	Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma	Bu kapsamda gerçekleştirilen hedonik tüketimde, tüketicilerin aile ve arkadaş çevreleriyle iletişim ve zaman geçirme şekli olarak tarif edilmektedir. Örneğin haftasonları ailelerin toplanarak AVMlerde zamanlarını geçirmeleri, zaman geçirilirken toplu tüketimi örnekler.
4	Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma	Bu yaz hangi renkler kullanılacak ? Hangi ceket, pantolon giyilmeli ? gibi soruların karşılığı olarak tüketicilerin yeni ürün, hizmet ve fikirleri yakalamak amacıyla satın alma davranışları gerçekleştirmeleridir.
5	Sevdikleri İçin Satın Alma	Sevdiği veya yanında zaman geçirmekten mutlu olduğu kişiler için satın alma davranışında bulunanların, büyük bir haz ve mutluluk kaynağı olarak bunu gerçekleştirdiklerini söylerler.
6	Fiyata Endeksli Satın Alma	Her yıl ve mevsim başlarında artan fiyatların etkisiyle, değişen sezon ürünleri ve hzimetlerini yakalamak isteyen tüketicilerin, indirim karşısında rasyonel davranmaktan uzaklaşabileceğini öne süren ve bu nedenle hedonsitik tüketimi iten bir diğer neden olarak görülmektedir.

Kaynak: Literatürde yer alan bilgiler ışığında geliştirilmiştir.

2.4.1.5. Çeşitli Disiplinler İle İlgisi

Günümüz tüketim çağrılarının yukarıdaki nedenlerle bağlantılı olduğu düşünülebilir. Örneğin; gurmelerin önerisi şeklinde bir nitelemeyle trendi niteleyen çağrı, tüketicinin hedonistik tüketimini canlandırmaktadır. Buna ek olarak, nedenler kadar tüketim davranışını etkileyerek hedonistik tüketimi canlandıran birçok faktör de bulunmaktadır. Tüketici davranışı modellerinin birçoğunda ifade edilen tüketim kararını etkileyen faktörler aşağıda sıralanmaktadır:

1. Ekonomik Faktörler (Kişisel Gelir , Harcanabilir Gelir vb)
2. Sosyal Faktörler (Kültür, Grup, Aile vb)
3. Psikolojik Faktörler (Güdü, Algılama, Öğrenme vb)
4. Kişisel Faktörler (Demografik Faktörler, Deneyim vb)

Demografi bilimi, bütün ülkelerdeki veya bir ülkedeki nüfusun yapısal durumunu, hangi özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim gibi) barındırdığını araştıran bir bilimdir. Bir sonraki bölümde hedonistik satın alma davranışı üzerinde etkili olan demografik faktörlerin incelenmesi yer almaktadır.

2.5. Duyusal/ Hislere Dayalı/ Duygusal İktisat

Bu bölümde, İktisadi literatür içerisinde sıklıkla incelenmemiş bir konu olarak Duyusal İktisat ve gelişim süreci incelenecektir. Duyuların ve duyguların İktisadi literatür içerisinde Klasik Ekonomistlerden, Neoklasik Ekonomi'ye ve fayda teorisinin davranışsal yanlarını belirlemesi açısından Duyusal İktisat'ın incelenmesi önem arz etmektedir.

Fayda kavramını Bentham ile Hedonistik yönleri ile incelemeye alan İktisat, Marjinal analiz ile fayda –değer teorisinin biraraya gelmesi sonucunda fayda kavramını merkeze almıştır. Fayda kavramı, Klasik İktisatçılar arasında emek – değer teorisi içerisinde değişim değeri başlığı altında incelenirken Neo-Klasik İktisatçılar arasında fayda – değer teorisi içerisinde kullanım değerinin de konu edilmesi ile önem kazanmıştır.

Bölüm içerisinde ilk olarak Klasik İktisatta duyuların ve duyguların yerine, Neoklasik İktisatta duyuların ve duyguların yerine değinilecektir. Daha sonra

Duyuları/Duyguları modelleyen çalışmalara yer verilecek olup, İktisat Bilimi açısından Duyusal İktisat'ın önemine ve bundan sonraki çalışmalara kısaca değinilecektir.

2.5.1.Klasik İktisat ve Neo-Klasik İktisat Döneminde Duygular

Psikoloji bilimi kapsamında detaylı bir biçimde incelemeye konu edilen bir kavram olarak "duygu" kavramının, Kleinginna'nın (1981) yaptığı bir çalışmaya göre seksen iki ayrı şekilde tanımlandığı ortaya çıkmıştır. Birbirinden farklı duyguları araştıran bir çalışmaya Shaver 1987 yılında, Sacharain ise 2012 yılında imza atmıştır. Buna karşın, Davranışsal İktisat ve Deneysel İktisat kapsamında çalışmaları bulunan George Loewenstein'ın da çalışmaları devam etmektedir.

Adam Smith ile başlayan İktisat bilimi içerisinde duygular fayda kavramı çerçevesinde incelenmektedir. Adam Smith, "Ulusların Zenginliği" eserinde, kullanım değeri kavramını fayda ile bir tutarak değişim değerinin karşısına yerleştirmiştir(Stigler, 1950:307). Birçok farklı eserde vurgulanarak duygulara Klasik İktisatta değinilmiştir ancak herhangi bir analize duygular dahil edilmemiştir. Hedonistik İktisat'ın kurucusu, Jeremy Bentham ise " Etiğe ve Yasalara Giriş" başlıklı eserinde, fayda kavramını hedonik temelli değerlendirerek haz ve acı yolu ile fayda kavramının ölçümlenebileceğini önermiştir. Stanley Jevons ise bir birim acı ve haz ile faydayı ölçümlemenin mümkün olmadığını, duyguların miktarının ölçümleme noktasında bir işe yaramayacağını iddia etmiştir(Stigler, 1950:317). Bu kapsamda, Stanley Jevons Politik Ekonomi Teorisi (1871) isimli eserinde Haz ve Acının Teorisi başlığı altında görüşlerini belirtmiştir. Haz ve Acıyı ölçümleyebileceğini düşünerek matematiksel formulasyonlar geliştiren İktisatçı Francis Edgeworth, Marshall'ın kutusu ismiyle bilinen bir çalışma geliştirmiştir.

Hedonistik İktisat'ın doğuşu ve Marjinalistler ile birlikte yükselişi sonucunda Keynes öncesi döneme kadar egemen olan görüşler içerisinde marjinal analiz ile birlikte fayda-değer teorisinin egemenliğinin sürmüş olması bir tarafa, Neoklasik İktisatta karar alma süreçlerinde duyguların gözardı edilmesi ile karşılaşılmıştır. Buna karşın, iki ana yaklaşım çerçevesinde Neoklasik İktisatta duyguların rolü değerlendirilmiştir(Mas-Colell,1995:25). Tercih tabanlı yaklaşım ve seçim tabanlı yaklaşım olarak incelenen bu yaklaşımlar, Neoklasik teori içerisinde duyguların rolünü karar alma kapsamında açıklmaktadır. Bu kapsamda, tercih tabanlı yaklaşım modeli ile duyguların ekonomik

modeller içerisinde incelenmesi öngörülmektedir. Buna karşın, seçim tabanlı yaklaşımda duygulardan söz edilmemektedir.

Duyusal İktisat'ın önemi ve kapsamı ise, Hedonistik İktisat'In ana kavramlarından birisi olan fayda kavramını incelemesi açısından oldukça önem arz etmektedir. Fayda kavramı, Duyusal İktisat bağlamında, "karar faydası" ve " deneyimlenen fayda" olarak iki ana kısımda incelenmektedir. Gul ve Pesendorfer, bu ayrıma dayanarak iktisadi refah analizinin seçim faydasından çok deneyimlenen faydayı kullanması gerektiğini belirtmişlerdir(Gul ve Pesendorfer: 2008:45). Duyusal İktisat, fayda kavramından ayrı olarak Mutluluk araştırmaları da gerçekleştirmektedir. Duyguları konu edinerek doğrudan, Mutluluk kavramı ile ilgili çıkarımlar elde etmektedir. Ancak, mutluluk kavramının teorik olarak İktisat bilimi içerisine yerleştirilmesi gerekmektedir.

2.5.2.İktisatçıların Sınıflandırmaları İle Duygular

İktisatçıların, Duyusal İktisat kapsamına girebilecek tanımlamaları duyguların tanımlanması ile gerçekleşmiştir. Elster (1998)'de, " Duygular ve Ekonomik Teori" isimli eserinde davranışları açıklamada duyguların rolü üzerine düşüncelerini belirtmiştir(Elster, 1998:48). Elster'in sınıflandırmasına göre, davranışsal veya karakteristik kategorilerde pozitif ve negatif duygular bulunmaktadır. Dört ana başlık içerisinde incelenen duygular; ileriye yönelik olanlar başlığı altında korku ve umut, Sonraki hali etkileyen duygular olarak; sevinç ve keder, Fiili duygular olarak; pişmanlık, haz ve neşe sayılmaktadır. Vücudun iç işleyişine dair duygular olarak da; açlık, susuzluk, yorgunluk ve acı olarak sınıflandırma yapılmıştır.

İktisadi literatür içerisinde duygular üzerine gerçekleştirilen çalışmalar üç ana başlık içerisinde gerçekleşmiştir. Bu başlıklar; gerçekleşme öncesi duygular, anlık duygular ve gerçekleşme sonrası duygulardır. İnanç tabanlı duyguların analizi yöntemi ile analiz edilmektedir.

Gerçekleşme öncesi duygular kapsamında pişmanlık ve sevinç duyguları araştırılmıştır. Bell 1982 yılında pişmanlık teorisini, 1985 yılında ise hayal kırıklığı teorisini geliştirmiştir. 1986 yılında Loomes ve Sugden ise pişmanlık ve hayal kırıklığı teorisini geliştirmiştir. Hayal kırıklığından kaçınma teorisini 1991 yılında Gul geliştirmiştir. 2001 yılında gerçekleşme öncesi duygular kapsamındaki duyguların karşılaştırması Grant, Kaiji ve Polak tarafından yapılarak incelenmiştir. 2015 yılında ise

Bleichrodt ve Wakker tarafından pişmanlık teorisinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu teorilerin geliştirilmesinin arka planında, Kahneman ve Tversky'nin geliştirmiş olduğu beklenti teorisi ve Allais'in paradoksu bulunmaktadır. Tercih tabanlı bir teori olarak Gul'un 1991 yılında geliştirmiş olduğu hayal kırıklığından kaçınma teorisi, Loomes ve Sugden'in teorilerine bir alternatif sunmaktadır.

Anlık duygular kapsamında ise açlık, susuzluk, acı ve arzu duyguları araştırılmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen bir araştırmada Loewenstein, O'Donoghue ve Rabin (2003), vücudun iç işleyişine dair duyguların genellikle tam olarak hatırlanmadığı bilgisine ulaşmışlardır. Buna karşın Liabson'un, 2001 yılında özlem, şiddetli arzu, şehvet ve açgözlülük üzerine yaptığı bir çalışmada, bireysel tercihlerin oldukça değişken olduğu ve tercihlerin çoğunlukla bireylerin çevresine bağlı olduğunu göstermiştir. Çalışma sonunda, açlık ve susuzluğun içsel tüketim faktörleri olduğu ancak çeşitli dışsal faktörlerin tüketimi değiştirebilme özelliği taşıdığı bilgilerine ulaşılmıştır.

Gerçekleşme sonrası duygular ise genellikle anksiyete, endişe ve korku duygularını araştırma kapsamında incelenmiştir. Caplin ve Leahy (2001 ve 2004) ile Köszegi (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar kapsamında, sınırlı anksiyetenin tasarruf üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.5.3.Duyusal İktisat ve Geleceği

İktisatçılar günümüzde birçok duygunun iktisadi eylemler için önemini ve kapsamını araştırmaktalardır. Bu duygular sadece olumlu ve pozitif duygular değil, olumsuz ve negatif duygular da Duyusal İktisat kapsamında araştırılmaktadır. Bu araştırmaların bir kısmı psikoloji bilimi tabanında ilerlerken, bir kısmı da iktisat bilimi tabanında ilerlemektedir. Buna karşın duyuların ve duyguların rolü, gelişim gösteren ve görece yeni İktisadi okullar olarak kabul gören deneysel, davranışsal ve nöroiktisadi okullar içerisinde de araştırılmaktadır.

Duyusal iktisadın mutluluk kavramı ile ilgili çıktıları da değerlendirilerek, mutluluk kavramı ile ilgili çıktılar teorik altyapıya entegre edilmelidir. Duyusal İktisat'ın fayda kavramı ile ilgili olarak deneyimlenen fayda üzerine gerçekleştireceği tüm çalışmalar da hedonistik İktisat kapsamında anlık, süreli ve gözlemlenebilen faydalar sınıflandırılmalıdır. Duyusal İktisat kapsamında, dışsal faktörlerin de yer aldığı ve analizlere dahil edildiği modeller oluşturulması gerekmektedir. Duyguların

maliyetlerinin de araştırılarak iktisadi teoriler içerisine eklemlenmeleri de sağlanmalıdır. Tercihlerin daha net anlaşılması ile birçok sosyal problemin çözülebileceğini savunan Duyusal İktisatçılar'a göre asıl amaç tercihlerin ölçümlenmesidir.

BÖLÜM III

HEDONİZMİN ORTAYA ÇIKIŞI VE HEDONİSTİK İKTİSAT

İktisat biliminin ortaya çıktığı 18. yyda Yunanca bilmek ve üzerine çalışmak aydın ve seçkin olmanın kaynağı sayılmaktadır. Örneğin; Adam Smith Ulusların Zenginliği kitabında Democcritus'a bir defa, Plato ve Aristo'ya ise beş defa atıfta bulunmuştur(Savaş V,2002:27). Yirminci Yüzyıla kadar eski Yunan öğretisi, İktisat bilimi üzerindeki etkisini sürdürmüştür.

Her iktisadi düşünce dönemin ekonomik coğrafyasından etkilenerek o dönemin toplumsal yaşantısını etkileyen dini, felsefi ve sanat görüşlerinden kaynak bulmaktadır. Egemen görüş ve düşünce olarak o çağın ideolojisi haline gelen Yunan İdeolojisi ise üç kaynaktan beslenmiştir. Bu kaynaklar; tiyatro sanatının bir parçası olan tragedyalar, dini ve mitolojik düşünceler ve felsefedir.

İktisadı da derinden etkileyen ve iktisat bilimine temel atan felsefe bilimi her zaman iktisadi ideolojilerde kendisini göstermektedir. Bu kapsamda, bu bölümde, M.I. Finley'ın "The Ancient Economy" isimli eserinde kullanmış olduğu kronolojik sınıflandırmadan yola çıkılarak hedonizm ile ilgisi olan görüş ve düşüncelerin Fisher'a kadar olan gelişimi ele alınmıştır.

3.1. Hedonizm kavramı

Hedonizm, mutluluğun ve memnuniyetin maksimizasyonu ve hayatın anlamı olarak nitelendirilmektedir. Analitik anlamda, hedonizm iki ana kısma ayrılmaktadır : Filozofik(etik) hedonizm ve psikolojik hedonizm.(Warburton N:2006:24). Hedonizm kavramını incelemek üzere, Socrates öncesi iktisadi düşünceye ve o düşünceye yaşamı getiren aşamaları irdelemek gerekmektedir. Eski Yunan düşüncesinde altın çağ olarak nitelendirilen M.Ö. 5 yy da gözlemlenen tragedyalarda, Yunan yasalarındaki çelişki karşıtlıklar üzerinden eleştirilmektedir. Bu tragedyaların ünlü birisi olan Aristofanes'in Plutus isimli eserinde Yunan mitolojisinde baş tanrı olarak kabul edilen Zeus'un bir öyküsü anlatılmaktadır. Zeus herhangi bir neden olmadan Zenginlik Tanrınsın gözlerini kör eder, gözleri görmeyen Zenginlik tanrısı para ve serveti insanları bilmeden dağıtmaktadır. Kötü insanların iyilerden daha çok zengin olmaya başlaması ile Zeus' a ulaşan şikayetler sonunda Zenginlik tanrısı yaptığı hataları telafi etmeyi amaçlamaktadır. Ancak, Ticaret tanrısı Hermes bile para kazanmak için aşçı yanında çalışmak zorunda

kalmıştır. Bu tragedyada gözlendiği üzere, zıtlıklardan kaynaklanan bir anlayış hakimdir. Hedonizm de böylesi bir zıtlıkta iyi ve zevk verene kaçışı simgelemektedir.
İnsanın ve doğanın kökenlerini de araştıran Eski Yunanlılar, maddeci görüşleri savunan Anaksimenes'in havayı yaşamın kaynağı olarak görmesine karşın, maddeci düşünce karşısına Puthagoras ruh ve bedeni birbirinden ayıran düşünce sistemin çıkartmıştır.

Yunan felsefesinin çeşitli nedenler ile kaybolan eserlerinden dolayı ilk eserler sayılan Platonun diyalogları ile inceleme yapılmaktadır. Bu kapsamda, Sofistlerin düşüncelerine karşı çıkarak, mitolojiden mantığa geçişi oluşturan Socrates, öğrencisi Platon ve onun öğrencisi Aristoteles Eski Yunan ve iktisadi felsefelerin muhteşem üçlüsü olarak nitelendirilmektedir.

Aşağıda Socrates öncesi düşüncenin en önemli temsilcisi Democritus'un hedonizm çerçevesindeki görüşleri ve Socrates sonrası düşüncenin en önemli temsilcisi Platon'un hedonizm çerçevesindeki görüşleri paylaşılacaktır.

Hedonizmin, Aydınlanma Çağı sonrasında Jeremy Bentham ile birlikte Hobbes sonrası tekrar gündeme gelmesi, Hedonizmin felsefe ve ekonomi tarihinde oldukça önemli olduğunu göstermektedir.

3.2.Democritus ve Plato'nun Hedonizme İlişkin Düşünceleri

Tahmini olarak M.Ö. 5 yy da yaşadığı sanılan Demokritus, fizik bilimi ile de yakından anılsada geriye kalan metinlerinde İktisat bilimi içinde önemli görüşlere yer vermiştir. Hedonistik olarak karakterize edilemeyecek olan Demokritus, düşünceleri ile hedonistik felsefe ve iktisadın doğuşuna kaynaklık etmiştir. Demokritus, en az acı ile dolu olan ve en çok mutluluğu sağlayan yaşamın en iyi seçenek olduğu düşüncesinin hakim olduğu mutlulukçu felsefe düşüncesinin kurucusudur. Demokritus, Sokrates öncesi düşünürlerden birisidir. Demokritus'a göre ahlaki ve etik değerler mutlak, ekonomik değer kavramı ise subjektiftir. Subjektivizmi de Demokritus, memnuniyetin subjektifliği açısından ekonomik değeri anlatmaktadır. Faydanın subjektifliği kavramı ile aynı zamanda çok mutluluk veren şeylerin belirli bir ölçü kapsamında kullanılmaması durumunda mutsuzluk verebileceklerini de belirterek azalan marjinal verim ilkesini de açıklamış olmaktadır. Ancak Demokritus, hayatın kesin anlamı olarak faydayı nitelendirmemektedir. Ona göre, hayatın amacı ruhun dengeye ulaşmasıdır (Karayiannis, 1988: 8). Demokritus bu görüşleri ile hedonistten çok memnuniyet maksimizasyoncusudur.

Demokrutis faydanın sübjektif ve göreli olmasının da talepten kaynaklandığını düşünmektedir. Talebin niteliğinin kullanımda memnuniyeti ön plana alan durumunu da subjektivizim bünyesinde açıklamaktadır. Subjektivizmi de özel mülkiyet ile değerlendiren Demokritus'un bu düşüncesi kendisinden yüzyıl sonra Aristoteles tarafından savunulacaktır.

Platon'un iktisadi düşünceleri ise, çağdaşı olan Sofistlerin savunduğu mantıksal paradigmadan çok idealizme yakın bir inceleme kapsamındadır. Hocası Sokrates gibi siyaset dışında kalmayı tercih etmiştir. İdeal şehir devleti araştırırken şehir devlet halkını idealize etmek üzere iktisadi literatürde önemli bir yere sahip olan iş bölümü kavramını da araştırmıştır. İş bölümü insanlar arasında işlerin çeşitliliği ve becerilerinin farklılığı nedenleriyle ortaya çıkmıştır. İş bölümünün uzmanlaşmayı oluşturması da işbölümünü daha önemli hale getirmektedir.

Platon işbölümü dışında, adalet, lüks mallar, zenginlik ve servet ilişkisini de incelemiştir. Platonun ekonomik davranışların zevk ve acı içermesine ilişkin görüşleri de oldukça önemlidir. Platonun burada ifade ettiği fikirleri ile Bentham'ın fikirleri arasında oldukça önemli benzerlikler bulunmaktadır. Plato'ya göre doğru davranış sadece ahlaki yönden üstün değildir, daha çok zevk verirken katlanılan acıyı azaltır. İnsanlar zevki tercih ederlerken, acıdan kaçınırlar ve bütün çalışmalarında zevki artırmayı amaçlamaktalardır. Bunu yaparken de en az acı ile karşılaşmayı tercih etmektedirler. Platon'a göre, acının ve zevkin aşamaları bulumaktadır. Bu aşamalar ise sıklık, süre ve yoğunluğa göre değişmektedir.

3.3. Cyrenaicslerin Hedonizme İlişkin Düşünceleri

Hedonizme ilişkin olarak nitelenen Kyrenaikler ise, Sokrates'ı takip eden küçük bir gruptur. Kyrenaikler Aristipus(M.Ö. 435-356) tarafından kurulan bir öğretiye sahiptir. İsimlerini Aristuppus'un doğduğu Kuzeydoğu Afika'da yer alan Yunan kolonisi Cyrene den almaktadır. Kyrenaiklerin önemi, ampirik, skeptical ve duyusal hedonist olmalarıdır. Etik düşünce kapsamında kyrenaikler memnuniyeti en yüksek iyi olarak savunmuşlardır. Ayrıca, fiziksel memnuniyeti zihinsel memnuniyete tercih etmeleri ve şimdiki memnuniyeti de ileride elde edecekleri memnuniyete tercih etmeleri ile de kendilerinden öncekilerden ayrılmakta ve hedonizmin kapsamında bir genişletmeye gitmişlerdir. Bu sert ve radikal hedonizm anlayışı ile Epikurun orta dereceli hedonizminden oldukça ağırdır. Epikur ise hedonizm anlayışını geliştirirken

Aristipus'un öğretisinden faydalanmıştır. Aristippus, hazcı düşüncenin ilk savunucularından birisidir. Ancak hazcılık anlayışı bedeni hazlara dayanmaktadır. Aristippus hazcılığında, manevi hazlara ve ruhsal boyutlara yer verilmemektedir(Gürbüz, 2012:9-10).

Kyrenaikler, ampirikçiler ve skepticcilerdir. Ampirikci olmaları, potansiyel bilgimize sahip olma erişimine deneyimlerimiz ile sahibiz düşüncesi ile nitelendirilirler. Bu deneyimler herkes için özeldir. Skeptik olmalarının nedeni ise, dış dünyadan sağlanan bütün bilgilere sahip olunamayacağıdır. Bu noktada, birincsi algıların göreceli olmasının skeptik olmalarına neden olduğu da görülmektedir. Kyrenaikler ayrıca skeptisizm açısından Pyrhoncu skeptisimden farklılık göstermektedir. İlk farklılık: Kyrenaikler deneyimlerimiz bize sahip olabileceğimiz bilgileri sağlar demektedir. Pyrrhonistler ise bilgiye inanmamaktadır. Pyrrhoncular, hiçbirşeyin bilinemeyeceğini, doğru olan bir şeye de yanılabileceğimizden dolayı inanmanın mümkün olmadığını savunmaktadırlar. Bu nedenle, açık fikirli olarak şüpheci olmak gerekmektedir demektedirler. İkinci farklılık ise Kyrenaiklerin dış dünyadan herhangi bir bilgiyi almanın imkansız olduğunu vurgulamaları ancak buna karşın Prryhoncuların böyle bir bilgiye hiç kimsenin sahip olamayacağını iddia etmeleridir. Bilgi sınıflandırmasını kabul etmemektedirler. Üçüncü olarak da Kyrenaiklerin dış dünya varsayımına Prryhoncuların şüpheyle yaklaşarak böyle bir dünyanın varlığını sorgulamalarıdır(Voula T:1998:35).

Kyrenaiklerin düşünceleri, egoistik hedonizmin bir formu niteliğindedir. Nedeni ise kişisel menuniyetlerimizin bizim için değerli olan yegane şeyler olduğunu belirtmeleri ve diğerlerinin memnuniyetlerini hiçe saymaları nedeniyle bu kapsamda yer almaktadırlar. Kyrenaik düşünce çeşitli noktalardan eleştirilmektedir (Annas J:1993:56).
1.Kyrenaikler, en yüksek iyiyi, memnuniet olarak belirlemişlerdir, mutluluk değil.
2. Kyrenaik teori gelecek kapsamlı veya endişesi ile düşünülmemiştir.
Kyrenaisizm öğretisinin takipçileri ise Hegesias, Annceris ve Theodorustur (O'Keefe T:2002:395-416).

3.4. Gassendinin Hedonizme İlişkin Düşünceleri

Helvetius ve Gassendi arasında onlarca sene olmasına rağmen, görüşleri itibariyle her ikisi de aynı çağa aittirler. Tarihsel açıdan bakıldığında, Gassendi Aydınlanma Çağı'nın kitabının yazılmasından yaklaşık 20 yıl önce vefat etmiştir, ancak

kendisi fikirleri ile aynı düşünce iklimine aittir. Aynı zamanda Aydınlanma Çağı düşünürlerinin fikirlerini ifade eden gösterge şahsiyetlerden birisi olması nedeniyle Gaasendi, Fransız Aydınlanmasında oldukça önemli bir konuma sahiptir. Gassendi'nin ana özelliği, Aristotales'in düşüncesine büyüyen bir isteksizlik , reddediş ve deney ve gözleme doğru büyüyen bir ilgidir.

Bilimsel anlamda Gassendi, Aristotales düşüncesinin güçlü bir karşıtıdır. Aristotales'in karşıtı olarak, Gassendi Epikurist düşüncenin önemli bir savunucusudur. Gassendi, Epikurun atomizmi ile yaşının getirmiş olduğu makanik bilimi birleştirmiştir. Aynı zamanda, Epikur'un etik filozofisini Hristiyan ideolojisi ile birleştirmeye çalışmıştır. Bu noktada, sosyal bir çalışmacı olarak Gassendi bulunduğu toplumsal yapıdan da yararlanarak din tabanında çalışmalarını detaylandırmıştır. Gassendi'nin hedonizme katkısı, etik filozofi düşüncesi ile olmuştur. Epikurden beslenen bu düşünce, biraz da Kyrenaiklerden beslenmiştir. Ancak, Gaasendi bu noktada vücut tatmini düşüncesine sahip olan Kyrenaiklerin bu düşüncesinin mümkün olmadığını ifade etmektedir. Gassendi bunun nedenini ise Hristiyan ideolojisine Kyrenaiklerin vücut tatmini düşüncesinin entegre edilemeyeceği olarak belirtmiştir. Bu nedenle Gassendi, ünlü eseri Syntagma'da birkaç defa Kyrenaiklere atıfta bulunurken, birçok defa Epikur'e atıfta bulunmuştur.

Gassendi'nin etik filozofisinin köşetaşlarını, Epikür hedonizmi sağlmaktadır. Aristotales'in Çeşitli Formlardaki Paradokslar Kapsamında Reddedilmesi" isimli eserinde Gassendi, Aristotales'e Epikür'ün düşünce biçimi olan memnuniyetin maksmizasyonu ilkesi bağlamında karşı çıkmaktadır. Ayrıca bu eleştirilerine Gassendi psikoloji bilimini de katmıştır. Bu kapsamda, Gassendi yapmış olduğu çalışmalar ile filozofik ve psikolojik hedonizmin bir karmasını gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda kullandığı metolodoloji de Epikür'ün acı ve zevki hesaplama yöntemi ile benzeşmektedir.

3.5. Hobbes'un Hedonizme İlişkin Düşünceleri

Thomas Hobbes,(1588-1679) İngiltere'nin en önemli siyaset düşünürlerinden biridir. İnsanların bencil varlıklar olduğunu ve Machiavelli gibi insanın zayıf br varlık olduğu düşüncesindedir. Evden ayrılırken kapıyı kilitlemenin nedeninin kişisel kazanç umuduyla hareket eden benciller olunması olduğunu ifade etmektedir. Özünde herkesin bencil olduğunu savunmuştur. Thomas Hobbes'un hedonizm bağlamında etkisi ve önemi ise en ünlü eseri Leviathan dışında ruha önem vermeyen maddeci ve fizik hale önem

vermesiydi.

Gassendi'nin Fransa'da hedonistik bakış açılarını yeniden keşfetmesine benzer şekilde, Thomas Hobbes'ta İngiltere'de hedonistik yaklaşımları özellikle egoistik hedonizmi yeniden yorumlamış ve gündeme getirmiştir. Hobbes, Gassendi'nin çağdaşı ve Hristiyan ideolojisine Gassendi kadar önem vermiş bir düşünürdür. Ancak, Hobbes'ta Antik Yunan düşünürlerinin fikirlerini incelese de Gassendi gibi Epikur düşüncesini temellendirmemiştir. Bencillik düşüncesinin acı ve memnuniyet kapsamında yer alması, Hobbes'un etik düşüncesinin içerisinde yer almaktadır. Egoistik Hedonizm düşüncesi, Hobbes'un katkıları sonucu kendisinden sonra gelen Ortodoks İktisatçılar tarafından benimsenerek daha yakın bir düşünce olarak değerlendirilmiştir. Hobbes'un düşüncelerinin temelinde savunuculuğunu özellikle yaptığı materyalizm ideolojisinin de bulunuşu düşüncelerini hedonistik iktisat bağlamında değerlendirmek amacıyla önem arz etmektedir. Kendisinden önceki teorisyenler gibi Hobbes da, iyiyi memnuniyetle ve kötüyü de acıyla birlikte tanımlamıştır.

Acı ve memnuniyet tanımlamasından çok, kişisel çıkar ve ilgiyi tanımlaması ve hedonistik düşünce kapsamında ele alması ile Hobbes'un hedonistik düşünce zinciri içerisindeki yeri farklılaşmıştır ve bu kapsamda önemlidir. Hobbes, kişisel çıkarın kişisel ve sosyal önem arz ettiğini vurgulamıştır . Aynı zamanda, yıkıcı motive edici unsurların karışıklığa ve düzensizliğe yol açtığının altını çizmiştir. Hobbes'un hedonistik iktisatın yapıtaşlarına kaynaklık eden düşüncelerinin etkisini, bazı ekonomistlerce incelenen Mahkumlar Açmazı örneğinde olduğu üzere incelemek mümkündür.

Bu bilgilere ek olarak, kişisel çıkar ile acı ve memnuniyet arasındaki bağlantı ise açıktır: Bireyler sürekli kendi memnuniyetlerini en yükseğe çıkartmaya çalışmaktadırlar. Hobbes'un bu konudaki görüşleri daha çok psikolojiktir. Bu nedenle Hobbes'un hedonizmi, psikolojik hedonistik egoizm olarak nitelendirilmektedir. Buna karşın, Bentham'ın faydacı yaklaşımı temsil eden Faydacılar Hobbes'un egoizmini reddetmişler ve bireysel iyiyi sembolize eden Hobbes'un düşüncesi yerine ortak iyiyi çözümlemeye uğraşmışlardır(Eshleman,1956:620).

3.6. J. Bentham ve Hedonistik İktisat

Hedonizmin Aydınlanma Çağı sonrası modern düşüncede ele alınması 19.yyda Jeremy Bentham ile gerçekleşmiştir. Bentham, birçok ekonomisti ve ekonomik politikayı yönlendiren faydacılık teorisinin kurucusu olarak bilinmektedir. Bentham ise

sadece ekonomist olarak tanımlanamaz. Ekonomik yazıları olmasına karşın temelde felsefe asıl ilgi alanıdır.

Faydacılık teorisi, iyi ve doğru olana odaklanmayı amaç edinmiştir. Bu teorinin temelleri ise, Antik Yunan felsefesinde Demokritus, Epikür ve Aristuppus'un düşüncelerine dayanmaktadır. Bentham'ın etkilendiği Epikür, Demokritus ve Aristippus'un aksine akılcı bir yaklaşımla hazcılığı konu edinmiştir. Epikür'e göre maddi açıdan temellendirilemeyecek düşünceler ve manevi boyutlar korku ve endişe yarattığından faydasızdır. Epikür bu bağlamda korku veren manevi düşünceleri zararlı bularak bunun haz ve acı oranı gözetilerek ele alınmasını ifade etmiştir. Epikür ahlakında, en büyük hazzı veren ne ise o en doğru eylem olarak nitelendirilmiştir. Epikür, hazzı bedensel ve maddiyatçı olarak gören Aristippus'tan manevi boyutları konu edinen bir hedonizm anlayışı geliştirerek farklılaşmıştır. Aristuppus, bedensel ihtiyaçların doyumunu haz ve mutluluk formulu olarak görürken, Epikür ise acı duymanın azlığının en büyük mutluluk kaynağı olabileceğini belirtmiştir. Faydacı düşüncede de önemli olan eylemin sonucunun Epikür tarafındanda önemsenerek eylemlerin sonucunun haz verip vermemesine göre eylemleri değerlendirmiştir.

Bentham üzerinde bu kapsamda, Epikür'ün izleri ve etkilerini görmek oldukça mümkündür. Örneğin; Epikür'ün sonuçlara bakılarak değerlendirme yapılması ve eylemlerin doğrudukları sonuçların haz hesaplaması yöntemi ile hesaplanması kavramını kullanmıştır. Fayda kavramını da Bentham, bireyin içsel mutluluğu ile ölçülebilen pskilojik ölçüm skalası olarak öngörmektedir(Lowry, 1981:819-820). Demokritus, Aristippus ve Epikür'ün katkıları ile doğan faydacı hedonizm anlayışı, Bentham ile sistemleşmiştir. Sistemleşen faydacı felsefesi düşüncesi, Neoklasik İktisat üzerinde büyük etkiler oluşturmuştur. Örneğin, Klasik ve Neoklasik (Anaakım) İktisatın yapıtaşlarından olan rasyonellik ilkesi, faydanın da rasyonelce elde edileceğini öngörmesi açısından Benthamcı anlayış ile yakından ilişkilidir. Bentham'ın İktisadi Literatürü ve Klasik İktisatçıları etkileyen " Introduction to The Principles of Morals and Legislation"(1789) isimli eserinde, günümüz iktisadi literatürünü derinden etkilemiş kavram ve kavramsal boyutları gözlemlemek mümkündür.

Bentham'a göre acı ve haz kavramları toplumsal ilişkilere yön veren ana kavramlardır. Bu kavramsal tanımıyla Bentham, Epikür'den bireyi baz almayarak ayrılmaktadır. Epikür'ün felsefik yaklaşımı bireyi baz almaktadır. Bentham ise hazza yönelişin ve acıdan kaçınmanın tüm insanlarda gözlemlenebilen global nitelikte bir olgu olduğunu öne sürmüştür.

3.7. Bentham Sonrası İktisat Bilimi ve Hedonizm

Bu kısımda öncelikle, J.S. Mll'in Bentham sonrası görüşlerinde izlenen hedonizm çıktıları ve Marjinalistlerde gözlemlenen hedonizm ifade edilecektir. Bentham kendisinden sonra gelen birçok düşünür oldukça kapsamlı bir biçimde etkileyerek ekonominin tabanını ve teorilerini derinden etkilemiştir. Bu kapsamda, eserlerinde Bentham'ı takip ettiğini ifade eden J.S.Mill ile Bentham sonrası süreç değerlendirilecek olup, daha sonra Marjinalistlerin hedonizm ile ilgili olan ilişkisi derinleştirilecektir.

3.7.1. J. S. Mill'ın Hedonizm İle İlişkisi

J.S. Mill, felsefeci olan babası James Mill'den önemli ölçüde etkilenmiştir. İktisadi literatürde dış ticaret teorisi kapsamında bilinen Karşılıklı Talep Kanunu'nu John Stuart Mill'e aittir. Bu teorisi, ünlü İktisatçı F. Edgeworth tarafından ve daha sonra A. Marshall'ın katkıları ile ortaya çıkartılan teklif eğrileri ile matematiksel düzlemde yerleri çizilebilmiştir. Bu teorinin yanında Mill'in daha çok bilinmeyen yanlarına değinmek gerekemektedir. Mill, felsefeci babasından aldığı eğitim sonucunda Çağının önemli düşünürleri David Ricardo, Jean-Baptiste Say ve Jeremy Bentham gibi dönemin ve bütün bir bilim sürecinin önemli isimleri ile etkileşim içinde olma şansını yakalamıştır.

Aynı zamanda, J.S.Milll'in günümüzde uluslararası fiyat kuramı olarak geçerli olan kuramını ve Karşılıklı Talep kanunu'nu oluşturması ayrıca bunun teklif eğrileri ile gerçekleşebileceğini belirtmesi, Mill'in görüşünün altında ekonomi-politik konusunda beslediği düşünce yatmaktadır. Mill de Hobbes'un aksine toplumcu çizgide yer alarak Bentham'ın toplumcu fayda anlayışını benimsemiştir. Hatta Mill, Adam Smith'in bütün insani güdülerin altında kişisel çıkarın yattığına dair anlayışını da reddetmişrir.

J.S. Mill, babası gibi Benthamcı düşünceye katkıda bulunmuştur. Bentham, faydacı düşünceyi sistematize ederek Epikür ve diğer faydacı olarak nitelendirilen Antik Yunan temsilcilerinden farklılaşmıştır. J.S.Mill'in babası James Mill, Bentham'ın organizasyonel yeteneklerini tanımlayan, bir fikir babası ve organizasyon liderinin ruhu gibi görülmektedir (Sorley, 1951: 216). Bentham ise, organizasyonel yetenekleri ile İngiliz Parlamentosunda bütün İngilizlerin sorunlarına çözüm bulabileceğini düşünmüş ve yasaların daha çok mutluluğa ve yönetim düzeninin daha çok mutlu insana ulaşabilmesi açısından aktif bir faydacılık başlatmıştır. Bentham, faydacı düşünceyi

politik bir araç haline getirmek üzere yola çıkmamış, ancak Felsefi Radikaller grubu oluşarak İngiliz Parlamentosu'nda "The Westminster Review" olarak 1824 yılında bir yayın organı çıkartmışlardır. Bentham'ın toplumcu ve aktif vatandaşlık anlayışını savunan görüşleri bünyesinde Bebtham'ın arkadaşı da olan Stuart Mill'de, faydayı toplumcu düzende düşünmüştür. Babası James Mill, faydacılığı politikaya entegre etmeyi amaçlamışken, Stuart Mill'in eserleri ekonomi içerisine faydacılık kapsamında hedonizmi entegre etmeyi amaçlamıştır. Örneğin; "Utilitarianism" isimli kitabında Mill faydacılığı yorumlamıştır. Mill eserleri ile birçok iktisatçıyı özellikle de Marjinalistleri etkilemiştir. Buna karşın, Stuart Mill'in faydacılığı Bentham faydacılığından daha yumuşaktır. Bu kapsamda, Stuart Mill, yarı ideal bir faydacı olarak nitelendirilmektedir.

3.7.2. I. Ve II. Nesil Marjinalistlerde Hedonizm

20. yy'a girmeden hemen önce, Klasik İktisadın temel aldığı emek-değer teorisi yerini NeoKlasik akım içerisinde fayda-değer teorisine bırakmak zorunda kalmıştır. Piyasadaki fiyatların belirleyicisi konumunda yer alan emek, yerini bir ölçüm skalası olarak fayda kavramına bırakmaktaydı. Bu dönemde ortaya çıkan fikri İktisat okulunun temsilcilerini, iki grupta konumlandırmak mümkündür. Bununla birlikte, Marjinalizmin öncüleri de başta H. Heinrich Gossen olmak üzere, H. Von Thünen ve Jules Dupuit olarak sıralanmaktadır. Ancak en önemli öncü olarak Herman Heinrich Gossen kabul edilmektedir. I.Nesil Marjinalistler, Lozan Okulunun Kurucusu Leon Walras, Stanley Jevons ve Avusturya Okulunun kurucusu Karl Menger olarak sıralanmaktadır. II. Nesil Marjinalistler olarak ise, Alfred Marshall, Irving Fisher ve Amerikalı İktisatçı John Bates Clark sıralanmaktadır.

Marjinalistlerin İktisat bilimi açısından önemi şu şekilde sıralanabilmektedir:

1. Fayda kavramını, emek-değer teorisini yerinden ederek fayda-değer teorisine yerleştirmişlerdir.
2. Subjektivist bir anlayış ile değer kavramını açıklamışlardır.
3. Subjektif değeri, marjinal fayda olarak isimlendirmişlerdir.
4. Günümüz mikro iktisadında yer alan teorileri kurmuşlardır.
5. İktisadi literatüre, marjinal fayda kavramını, marjinal analizi, azalan marjinal fayda kavramlarını kazandırmışlardır.

Marjinalizmin öncülerinden Heinrich Gossen (1810 -1858), Marjinalist devrim olarak nitelendirilebilecek Marjinal Akımın ilk savunucusu olsa da eserleri zamanında farkedilmemiş hatta piyasadan toplatılmıştır.(1854) Gossen, "İnsan İlişkileri Kurallarının Gelişimi ve İnsan Davranışları Kurallarının Sonuçları" isimli eserinde hedonizm temelinde rasyonel tüketici dengesini fayda kavramından yola çıkarak anlatmıştır. İktisadi literatüre girmiş bulunan Gossen yasalarında da Gossen Marjinal Fayda Prensiplerini belirtmektedir. Diğer öncülerden, Von Thünen marjinal verim kavramı üzerinde, J. Dupuit ise marjinal fayda ve talep üzerine çalışmalar yapmıştır.

19. yy ortalarına doğru, İngiltere merkezli gerçekleşen Sanayi Devrimi sonrası yaşanan küçük ölçekli işletmelerin sıklığı karşısında Adam Smith'in emek-değer kuramının ve piyasa analizine bakıldığında anlamını yitirmesi üzerine, 1870li yıllarda ardı ardına bağımsız çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaları gerçekleştiren İktisatçılar, I. Nesil Marjinalistler olarak nitelendirilmektedir. Stanley Jevons, "Politik Ekonomi Teorisi"(1871) ile, Karl Menger " İktisadın İlkeleri" ve Leon Walras ise "Soyut İktisadın Unsurları" isimli eserleri ile Bentham'ın faydacı yaklaşımına önemli katkılar sunmuşlardır. Bu çalışmalar ile Adam Smith'in çok öenmsemediği "değişim değeri" kavramına fayda bağlamında yaklaşılmıştır(Roncaglia, 2005: 278).

Eserinin önsözünde Bentham'ın faydacılık üzerine düşüncelerinden etkilenerek, değerin kaynağını fayda olarak gösteren S. Jevons(1835-1882), üretim sürecinden çok tüketim sürecine odaklanmıştır. Jevons'a göre birey, tüketimden elde edeceği faydayı maksimize etmeyi amaçlamaktadır. Jevons'un faydacı akıma katkısı; bireyin tüketim sonucu toplam faydasının artıyor iken, en son tükettiği birimden elde ettiği faydanın azaldığına dair bulgusudur.

Avusturya Okulunun kurucusu olarak bilinen Karl Menger(1840 – 1921) ise eserinde, bir mala olan talep üzerine odaklanarak, bir mala olan talebi, malın fiyatı ve tüketicinin tüketimi sonunda bu maldan sağladığı marjinal fayda kavramı ile anlatmıştır. Malın miktarı ve fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkiyi Karl Menger, marjinal fayda kavramı ile kurmuştur. Menger'e göre, faydanın maksimize edildiği noktada her bir malın sağladığı marjinal fayda birbirine eşitlenir(Hunt, 1972:331). Karl Menger, oluşturduğu Marjinal Değerler Skalası ile değerin sübjektif bir kavram olduğunu ve iktisadi mal ve hizmetlerin değerlerinin bireyin ihtiyaç ve isteklerine ve tüketim tercihlerine göre değişebileceğini belirtmiştir.

Lozan Okulunun kurucusu olan Leon Walras(1834 – 1910) da, üretim sürecinden çok tüketim sürecine odaklanmıştır. Fiyat ile miktar arasındaki karşılıklı

bağımlılık ilişkisinden faydalanarak Leon Walras Genel denge teorisini geliştirmiştir. Walras, tüketim üzerine odaklanarak tüketim üzerinden fikirlerini açıklamıştır. Anaakım iktisat, faydanın ölçülebilir veya ölçülemez olduğunu kabul eden iki ana akıma ayrılmaktadır. Faydanın ölçülebileceğini savunan iktisatçılar(Kardinalistler), fayda birimi yoluyla tüketimden elde edilecek faydanın ölçülebileceğini savunmaktadırlar. Kardinalistler, marjinalizme dayalı kavramlar üzerinden ölçümleme yapabileceklerini belirtmektedirler. Bu kavramlar ise Marjinalistlerin ortaya koymuş oldukları; marjinal fayda, azalan marjinal fayda(I. Gossen Yasası) ve toplam fayda kavramlarıdır. Bireyin belirli bir süre içerisinde tükettiği mal ve hizmetin bütün birimlerinden elde ettiği faydaya toplam fayda, bireyin bu belirli süre içerisinde tükettiği mal ve hizmetin her ilave biriminden elde ettiği faydaya marjinal fayda denilmektedir. Toplam faydada meydana gelen değişiklik, bireyin her ilave mal ve hizmet tüketimi sonucunda meydana gelen değişikliğe eşit olmaktadır. Bu eşitliğe bir başka deyişle marjinal fayda da denilmektedir(Ünsal, 2010:135) I.Gossen Yasası olarak da kabul edilen azalan marjinal fayda ilkesi ise, bireyin belirli bir süre içerisinde tükettiği belirli mal ve hizmetlerden belirli bir dönem içerisinde kullanım miktarı arttıkça, her bir kullanımdan yani ilave birimden elde edeceği faydanın azalması ilkesidir. I.Nesil Marjinalistler, özetle sübjektif değer teorisine dayanan marjinal fayda teorisini geliştirmişlerdir.

II. Nesil Marjinalistler yukarıda üç isim ile ifade edilmektedir. Ancak isimler çoğaltılabilir ancak İktisadi literatüre ve önem sırasına göre sıralanmış çalışmalara bakıldığında ilk olarak sıralanmış bu İktisatçıların Marjinalizm kapsamında incelenmesi planlanmıştır. II.Nesil Marjinalistlerden Alfred Marshall(1842-1924), NeoKlasik Akım içerisinde yer alan Cambridge Okulunun kurucusudur. John Maynard Keynes ve C. Pigou'nun Cambridge de derslerine girerek onları İktisadi çalışmalara yönlendirmiştir. Emek- değer ve fayda-değer teorilerin sentezleyerek marjinal faydayı Dupuit çizgisinde birleştirmiştir. Keynes, Marshall için" "Bir bilim adamı olarak kendi alanında 100 yılın dâhisidir." demiştir. Matematiği kullanarak yaptığı çalışmaları ile marjinalizmin eğrilerinin literatüre girmesini sağlamıştır. Kısmi denge analizi kavramı ile Leon Wlaras'In genel denge teorisinin aksine değişkenleri ceteris paribus yaklaşımı ile sabitleyerek dinamik olmayan bir ekonomik ortamda ölçümlemeleri kolaylaştırmayı amaçlamıştır. Bu amacı, Hicks'e göre statik analizden dinamik analize geçişin son aşaması olacaktır(Hicks, 1967:57).

John Bates Clark'da II.nesil İktisatçılar arasında sayılan, Amerikalı İktisatçı henüz yeni semayeleşen Ülkesinde marjinal faydayı kullanarak emek ve sermayenin gelişimini

incelemiştir. Irving Fisher ise marjinal fayda kuramını matematikleştirerek önemli katkılarda bulunmuştur. Marjinal fayda kuramında fiyatın oluşumuna dair yaptığı çalışmalar ile Fisher, Marjinalizm ve dolayısıyla Neoklasik akıma önemli girdiler sağlamıştır. Özetle, II.Nesil Marjinalistler, marjinal analizin uygulama alanını ve kapsamını genişletmişlerdir.

3.8. Hedonistik İktisat

Yunanca, ηδονισμός kelimesi ile ifade edilebilen "hedonizm" kısaca zevki anlatırken, neyin bizim için iyi olduğunu ve bunlara karşı nasıl davranmamız gerektiğini anlatırken, diğer taraftan bizim zaten yaptıklarımıza devam etmemiz gerektiğini anlatan bir kavramdır. Tüm hedonizm tanımları yapılırken, iki kavram üzerinden bütüne gidilmeye çalışılır. Bunlar : zevk ve acıdır.

Felsefik Hedonistler, iyi ve sağlıklı yaşam için hedonistik değer teorilerine odaklanma eğilimi içerisindedirler. Felsefeci olarak hedonistler, Değer Teorileri içerisinde belki de en eski, basit ama çok geniş bir alanı kapsayan bir teoriyi incelemektedirler. Felsefeci hedonistler, Hedonizmi kısaca, zevk iyidir şeklinde tanımlamaktadırlar. Yaşamı için zevk almayı ve acıdan kaçınmayı seçen bir bireyin felsefe sistemi, hedonistik felsefecilerin savudnuğu bir noktadır. Birçok Felsefeci ve filozof ekonomi konuları ile ilgili olan araştırmalarında birey ve toplum bünyesinde gerçekleşen harcamaları değerlendirmişlerdir. Örneğin; Aristoteles'in krematistik değerlendirmesi hedonizm ve hedonistik tüketim olgusunu konu alan bir değerlendirmedir. Açıkcası Platon sonrası Aristoteles'in düşünceleri ekonomik olaylara yaklaşımı açısından neo liberal politikaları eleştiren ve Anaakım'ın uygulamakta olduğu ve kurumsallaştırdığı kavramlara karşı çıkan bir yapıda olmuştur. İcat etmiş olduğu kelime olan krematistik ile Aristoteles, doğal olmayan kazanç yollarına ve bunlardan elde edilecek getirilere karşı çıkmıştır. Bu şekilde getiri elde edenlerin yapacakları harcamaları da değersiz bularak, onları gerçekten gereksiz bulmaktadır. Örneğin; Aristoteles'in Politika isimli yapıtında bahsettiği, işadamı kavramına Aristoteles gerçek Mutluluk Arayışı kapsamında yaklaşır ki eserinde de işadamını " doğa dışı yaratık " olarak tanımlamaktadır. Aristoteles'in hedonizm ekonomisi düşüncesine katkısı ise, en başta kurgulamış olduğu açık ve kapalı sistemler içerisinde etik ve etik olmayan evren değişkenlerini değerlendirmiştir. Aristoteles, hedonistik tüketimi, krematistik (etik olmayan açık sistem) olarak değerlendirmektedir. Aristoteles'e göre, krematistik olan

hedonistik tüketim, yırtıcı ve yağmacı kapitalizm olarak değerlendirilmektedir. Hedonistler zevki ve acıyı tanımlayarak kendilerini ifade etmeye çalışırlar. Bu nedenle, onlar için örneğin : nazik ve hoş bir masaj zevki, sevdiği birinin ölmesi ise acıyı çağrıştırmaktadır. Hedonizm bu nedenle doğal olarak zevkin değerli olduğunu iddia etmektedir.

3.9. Hedonizm Türleri

Halk Hedonizmi: Modern literatürde hedonizmi kullandığımızda veya felsefe içeren bir konuşma yapmadığımızda, hedonizm filozofların düşündüğünden biraz farklı bir noktaya işaret etmektedir. Filozof olmayanlar ve felsefe dışı olanlar, hedonist bir insanı geleceğini düşünmeden sadece zevki arayan bir insan olarak düşünme eğilimi içerisindedirler. Filozof olmayalar için, tek tipleştirilen hedonistler cinsel ilişki için hiçbir fırsatı kaçırmayan, radikal ve toplumun genelinin kaçındığı uyuşturucu vb. maddeleri kullanma eğiliminde olanlar olarak anlaşılmaktadır. Bu türden bir halk hedonizmi, motivasyonel ve hedonistik egoizm türlerini içeren bir karma hedonizmdir.

Değer Hedonizmi: Filozoflar hedonizm hakkında konuşurlarken, hedonizmi değere ilişkin bir şey ve daha da özel olarak iyi olma hali ile ilişkilendirirler. Filozoflar bu noktada, hedonizmi değere ilişkin bir teori haline getirerek dopal olarak değerli olanın zevk sağladığı ve acının değersiz olduğunu savunurlar. Onlara göre :" zevk, geleceğe ilişkin tek iyi; acı, geleceğe ilişkin tek kötüdür" (Moore ve Crisp 1996:599).
Belirtmek gerekir ki değer hedonizmini diğer hedonizm türlerinden ayıran temel nokta, zevkin içten olması noktasıdır. Çünkü böyle bir durumda, kişi kendi hesabına iyi ve zevk biriktirmektedir.
Yani içten olan zevk, araçsal olan zevk karşısında değerlidir. Örneğin: para bu noktada, araçsal bir enstrüman olduğu için içsel olarak değerli haline göre daha değersizdir. Çünkü hiç kimse para ile bir şey alıp satmazsa para kendiliğinden değer kaybedecektir bu nedenle de para değerli değildir. Ancak Değer Hedonistlerine göre, para ile alabildiğimiz şeyler olduğunda ve çoğaldığında para bizim için değer kazanır. Örneğin; yiyecek, kıyafet vb aldığımızda.

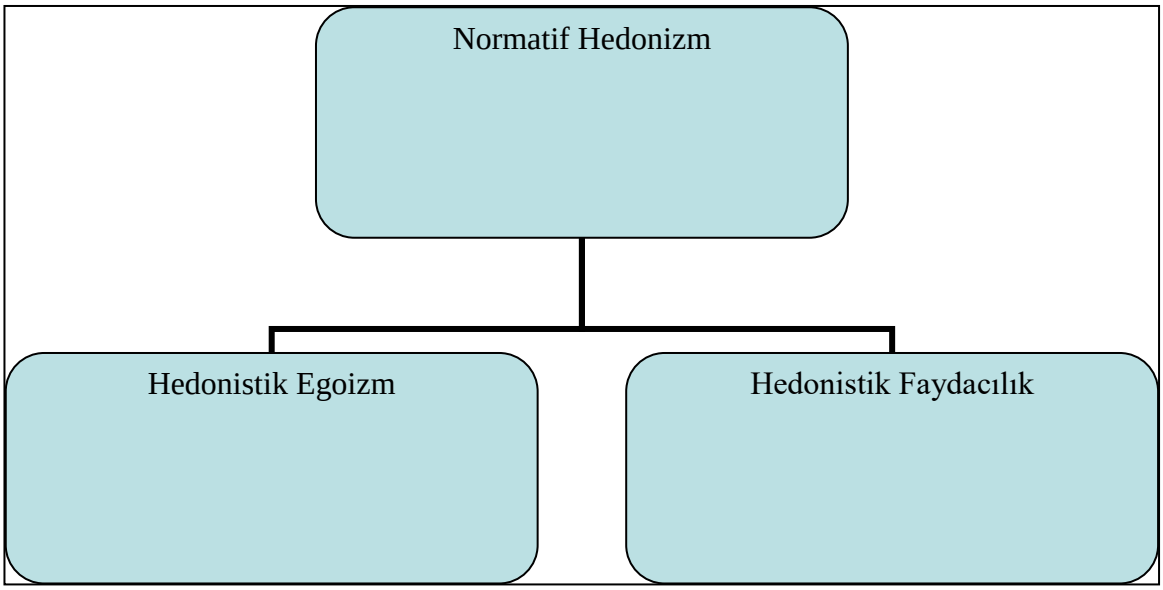
Tutumlu Hedonizm: Bu hedonizm türü açıkçası, değer hedonizminin karşısında olan hedonizm türüdür. İyi olma halini yansıtan daha spesifik bir tür hedonizmdir. İnsanların hayatlarını iyiye götüren şeyler ve kötüye götüren şeyler ile ilgilenir. Örneğin; Peter Singer'İn sormuş olduğu bir soru tutumlu hedonizmi anlamaya yardımcı olacaktır. Singer hayvanlar üzerine çalışılmasını, bazı insanların hayvanlar acı duyduklarında tepki göstermeleri veya tepki duymalarını anlamaya yardımcı olmak üzere incelemiştir. Tutumlu hedonizme göre, insanlar onlar için mutluluğun en değerli şey olduklarını bildiklerinde, acıdan ziyade zevke kaynaklık eden mutluluğa eğilim gösterirler. Tutumlu hedonizm ve değer hedonizmi arasındaki temel fark, zevki yorumlamaları ve acıdan kaçınmayı tanımlamalarıdır. Tutumlu hedonizm, birçok başka hedonizm türlerinin biraraya gelmesi ile oluşmaktadır. Ancak buna karşın, iyi olma halini ve mutluluğu yorumlaması ile değerlendirme açısından oldukça önemi bir yere sahiptir.

Motivasyonel Hedonizm (Psikolojik Hedonizm): Motivasyonel hedonizm, psikolojik hedonizm unsurlarına atıfta bulunması nedeniyle doğrudan psikolojik hedonizm olarak da isimlendirilir. Motivasyonel hedonizm kısaca, tüm davranışlarımızda arzuladığımız zevki karşılamayı ve acıdan kaçınmayı ifade eder. Motivasyonel Hedonizm, bilişsel ve bilişsel olmayan zevkleri içermektedir. Açıkcası Epikür, Jeremy Bentham ve John Stuart Mill, Motivasyonel Hedonizmin varyasyonlarını tartışmışlardır. Bentham, bu konudaki fikrini destekleyici teori olarak Hedonistik Faydacılığı kullanmıştır.

Motivasyonel Hedonizmin, zayıf versiyonunda zevke ulaşmak için istek ve acıdan kaçınmak davranışlarımız üzerinde bazı etkilere sahiptir iddiasında bulunmaktadır. Motivasyonel hedonizmin güçlü versiyonunda ise tüm davranışlar kesin bir biçimde, zevki karşılamayı ve acıdan kaçınmayı amaçlar der. Plato'nun Gyges Yüzüğü örneği, Motivasyonel Hedonizm için açık bir itirazdır. Sokrates, Glaucon ile bir yüzük hakkında tartışır. Eğer bazı kişiler görünmezliği de içeren bir yüzüğe sahip olsalardı, Glaucon' a göre bu durum Motivasyonel Egoizm'in bir versiyonu olurdu. Motivasyonel Egoizm bir kişinin eylemlerini yaparken sadece kendi hayatının gelişimini düşünmesi demektir. Motivasyonel Hedonizmin, Motivasyonel Egoizm'in bir alt başlığı olmasına rağmen, ayrıldıkları noktalar olmaktadır.

Normatif Hedonizm: Değer Hedonizmi, genellikle motivasyonel hedonizmden faydalanmaktadır. Ancak mutluluğa ulaşılmasını, Normatif Hedonizm ile birlikte Etik Hedonizm de savunmaktadır.

Normatif Hedonizm ise ikiye ayrılır :



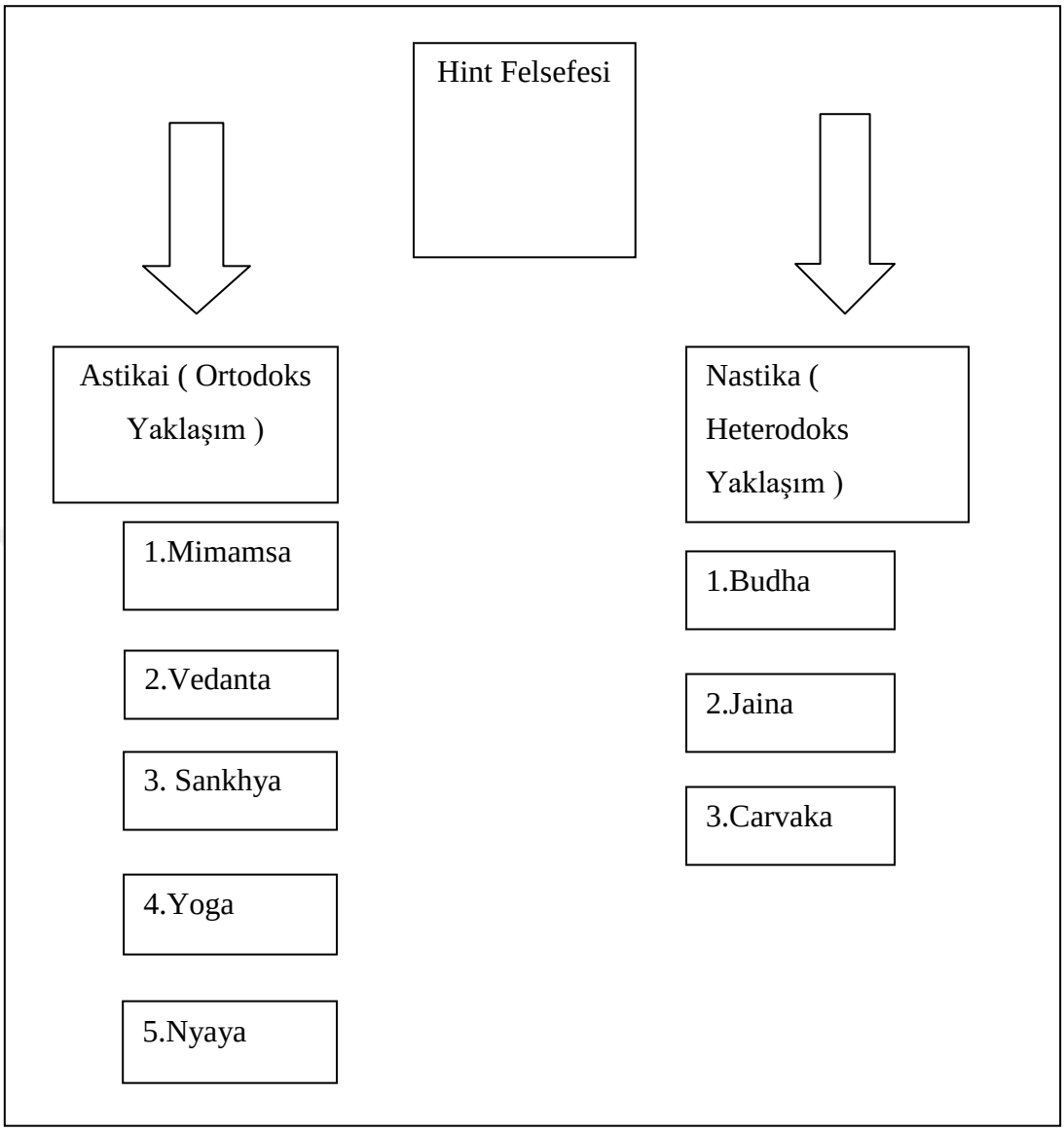
Şekil 11. Normatif hedonizm türleri

İki hedonizm türü de mutluluğu (zevk – acı) tanımlamaya ve yorumlamaya çalışmaktadır. Hedonistik Egoizm, kısaca kendi basit ilgi alanlarımız için en iyisini yapmayı arzu etme ve gerçekleştirmedir. Bizi mutlu yapan ilgilerimiz bizim için önemlidir. Bu teorinin en itici ve etik bulunmayan kısmı, sonuçlarının kimseyi etkileyip etkilemeyeceğine göre hiçbir değerlendirmenin yapılmadan davranılmasıdır. Diğer taraftan hedonistik faydacılık ise, hedonistik egoizmden daha adildir. Başka bireyleri düşünmeye ve davranışların sonuçlarını da değerlendirme süreçlerini içerir.

3.10. Hedonizmin Tarihsel Doğuşu

Eski Yunan'dan önce de Hedonizmin ve hedonizmin en dikkat çekici konularının tarşıldığı düşünülmemiştir. Ancak tarihsel kayıtlara göre bu durum doğru değildir. Hedonizm'in, tarihsel belge ve kayıtlarda yer alması Eski Hint uygarlığına kadar gitmektedir. Bu dönemde oldukça detaylı bir şekilde felsefik boyutlarıyla tartışılan bu kavram hatta yerini, "Carvaka" olarak isimlendirilen bir dönem içerisinde bulur.

Aşağıda Hint Felsefesine göre Carvaka'nın yeri bulunmaktadır.



Şekil 12. hint felsefesi'nde hedonizm öğretisinin yeri (carvaka).

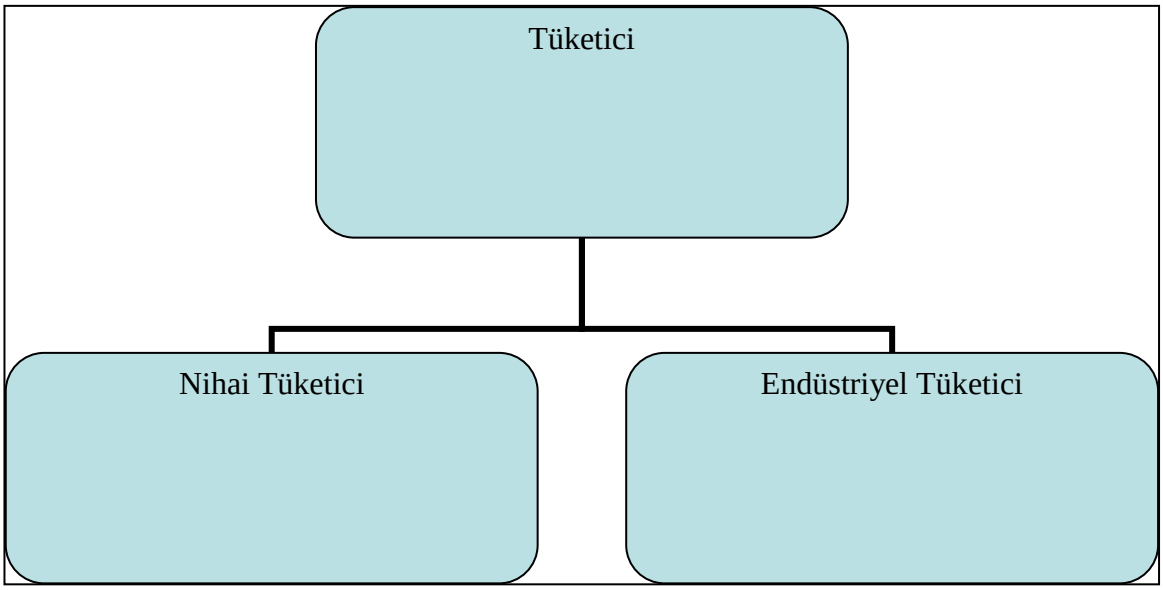
Kaynak: Horsley, M.2013

Hint Felsefesi'nde Vedic Öğretiler arasında yerini alan Hedonizm, Yunan Felsefesi'nde Aristippus ve Cyrenaics ile canlanır. Cyrenaics, Aristippus tarafından kurulan, Hedonistik Egoizme sahip bir öğretidir. Onlar için tek amaç kendi benliklerinin doyum yolunda yol almasıydı. Mutluluğu, total haz ile tanımlıyordu. Aristippus'un Hedonistik Egoizmine karşı çıkan Epikür oldu. Epikur, Normatif Hedonizmin savunucuydu. Epikuros'a göre, Aristippus tutkularının esiri olmuş ve mutlu değildi. Epikuros'a göre, yaşamdaki tek iyiden söz edilebilirse bu da mutluluktu. Mutluluk da Ona göre, haz ile aynı anlamdaydı. Hedonizmin sonraki gelişim süreci ise Bentham (

1748 – 1832) ile birlikte 18. yy da oldukça hızlandı. Bentham, Hedonik hesaplama üzerine çalışarak bir kalkülüs oluşturarak bu alan üzerine önemli eserler bıraktı. Aynı zamanda, John Stuart Mill'de, Bentham'ın görüşlerinden etkilenirken, Bentham'ın açmış olduğu yolda yürümüştür. Örneğin ; Bentham'ın kantitatif hesaplarla hedonizmi ölçümleyebileceğini savunan Sayısal Hedonizminin sonuçlarını Mill incelemiştir.

Tüketim, hayatımızın devamı için en temel manasıyla sosyal ve biyolojik hayatımızın devamı için gerekli ayrılmaz bir kavramdır. Örneğin ; bir taraftan Oksijen üretilirken, diğer taraftan bu satırları okurken dahi oksijen tüketmekteyiz. Tüketim aynı zamanda, kabul etmek gerekir ki işleyen bir ekonomi içinde en temel gerekliliklerdendir. Ayakkabıya yapılan harcamaların rakamsal büyüklüğünün 14 sene içerisinde 7 kat büyümesi, tüketimin kesintiye uğramadan artışı da tüketimin en basit anlamıyla ne kadar önem arz ettiğini göstermektedir. Bu duruma ek olarak söylenebilir ki, makro ve mikro perspektiften ticaret dengelerini gözeten tüketim, üretim faaliyetlerini dengede tutacak ve düzenli ve sürüdürülebilir bir büyümenin sağlayıcısı olacaktır. Ancak, hedonistik tüketim ise harcamaların yarattığı tüketim ekonomisinde gözlenen anomalileri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Toplumsal ve bireysel ekonominin sağlığı açısından, hedonistik iktisadın inceleme alanına giren hedonik tüketim kapsamlı bir şekilde araştırılmalıdır.

Tüketimin değişmesi Hirschman ve Holbrook'un 1982'de hedonistik tüketimi his ve duygulara hitap ederek tüketicinin aklına kazanma becerisine sahip ürünlerin genel özelliği olarak tanımlamıştır. Dünya'nın giderek küresel bir köy haline dönüşmesi ile yeni arayışlarına ve yeni duygularına hitap edilen tüketiciler üretimi de canlandırmıştır. Üretimin tüketim odaklı canlanması ile bazı hedonik uğraşlar da önem kazanmaya başlamıştır. Kişilere özel tercih ve kişisel özelliklerin, renk algılarının, görsel zevk ve zamanı yorumlamalarının da tüketim harcamalarında önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Kişisel kurgulamaları, fantezi ve kuruntuları içererek gerçekleştirilen tüketim davranışları, öznel semboller ve kavramlar içeren bir yapıdadır. Ürünlerin ve üretim sürecinin de hazzı ve zevki esas alan bir yapıya ulaştığı günümüzde, hedonistik iktisadın tüketim davranışlarını yorumlaması önem kazanmıştır. Hedonik tüketim, bu noktada tüketicilerin, tüketimleri sırasında rasyonel modelin konu edindiği iktisadi insanın özelliklerinin yorumlayamadığı, izlemiş oldukları bireysel uyarıcılarının yorumlanmasını konu edinen bir İktisadi faaliyet dalıdır.



Şekil 13. Nihai ve endüstriyel tüketici

Nihai Tüketici, Mal, hizmet ve fikirleri, faydasını gözeterek satn alarak tüketen kişidir. Nihai tüketicilerin hepsi gerçek kişidir. Buna karşın endsütriyel tüketici, satın aldığı mal, himzet ve fikirleri, başka bir mal, hizmet ve fikrin üretiminde kullanarak üreterek satmak için satın alan genellikle tüzel kişiliklerdir.

3.11. Tüketicinin Satın Alma Davranışı Açıklayan Model

Yakın geçmişe kadar, tüketici davranışları ile ilgili bir kitabı elimize aldığımızda tüketici davranışının (bazen satın alıcı davranışı) tüketicilerin ürünleri nasıl almaya karar verdikleri ile ilgili bir çalışma olduğunu görmek mümkündü. Ancak bu tanım, geçerli olmakla birlikte; müşterinin satın alma öncesi, satın alma ve tüketim sonrası aktivitelerini kapsayan sürecin tamamını ele almadığı için yetersiz kalmaktadır. Günümüzdeki tanım ise tüketici aktivitelerinin tamamını kapsayabilecek bir şekilde genişletilmiştir. Tüketici davranışı; tüketicilerin ürün ve hizmetlerin satın alınması, kullanılması ve yok edilmesi olan aktiviteleri gerçekleştirirken ortaya çıkan duygusal, zihinsel ve davranışsal tepkilerinin tamamını kapsamaktadır (Kardes, Cronley ve Cline, 2011: 8).

Tüketici davranışı, bireyler veya grupların ihtiyaç ve arzularını tatmin etmek amacıyla ürünler, hizmetler, fikirler veya deneyimleri seçme, satın alma, kullanma ve kullanım sonrası elden çıkarılması süreçlerini kapsayan davranışlar olarak ifade edilmiştir. Ayrıca; tüketicilerin ürünler, hizmetler ve fikirleri araştırma, satın alma,

tüketme ve tüketim sonrasında elden çıkarma esnasında sergiledikleri davranışlar olarak da tanımlanabilir (Schiffman ve Kanuk, 2000: 4).

Tüketici davranışları bağlamında birtakım sorulara cevap aranmaktadır. Şekil 4'de sunulduğu gibi bu soruları altı ana başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Örneğin; çamaşır makinesi satın alacak birey alacağı üründen ne tür özellikler bekler? Çamaşır makinesinin kullanım amacı nedir? Bu üründen ne tür faydalar beklenmektedir? Birey, aldığı ürünü ne sıklıkla değiştirme olasılığı vardır? Bu ve buna benzer birçok soruya verilecek cevap bir işletme açısından büyük önem arz etmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 10).

Tüketici davranışlarının, çok boyutlu ve karmaşık olan tüketim sürecini anlamak açısından önemli olması nedeniyle bu konuyu kapsamlı olarak incelemek gerekir. Yukarıda tüketici davranışlarının tanımlarından ve tüketicinin karar verme sürecinde hangi sorulara cevap aramaya çalıştığından bahsedilmiştir. Bahsi geçen tanımlara ek olarak aşağıdaki özellikleri ve varsayımları belirterek tüketici davranışlarının kapsamını belirleyebiliriz (Wilkie, 1986: 10-20). Tüketici davranışı güdülenmiş bir davranıştır: Bireyi herhangi bir davranışta bulunmaya teşvik eden, ihtiyaçlardır. Hissedilen ihtiyaçların karşılanmaması bireyin gerginlik duymasına neden olduğundan, birey ihtiyaçlarını gidermek için davranışlarda bulunma zorunluluğu duyar.

Tüketici davranışı dinamik bir süreçtir: Süreç, birbirine bağlı ve birbirini etkileyen ardışık adımlar serisidir. Tüketicinin ihtiyacı doğrultusunda bir ürünü satın alması birtakım faaliyetleri içeren bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faaliyetler satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası olarak genellikle üç ana başlık altında değerlendirilmektedir.

Tüketici davranışları birbirinden farklı faaliyetlerden oluşmaktadır. Her tüketici sahip olduğu bilgi, deneyim ve eleştirilerine göre farklı tüketim davranışları sergilemektedir. Örneğin; ihtiyaca dönük bir şekilde ürünlerin araştırılması ve bilgi toplanması bilinçli bir faaliyetler bütünüdür. Buna karşın bilinçli bir şekilde mağazaya giderek başka bir ürünü almak da tesadüfi biçimde gerçekleşen faaliyetlere bir örnek olarak verilmektedir. Önceki çalışmalarda tüketicilerin ürünleri nasıl almaya karar verdikleri ile ilgili ortaya çıkan tüketici davranışını tanımı, satın alma öncesi, satın alma ve tüketim sonrasını kapsayan süreci bütün olarak ele almadığı için tüketici davranışlarını açıklamada yetersizdir. Günümüzde bu tanıma satın alma öncesi ve sonrası tüketim süreci de dâhil edilmiş ve tüketici davranışı; ürün veya hizmetlerin satın alınması, kullanılması ve son bulması sürecini yerine getirirken oluşan duygusal,

zihinsel ve davranışsal tepkilerinin tamamı olarak ifade edilmektedir. Kısaca tüketici davranışları, tüketicilerin ürünler veya hizmetler ile ilgili araştırma, satın alma kararı, tüketim ve sonrasında elden çıkarma kararı alırken gösterilen davranışlardır (Schiffman ve Kanuk, 2000: 4) Özellikleri itibariyle tüketici davranışlarına baktığımızda şu özellikler karşımıza çıkmaktadır :

Tüketici davranışı güdülenmiş bir davranış türüdür: Bireyi bir davranışta bulunmaya iten ihtiyaç veya istekleridir. Dolayısıyla ihtiyaç ve isteklerini karşılamak ile güdülenen birey tüketim davranışı sergilemektedir. Tüketici davranışı dinamik bir süreçtir: Tüketici davranışı süreci birbirine bağlı ve birbirini takip eden ve sonucunda birbirini etkileyen hareketli bir seri ve hiyerarşik bir bütündür. Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden meydana gelir: Bu faaliyetleri şu şekilde ifade edebiliriz; satın alma öncesi araştırma yapma, bilgi toplama, deneyime ilişkin tavsiyeleri dikkate alma, gözlemleme ve tüketim sonrasını araştırma faaliyetlerinde bulunmadır.

Tüketici davranışı karmaşıklık ve zamanlama açısından farklılıklar gösterebilmektedir: Tüketici davranışı sürecinde zamanlama, satın alma kararının alınma zamanını ve sürecin uzunluğunu ifade etmektedir. Yine bu süreçte karmaşıklık ise tüketim kararı vermede etkili olan faktörlerin sayısını ve alınacak kararın zorluğunu belirtmektedir. Dolayısıyla kararın karmaşıklık durumu zamanlamayı etkilemektedir.

Tüketici davranış sürecinde farklı roller bulunmaktadır: Tüketim davranışı sürecinde tüketicilerin rolleri de farklı olacaktır. Bu çerçevede tüketicilerin rolleri; istek ve ihtiyaçların karşılanmasını öneren "başlatıcı", görüşlerine önem verilen ve değerlendirilen kişi olarak "etkileyici", güç ve otoritesini kullanarak nihai olarak seçimini kabul ettiren birey olarak "karar verici", fiilen satın alma işlemini yerine getiren "satın alıcı" ve tüketimi yapan birey olarak "kullanıcı" rolleri şeklinde ifade edilebilir.

Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir: Bir süreç olarak tüketim davranışına baktığımızda etkileri sonuçları itibariyle çevresel faktörlerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Ancak bu etki bireyin tutumuna ve amacına farklılıklar gösterebilmektedir. Çevresel faktörlerden etkilenme farklılıkları kişinin alacağı üründe ihtiyacı karşılamaya yönelik bir tutum sergileyerek tüketim davranışından bulunması veya son teknoloji bir ürünün satın alınması tutumu ile tüketim davranışın bulunması sebebiyle ortaya çıkmaktadır. Son özellik ise tüketim davranışının farklılıklar göstermesidir: Tüketim davranışı sürecinde yer alan bireylerin kişilik özelliklerindeki farklılıklar bu süreci de farklılaştıracaktır.

Tüketici davranışı ve bu sürece ilişkin özellikler ile ilgili ifadelerin ardından tüketicilerin tüketim davranışı sergilemelerinde ve ürünlerin nasıl satın alınması konusuna araştırmalar sonucu ortaya konulan bazı modeller yer almaktadır. Bu modeller açıklayıcı ve tanımlayıcı -bunlara klasik ve modern modeller de denmektedir- modeller şeklinde ikiye ayrılmıştır. Açıklayıcı (klasik) modeller tüketicilerin davranışlarını açıklamak için geliştirilmiştir. Marshall'ın ekonomik modeli, Freud'un psiko-analitik modeli, Pavlov'un öğrenme modeli ve Veblen'in toplumsal (ruhsal) modeli açıklayıcı (klasik) modellerdir. Tanımlayıcı (modern) modeller ise tüketici davranışlarına gösterilen iç ve dış tüm tepkilerle birlikte başka faktörleri de içerecek şekilde geliştirilmiştir. Engel-Blackwell-Miniard (EBM) modeli, Nicosia modeli, Howard-Sheth modeli ve Assael modelleri tanımlayıcı (modern) modellerdir. Her iki model grubu arasındaki farka değindiğimizde satın alma süreci farklı bir şekilde ele alındığını görmekteyiz. Açıklayıcı (klasik) modeller tüketici davranışlarını; rasyonellik, bilinçaltı, grup aidiyeti ve kültürü, şartlanarak öğrenme gibi bunlara benzer tek bir faktöre göre açıklar. Tanımlayıcı (modern) modeller ise tüketicinin satın alma davranışlarını sorun çözme süreci olarak kabul etmektedirler (Eroğlu, 2012: 10).

3.11.1. Marshall'ın Ekonomik Modeli

Tüketicim davranışı sürecine ilişkin geliştirilen bu modelde Alfred Marshall; tüketicinin istek, ihtiyaçlarına ve tüketicinin elde ettiği gelire göre maksimum faydayı sağlayacak biçimde tüketim davranışında bulunması anlamına gelen "Marjinal Fayda Kuramı"ndan yola çıkarak önerdiği bu ekonomik modeli "parasal ölçek" ile değerleme esasına göre geliştirmiş ve tüketim sonuçlarının tüketicilerin davranışlarını yönlendirdiğini belirtmiştir. Sonuç olarak bu model, tüketicilerin tüketim davranışlarında ekonomik olarak düşünüp kendilerine en iyi faydayı sağlayacak davranış sürecini uyguladığını ifade etmektedir. Ayrıca modelde Marshall bazı önermelerde bulunmuştur. Bunlar:

- ✓ Bir malın fiyatının düşük olması o malın satışının fazla olmasını sağlar.
- ✓ Rakip mallardan birinin fiyatının azalması diğerinin satışını arttırır.
- ✓ Tüketici gelirinin fazla olması malların satışını arttırır.

Satışları teşvik edici harcamaların fazla olması malların satışını arttırır

3.11.2. Pavlov'un Öğrenme Modeli

Tüketici davranışlarını ifade etmede sık kullanılan bir modelde Ivan Pavlov'un öğrenme modelidir. Pavlov'un zil sesiyle doyurulan köpekler üzerinde incelemesinden yola çıkarak geliştirilen ve koşullanma üzerine kurulu bu modelde dürtü, uyarıcı, tepki ve pekiştirici olarak dört esasa bulunmakta ve öğrenmenin sağlanması için bu esasların etkileşimin sağlanması gerekmektedir. Günümüzde televizyon programlarında ürün yerleştirme ile yapılan reklamlarda bulun uyarıcı unsurlar yoluyla birey isteklendirmeye sevk edilerek harekete geçirilmek istenmektedir. Bu uyarıcı unsurlara karşılık olarak tüketici tepki vermektedir. Tüketicinin istek veya gereksinimini karşılayacağı bu ürünü daha önce almış ise tepki desteklenir veya güçlenir. Sonucunda tüketicide aynı ürünü satın alma eğilimi görülür (Papatya, 2005:225).

3.11.3. Freud'un Psiko- Analitik Modeli

Tüketim davranışı konusunda diğer bir model olarak ele alınan Sigmund Freud'un psiko-analitik modelinde tüketici, gereksinmelerini çeşitli yollardan bilinçaltı, bilinç ve bilinç üstü gibi üç bireysel sistemle gidermeye çalışmaktadır. Burada bilinçaltı; id-özlem, içgüdü gibi özelliklerin kaynağı, bilinç; ego-gizli kalmış özellikleri açığa çıkarmaya yönelik planlama, bilinç üstü ise süper ego-suçluluk, utanma gibi özellikleri toplumca kabul edilebilecek faaliyetlere çevirme şeklinde ifade edilmektedir. Sigmund Freud'a göre çocuk dünyaya bir takım ilkel içgüdüler ile birlikte gelir ve bu içgüdülerini çok değişik yollarla tatmin etmeye çalışır, büyüdükçe de ruhsal yapısı gittikçe karmaşık hale gelir. Bu durumun bir parçası olan bilinçaltı kuvvetli güdü ve ihtiyaçlarının bir deposunu oluştururken diğer bir parçası olan bilinç ise güdü ve ihtiyaçları tatmin edecek yollar bulmada adeta bir planlama merkezi haline gelir. Ve sonunda bilinç üstü kişinin içgüdülerini, utanma ve suçluluk hisleri duymaksızın tatmin edebileceği toplumun onay verdiği yollardan tatmin etmeye yönelir.

3.11.4. Veblen'in Ruhsal Modeli

Tüketici davranışlarının ifade edilmesinde Veblen, bireyin tüketim davranışının büyük ölçüde üyesi olmayı arzuladığı grup ile üyesi olduğu grup tarafından belirlendiğini ifade etmektedir (İnke ve Ballı, 2017:8). Veblen'e göre toplumun tüm sosyal kesimlerinde yer alan tüketicilerin gösteriş amaçlı tüketim tercihleri en önemli konudur. Modele göre her sosyal sınıf bir üstteki sınıfta yer almak isteyecektir. Birey bir

üst sınıfta yer alamasa bile üst sınıftaymış gibi görünebilmek için üst sınıfın harcama alışkanlıklarının aynısını yapmaya çalışacaktır. Modelin toplumun geneline ilişkin varsayımı ise toplumun her kesiminin bu bilgiye sahip olduğu ve bu durumda alt kesimde yer alan bireylerin baskı altında kalarak gösteriş amaçlı israfçı tüketim yapmasının mümkün olduğu üzerine kuruludur. Modelde diğer bir husus da gösterişçi harcamaların sürekli devam etmesidir. Sürekli yapılan gösterişçi harcamalar ile farklılık imajı oluşturmaya çalışılacaktır (Açıkalın ve Erdoğan, 2004:11).

3.11.5. Engel – Blackwell- Miniard Modeli

Bu modelde tüketim davranışının başlangıcı ve sonu, tüketiciyi etkileyen faktörler (uyarıcılar) ve davranışlar tarafından meydana gelmektedir. Modele göre tüketiciyi etkileyen faktörler, tüketim davranışına girdi olarak yansımakta, bu girdiler belleğin ve düşüncenin yer aldığı bireyin merkezi kontrol biriminde bilgi, tecrübe ve inanç faktörlerinin etkisinde algılanmakta ve karşılaştırılması yapılmaktadır. Bu işlemler sonucunda tüketici, daha iyi bir alternatif bulamadığı durumda davranışını yârine getirmektedir. Çubukçu'ya göre modelin temel noktası, tüketici davranışını etkileyen faktörlerin (uyarıcıların) tüketiciye fayda sağlayacak veya ihtiyacı karşılayacak düzeyde olması halinde işlem göreceği, aksi halde etki eden faktörlerin ya da uyarıcıların tüketicide bir karşılık bulamayacağıdır.

3.11.6. Nicosia Modeli

Nicosia modelinin diğer modellerden farklı en temel özelliği, tüketim davranışı sürecinin öncesini ve sonrasını kapsayan karar süreci üzerine kurulu olmasıdır. Modelde davranış, sürecin bir sonucu olmaktan çok sürecin kendisidir. Modelde karar verme süreci dört aşamada meydana gelmektedir. Birinci aşama, mesajın kaynağından tüketiciye doğru olan iletişim sürecini içermektedir. Bu süreç içerinde; iletişim araçlarının özellikleri, hedef kitlenin özellikleri, mesajın algılanmasını etkileyen çevresel faktörler, kişisel özellikler ve bilişsel faktörler etkileşim içerisindedir. İletişim sonucunda oluşan tutumla ilgili tüketici, ikinci aşamada bilgi arama ve toplama faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu süreçle güdüleme oluşmaktadır. Güdülenme sonucunda üçüncü aşamada satın alma kararı verilmektedir. Son aşamada ise geri bildirim aşamasıdır. Bu aşamada "tüketici döngüsü" oluşmakta ve aşamalar birbiri ile bağlantılı hale gelmektedir.

3.11.7. Howard – Sheth Modeli

Bu model tüketicinin karar verme sürecini açıklayan ve bu süreçte etkili olan çeşitli değişkenlerle bağ kuran ve bu sayede tüketici davranışlarının pek çok yönünü birleştiren bir modeldir. Howard ve Sheth tüketici davranışlarını etkileyen değişkenleri dört hususta açıklamıştır:

Girdiler: Tüketicinin çevresinde yer alan, markanın ifade ettiği anlam, ürünün görselliğinin oluşturduğu sembolik durum ve bireyin etkileşim içinde olduğu sosyal faktörler olarak üç ayrı uyarıcıdan oluşmaktadır.

Algılama ve Öğrenme Yapısı: Karar verme sürecine etki eden, bireyin sahip olduğu önyargı, güven, tutum, niyet, ilgi ve marka bilinirliği gibi etkenlerden oluşmaktadır.

Çıktılar: Algılama ve öğrenme değişkenlerinin etkisiyle ortaya çıkmaktadır.

Dış Değişkenler: Doğrudan karar verme sürecini etkilemeyen ancak bazı durumlarda önemli olan dini etkenler, ürünü satın alınmanın önemi ve zaman baskısı gibi değişkenlerdir.

3.12. Hedonistik Tüketimde Demografik Faktörlerin İncelenmesi

Tüketiciler birçok faktör ve kriter çerçevesinde gruplandırılabilirler. Her bireyin değişik tüketim kalıpları kullandığı bilinmekteyken, yine de tüketicilerin belirli ortak noktalar üzerinde birleştikleri genel kıstaslar bulunmaktadır. Tüketicinin davranış kalıpları üzerinde etkili olan bu kıstaslar; kişisel faktörler, psikolojik faktörler ve sosyolojik faktörler olarak üç başlık altında değerlendirilmektedir.

Tüketicilerin satın alma davranışında birçok faktör belirgin olsa da, en başta etkileyen faktörlerin başında kişisel faktörler gelmektedir. Örneğin; AVMlerin gençler tarafından yaşlılara kıyasla daha fazla tercih edilmesi tesadüf değildir. Burada baskın olarak, demografik faktörlerden yaş faktörü belirgin olarak etkiliyken, bazı tüketim faaliyetlerinde birden fazla faktör birden çok hedonistik amaca hizmet edebilir. Cinsiyete dayalı bir sınıflandırma yapılarak satın alma davranışı üzerindeki hedonik etkiler incelendiğinde, kadınlar ve erkekler arasında ciddi bir fark bulunduğu görülmektedir. Erkeklerin ve kadınların baskın olduğu satın alma kararları faklı boyutlardadır. Evli çiftler arasında yapılan çalışmalar bu ayrımın daha belirgin olduğunu ortaya koymaktadır. Çakır ve Çakmak'ın Kocaeli ilinde ikamet eden yaşları

12 ile 18 arasında değişen bireylerin hedonistik tüketimlerini inceleme amacı taşıyan çalışmalarında, şu sonuçlara rastlanılmıştır :

1. Bu yaş grubundaki gençlerin genellikle, elektronik başta olmak üzere giyim ve gıdaya odaklı bir tüketim yapmaktadırlar.
2. Genç kız ve genç erkeklerin hedonik tüketim kapsamında aynı yönde eğilimlerinin olmadığı görülmüş.
3. Genç kızların hedonik tüketime daha yatkın oldukları belirlenmiş(Çakmak, A. Ç., ve Çakır, M. (2012). 171-189).

Diğer taraftan, 2013 senesinde A. Aydın'In Eskişehir ilinde ikamet etmekte olan yaşları 20 ve 40 arasında olan bireyler arasında, deodorant, cep telefonu, diş fırçası ve kişisel bilgisayar üzerinde hedonik değer algısı ve bu algıyı etkileyen demografik faktörler çalışılmıştır. Bu çalışma sonucunda ise : Araştırmaya katılan erkekler, kadınlara göre kişisel bilgisayara daha çok hedonistik anlam ve algı yükler. Kadınlarda, bu 4 ürün değerlendirildiğinde daha çok hedonistik eğilime rastlanmaktadır. Bu çalışmada yer alan bulgulardan " Kadınların daha çok hedonistik eğilimler göstermesi" bulgusu, 2012 senesinde Çakır ve Çakmak'ın gerçekleştirdikleri çalışmadaki sonucu destekler nitelikte bulunmuştur. Cinsiyete dayalı hedonistik eğilim sonuçları arasında önceki bulguları destekleyen bir diğer çalışmada da kadınlardaki bu eğilimin gözlemlenebilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kadınların iş yaşamında daha fazla rol alması ile daha önce birbirlerinden farklı özellikte tüketici davranışları sergileyen kadın ve erkeklerin, son zamanlarda birbirlerine benzer tüketici davranışları sergiledikleri görülmektedir (Dychtwald ve Gable, 1990: 62-72).

Bireylerin yaşam içerisinde üstlendiği rollerde farklılıklar göstermektedir. Bireyin üstlendiği rollere göre satın alma davranışlarında da farklılıklar ortaya çıkmaktadır. En başta da bireyin medeni durumu satın alma davranışlarını etkileyen bir faktördür(Odabaşı ve Barış, 2007: 253). Bekarlar kazançlarını daha yoğun olarak kişisel ihtiyaçları için harcamaktadırlar, evli bireyler kazançlarını aile ihtiyaçlarının karşılanması için harcamaktadırlar.

Bireyin hangi meslek grubuna dâhil olduğu, bireyin satın alma davranışı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. (Yükselen, 2012: 128). Meslekler, büyük oranda kişinin dâhil olduğu sosyal sınıfı belirlediği için, bireyler ait oldukları sosyal sınıfa dair mesaj veren mal ve hizmetleri tüketmeye çalışırlar. Bu bağlamda, hedonistik tüketimde

demografik faktörler de oldukça önemlidir. Bu faktörlerin satın alma gücüne olan etkisi ilerleyen çalışmalarda incelenmelidir. Hedonistik iktisat bağlamında, Epikürcü ve Aristotales felsefesi bağlamında hedonistik satın alma süreçleri irdelenmelidir.

Bu bölümde, daha önce incelenerek hedonizmin tarihsel sürecinin ortaya konulması ile açığa çıkan yol ayrımlarının detaylandırılarak günümüz ekonomik sistemi açısından son kısımda eleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, daha önceki bölümlerde ortaya konulan Epikür temelli hedonistik Benthamcı faydacılığın vücut verdiği Marjinalizm akımının günümüz ekonomik sistemi üzerine kısa bir incelemesi gerçekleştirilecektir. Bu sayede, Adam Smith ve David Ricardo tarafından geliştirilerek, Marx'ın da karşıt yorumları ile nihai şekli verilen objektivist emek- değer teorisinin geri plana itilmesi de aydınlanmış olacaktır.

Subjektivist değer teorisi ise emek – değer teorisinin tam karşıtı olarak, Benthamcı faydacılık kapsamındaki hedonistik tabanlı kurulan Marjinalizmi kapsamaktadır. Temelde Davranışsal İktisatçılara göre iktisadi kararlar iki ana karar grubuna ayrılmaktadır. Bu kararların da faydaları iktisadi çalışmalar içerisinde iki ana başlık içerisinde incelenmektedir. Bu faydalar; karar faydası ve deneyimleme faydasıdır. Marjinalizm başka bir deyişle Neoklasik Akım, hedonistik temelli Benthamcı deneyimlenen faydayı marjinal analiz sürecine eklemlediği için ekonomik ilişkilerde özellikle emek tabanlı gelişmelerde etkileri gerçekleşmektedir.

3.12. Subjektivist Değer Teorisi Kapsamında Hedonizm Temelli Marjinalizm

2. bölümde sıralanan kronolojik yapı içerisinde özellikle Bentham sonrasında faydacılığın Marjinalistler tarafından 19. Yy da başlanılarak detaylı bir biçimde incelenmesi ile Klasik akım ve onun emek-değer teorisi yerini Neoklasik okul ve fayda-değer teorisine bırakmıştır. Bu durum, günümüzde süregelen ekonomik yapıların ve çatışmaların da temel kaynağı olmuştur. Örneğin insanı faydasını maksimize etmeye çalışan rasyonel iktisadi ajan olarak gören Neoklasik akım, psikolojik unsurları gözardı etmesiyle Nöroiktisat tarafından eleştirilmektedir.

Marjinalistlerin öncülerinden Gossen, Benthamcı faydayı (deneyimlenen faydayı) baz alarak Marjinalizmi haz ve memnuniyet üzerine konumlandırmıştır. Gossen, gelirin bu noktada belirleyici olduğunu savunarak elde edilmek istenen mal ve hizmetlerin sağlanmasını bölüşüm kavramı özelinde ifade etmeyi amaçlamıştır. Gossen, bölüşüm ve dağıtım konularını detaylı inceleyerek ihtiyaçların tatmini için hazların

maksimum tatmininin gerektiğini belirtmiştir. Bu kapsamda ona göre, ihtiyacımız için değil ayrıca ihtiyacımızın tam tatmini için de mal veya hizmeti satın almanın düşünülmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Gossen, deneyimlenen fayda üzerinden devam ederek Benthamcı anlayış çerçevesinde malları üç ana grupta gruplandırmıştır:Tüketim malları, tamamlayıcı mallar ve üretici malları olarak sınıflamıştır. Gossen'a göre en önemli mal grubu tüketim mallarıdır. Jevons'da fikirlerinde iktisat teorisinin tüketim temelli olduğunu iddia etmiştir. Bu durumun nedeni ise, asıl değerin yani deneyimlenen faydanın tüketiciler tarafından sağlanmasıdır.

Bir yaş pastanın beş parçaya bölünmesi durumunda son parçadan alınacak lokmalardan sağlanacak faydaya toplam fayda denilmektedir. Marjinal fayda ise elde ettiğimiz malın veya hizmetin son biriminin sağlayacağı faydanın ifadesidir. Bir pastanın miktarı ne kadar çoğalırsa marjinal faydası da gitgide küçülecektir. Bu bağlamda örneğin 10 ekmeğimiz olması durumunda onuncu ekmeğimizin son parçası ile birinci ekmeğin son parçası yeme hali durumunda aynı faydayı sağlamayacaktır. Fayda tüketilen ekmek miktarı arttıkça azalacaktır ve ilerleyen süreçte eksiye düşecektir. Bu durumun nedeni ise, azami yeme sayısının da aşılması durumudur. Örneğin azami ekmek yeme sayısı üç olması durumunda ilave her ek birim ekmek acı verecektir. Yani sübjektif bir fayda burada doğmuş olacaktır.

Gossen burada grafiksel olarak gözlemlendiğinde matematiksel ifade edilen hazzın ve marjinal faydanın azaldığını ve eksiye inebileceğini gösterirken, V. Pareto ve Taussing ise ilk birim sonrasında tüketilecek ikinci birimin ilkinden daha az haz sağlamayacağının garantisi olmadığını belirtmişler ve düzensiz yükseliş ve inişli grafikler tasarlamışlardır. Esasen ortaya konulan bu sapmalar, Anaakım bünyesinde ortaya konulan değerli tespitlerdir.

Marjinal teoriye göre şu şekilde bir çıkarım yapılabilmektedir: doyum noktasına gelmiş olan ihtiyaçlar, yerini henüz karşılanmamış başka ihtiyaçlara bırakacaklardır. Ancak bu ihtiyaçlar reel yaşamda, farklı durum ve ortamlarda hem kişilerden kişilere hem de kişinin içerisinde yer alan kişisel, ekonomik ve psikolojik faktörlere bağlı olarak değişim gösterecektir.

20. yydan itibaren başlamak üzere Marjinalizme karşı yapılan eleştiriler, G. Pigou'ya göre üç ana kapsamda olmaktadır:

1. Sosyalistler: Kautsky, Oppenheimer, Cornelissen, Antoneli
2. Kurumsal İktisatçılar: Veblen, Tugwell, Boucke, J.M. Clark
3. Diğer Bilim İnsanları: Houques, Turgeon, CH. Bodin, Nogaro

Subjektivist teoriye dolayısyla marjinalizme yapılan eleştiriler ise temelde bazı noktalarda toplanmaktadır. Bu eleştiriler, hedonik temelli marjinalizmin bireyi ve ilişkilerini esas alarak sosyal ilişkilerden kısıtlaması olarak, analiz sürecini sadece tüketim kapsamında değerlendirmesi, marjinal faydanın ölçülebilme özellikle Benthamcı deneyimlenen faydanın ölçülebilmesi sorunu, kullanım değeri kavramı ile mübadele değeri arasında yaşanan kavramsal karmaşa ve ihtiyaçların tatmini ve diğer ihtiyaçlara yönelme noktasında bu durumun doğru olmadığına dair yapılan eleştiriler olarak sıralanabilmektedir.

Bu bağlamda, özellikle , ihtiyaçların tatmininin diğer ihtiyaçlara imkan tanıması noktasında günümüz bireysel borçlanma sorunlarının ve kredi kartı kullanımının açıklanamaz olması, analizlerde yer alan kullanım problemlerini de ortaya koymaktadır. Ayrıca, değer kavramını oldukça farklı değerlendiren objektivist ve sübjektivist teorilerin ayrım noktası değerin kullanımı ve mübadelesi ile ilgili kavramların altında bulunan sorunlardır.

Emek- değer teorisinin arka planında, kapitalizm sürecinin toplumsal uyuma götüren bir süreç olmaktan çok çatışma ve karmaşa sürecine götürdüğünü kabul eden bir teori yer almaktadır. Bu teorinin tam karşısında ise, kapitalizm sürecini zenginlik ve toplumsal refaha ulaşma yolu olarak gören fayda- değer anlayışı yer almaktadır.

Adam Smith'in esas üretim faktörlerinden birisi olarak kabul ettiği emeği dışlayarak yaygın şekilde kabul edilen fayda-değer teorisi, pratikte de kendisine birçok uygulama alanı bulmuştur. Bu kapsamda, arz ve talebi fayda analizi ile fiyat – miktar ilişkisi bağlamında inceleyen fayda değer teorisi toplumsal gerilim ve gelir adaletsizliği sorunlarının çözümünde politika üretmekte zorlanmaktadır.

Maliyet kaynaklı yapılan hesaplamaların, fayda-değer teorisi kapsamında tüketim ile hesaplanması teoriler arasındaki temel farklılığı da ortaya koymaktadır.

3.13. Hedonistik İktisat ve Teorik Açıdan Bir İnceleme

Rasyonel insanın sorgulanması ve her davranışa şüpheyle yaklaşılması azalmıyor hatta gün geçtükçe artıyordur. Bu nedenle, aşağıda detayları yer almakta olan çalışma literatüre ek bir kaynak olarak sunulabilir.

3.13.1.Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırma bulgularının değerlendirilmesi başlığı altında ankete katılan katılımcıların demografik özellikleri ortaya konulmuştur. Daha sonra sırayla, araştırmada ölçeklere verilen önem, ölçekler ile ilgili istatistiki ifadelere yer verilecektir.

Tablo 9

Araştırmada kullanılan ölçekler

Ölçek numarası	Ölçek isimleri	Soru numarası	En düşük	En yüksek	Ortalama	.D.
1	Arayışçı / Maceracı Satın Alma	1-3	58	98	75,96	8,04
2	Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma	4-8	33	61	84,45	5,25
3	Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma	9-12	19	44	77,12	11,35
4	Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma	12-15	24	99	83,33	7,45
5	Sevdikleri İçin Satın Alma	16-18	31	63	69,97	1,92
6	Fiyata Endeksli Satın Alma	18-20	46	133	92,17	5,96

Tablo incelendiğinde ortalama değer, en yüksek Fiyata Endeksli Satın Alma (92, 17), onu takip eden değerler ise sırasıyla Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma(84,45) ile Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma (83,33) olmuştur. Bu kapsamda da Fiyata Endeksli Satın Alma coğrafi açıdan daha az gelişmiş bölgede yoğunlaşması da değerlendirilmektedir.

3.13.1.1. Araştırmaya Katılan Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırmada, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubun demografik özelliklerine ilişkin veri dağılımları aşağıdaki Tablolarda yer almaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin bilgiler aşağıda yer alan tabloda gösterilmiştir. Tablodan da görüldüğü üzere araştırmaya katılanların %41'inin (81 kişi) kadın ve geriye kalan % 59'unun (121 kişi) erkek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 10

Cinsiyet Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	81	41
Erkek	121	59

Araştırmaya katılanların yaşlarına ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılanların % 29'u 18 – 21 yaş aralığında (59 kişi), % 38'i (78 kişi) 22-25 yaş aralığında, 26-29 yaş aralığında 47 kişi(% 23), 30 ve üzeri 20 kişi (%9) bulunmaktadır.

Tablo 11

Yaş Grupları Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Yaş Grupları	Frekans (f)	Yüzde (%)
18 – 21	59	29
22 – 25	78	38
26 – 29	47	23
30 ve üzeri	20	9

Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına ilişkin bilgiler aşağıda tabloda gösterilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, araştırmaya katılanların yüzde 15'i (32 kişi) meslek yüksekokulu düzeyinde, yüzde 12'si (25 kişi) yüksekokul düzeyinde, yüzde 40'ı(82 kişi) lisans düzeyinde, yüzde 25i (51 kişi) yüksek lisans düzeyinde ve yüzde 5'i (12 kişi) doktora düzeyinde bulunmaktadır.

Tablo 12

Eğitim Düzeyleri Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Eğitim Düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)
Meslek Yüksekokulu	32	15
Yüksekokul	25	12
Lisans	82	40
Yüksek Lisans	51	25
Doktora	12	5

Araştırmaya katılanların yüzde 50 si (102 kişi) 450 tl ve altı, yüzde 42si (85 kişi) 450 ile 1000 tl arasında, yüzde 5i (12 kişi) ise 1000 – 1500 tl arasında, 1501 tl ve üzerinde yüzde 1.4 ü (3 kişi) bulunmaktadır.

Tablo 13

Aylık Gelir Düzeyleri Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Aylık Gelir	Frekans (f)	Yüzde (%)
450 ve altı	102	50
450 – 1000	85	42
1000 - 1500	12	5
1501 +	3	1.4

Araştırmaya katılan katılımcıların Çocukluklarının (yetişme çağlarının) geçtiği yer bilgileri aşağıda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, yüzde 88 i(178 kişi) il merkezinde, yüzde 4ü (9 kişi) ilçe merkezinde, yüzde 5i (12 kişi) beldede ve yüzde 1.4ü (3 kişi) köyde çocukluklarını geçirmişlerdir.

Tablo 14

Çocukluklarının Geçtikleri Yer Düzeyleri Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Çocukluğunun Geçtiği Yer	Frekans (f)	Yüzde (%)
İl Merkezi	178	88
İlçe Merkezi	9	4
Belde	12	5
Köy	3	1.4

Araştırmaya katılan katılımcıların Aile Reislerinin durumunu belirten bilgiler aşağıda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, yüzde 15i (32 kişi) kamu sektöründe memur olarak, yüzde 42 si (85 kişi) özel sektör çalışanı (işçi dışı) olarak, yüzde 16sı(34 kişi) esnaf küçük girişimci olarak, yüzde 20 si(42) emekli olarak, yüzde 0.99 u (2 kişi) çalışmayarak ve yüzde 3.4 ü (7 kişi) vefat etmiş olarak bulunmaktadır.

Tablo 15

Aile Reisinin Durumu Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Aile Reisinin Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kamu – memur	32	15
Özel Sektör Çalışanı – özel sektörde işçi değil	85	42
Esnaf, Küçük Girişimci, kamu işçisi	34	16
Emekli	42	20
Vefat	7	3.4
Çalışmıyor	2	0.99

Tablo 17 Aile Reisinin Durumu Bazında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri- 18 yaş üzeri tüketici profilli grubun demografik verileri incelendiğinde; Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubunun demografik verileri detaylandırıldığında kısaca şu bilgilere ulaşılmıştır :

1. Ankete, 81'i kadın, 121'i erkek 202 öğrenci katılmıştır.
2. Ankete katılanların yarısından fazlasını, 18 – 25 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır.
3. Ankete katılanların yüzde 30'u, lisans sonrası öğrenimlerine devam etmektedirler.
4. Ankete katılanların aylık gelirleri arasında dağılım eşit olmamakla birlikte, düşük ve yüksek gelirli grup yarı yarıya sayılabilir.
5. Ankete katılanlar arasında, aile reislerinin (anne veya baba) özel sektör ağırlıklı olması, hizmet sektörünün ağırlıklı dağılımını simgelemektedir.
6. Ankete katılanların ailelerinden bağımsız gelirlerine bakıldığında, ailelerin sadece yüzde 5 gibi bir rakamının aylık gelirlerine katkıda bulunamayabileceği yorumlanabilir.

Diğer taraftan, araştırmada İnönü Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli grubun demografik özelliklerine ilişkin veri dağılımları aşağıdaki Tablolarda yer almaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin bilgiler aşağıda yer alan tabloda gösterilmiştir. Tablodan da görüldüğü üzere araştırmaya katılanların %66.8'inin (135 kişi) kadın ve geriye kalan % 34.6'sının (70 kişi) erkek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 16

Cinsiyet Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	135	66.8
Erkek	70	34.6

Araştırmaya katılanların yaşlarına ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılanların % 23.4'ü 18 – 21 yaş aralığında (48 kişi), % 17'i (35 kişi) 22-25 yaş aralığında, 26-29 yaş aralığında 75 kişi(% 36,5), 30 ve üzeri 37 kişi (%18) bulunmaktadır.

Tablo 17

Yaş Grupları Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Yaş Grupları	Frekans (f)	Yüzde (%)
18 – 21	48	23.4
22 – 25	35	17
26 - 29	75	36.5
30 ve üzeri	37	18

Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına ilişkin bilgiler aşağıda tabloda gösterilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, araştırmaya katılanların yüzde 20'si (41 kişi) meslek yüksekokulu düzeyinde, yüzde 10.7'si (22 kişi) yüksekokul düzeyinde, yüzde 49,2'si(101 kişi) lisans düzeyinde, yüzde 12,68'i (26 kişi) yüksek lisans düzeyinde ve yüzde 2,43'ü (5 kişi) doktora düzeyinde bulunmaktadır.

Tablo 18

Eğitim Düzeyleri Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 yaş üzeri tüketici profilli grubun demografik verileri

Eğitim Düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)
Meslek Yüksekokulu	41	20
Yüksekokul	22	10.7
Lisans	101	49.2
Yüksek Lisans	26	12.68
Doktora	5	2.43

Araştırmaya katılanların yüzde 81.95'i (168 kişi) 450 tl ve altı, yüzde 12.19'u (25 kişi) 450 ile 1000 tl arasında, yüzde 4.87'si (10 kişi) ise 1000 – 1500 tl arasında, 1501 tl ve üzerinde yüzde 0.97'si (2 kişi) bulunmaktadır.

Tablo 19

Aylık Gelir Düzeyleri Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Aylık Gelir	Frekans (f)	Yüzde (%)
450 ve altı	168	81.95
450 – 1000	25	12.19
1000 - 1500	10	4.87
1501 +	2	0.97

Araştırmaya katılan katılımcıların Çocukluklarının (yetişme çağlarının) geçtiği yer bilgileri aşağıda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, yüzde 50.73'ü(104 kişi) il merkezinde, yüzde 25.36'sı (52 kişi) ilçe merkezinde, yüzde 17.5'i (36 kişi) beldede ve yüzde 6.34'ü (13 kişi) köyde çocukluklarını geçirmişlerdir.

Tablo 20

Çocukluklarının Geçtikleri Yer Düzeyleri Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Çocukluğunun Geçtiği Yer	Frekans (f)	Yüzde (%)
İl Merkezi	104	50.73
İlçe Merkezi	52	25.36
Belde	36	17.50
Köy	13	6.34

Araştırmaya katılan katılımcıların Aile Reislerinin durumunu belirten bilgiler aşağıda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, yüzde 28.2'si (58 kişi) kamu sektöründe memur olarak, yüzde 9.2'si (19 kişi) özel sektör çalışanı (işçi dışı) olarak, yüzde 31.7'si (34 kişi) esnaf küçük girişimci olarak, yüzde 21.4'ü (44 kişi) emekli olarak, yüzde 4.8'i (10 kişi) çalışmayarak ve yüzde 4.3'ü (9 kişi) vefat etmiş olarak bulunmaktadır.

Tablo 21

Aile Reisinin Durumu Bazında İnönü Üniversitesi öğrencileri- 18 Yaş Üzeri Tüketici Profilli Grubun Demografik Verileri

Aile Reisinin Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kamu – memur	58	28.2
Özel Sektör Çalışanı – özel sektörde işçi değil	19	9.2
Esnaf, Küçük Girişimci, kamu işçisi	65	31.7
Emekli	44	21.4
Vefat	9	4.3
Çalışmıyor	10	4.8

İnönü Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubunun demografik verileri detaylandırıldığında kısaca şu bilgilere ulaşılmıştır :

1. Ankete, 135'i kadın, 70'i erkek 205 öğrenci katılmıştır.
2. Ankete katılanların neredeyse yarısı, 25 yaş üzerinde bireylerdir.
3. Ankete katılanların yüzde 14'ü, lisans sonrası öğrenimlerine devam etmektedirler.
4. Ankete katılanların aylık gelirleri arasında negatif boyutta yani düşük gelir grubunda yüksek oranda bir yoğunlaşma bulunmaktadır.
5. Ankete katılanlar arasında, aile reislerinin (anne veya baba) esnaf, kamu ve emekli sınıfı ağırlıklı olmaları gelirin niteliğinin ücretli ve düşük geliri simgelemesini göstermektedir.
6. Ankete katılanların ailelerinden bağımsız gelirlerine bakıldığında, ailelerin neredeyse yüzde 10'unun öğrencilerin aylık gelirlerine katkıda bulunamayabileceği yorumlanabilir.

3.13.1.2.Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Alfa katsayısına bağlı olarak bir ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanabilir:

1. $0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
2. $0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür,
3. $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir,
4. $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Bu araştırmanın analizinde kullanılan SPSS 18.0 programında model sorularına ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre bulunan Cronbach Alpha değerleri aşağıdadır. Ortaya çıkan güvenilirilik değeri ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduklarını göstermektedir.

Ankette yer alan net cümlelerin bulunması nedeniyle, örneklem yeterliliğine ilişkin Kaiser-Mayer – Olkin yeterlilikleri, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için 0,875 ve İnönü Üniversitesi için ise 0,836 olarak belirlenmiştir.

Tablo 22

Araştırmada Kullanılan Veri Setinin Güvenilirliği - Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İçin

Cronbach Alfa değeri	N (Madde Frekansı)
,855	20

Tablo 23

Araştırmada Kullanılan Veri Setinin Güvenilirliği - İnönü Üniversitesi İçin

Cronbach Alfa değeri	N(Madde Frekansı)
,875	20

Tablo 24

Hedonik Alışverişe İten Nedenler Anketi t değerleri, standart katsayılar, hata varyansları ve R-kare (İki Üniversite bir arada)

Veri Seti İfade Cümleleri	DFA	DFA	DFA	R kare
	T değerleri	Standart Katsayılar	Hata Varyansı	
1.Benim için alışveriş heyecan vericidir.	16,7	0,81	0,33	0,65
2.Alışveriş yapmak bana her zaman ilgi çekici gelmiştir.	15,03	0,75	0,41	0,66
3. Alışverişe çıktığım zaman kendimi başka bir dünyada ve çok güçlü hissederim	16,6	0,92	0,36	0,56
4. Alışverişe indirim zamanlarının avantajlarından faydalanmak için giderim	12,8	0,88	0,37	0,57
5. Alışverişe çıktığımda indirimli ürünleri arayıp bulmak hoşuma gider	14,2	0,79	0,32	0,49
6. Hediye alırken mükemmeli bulmak için zaman ve çaba harcamaktan çok hoşlanırım.	16,7	0,81	0,55	0,50
7. Markalı ürünleri almak beni mutlu eder	19,08	0,87	0,36	0,52
8. Bana göre alışveriş en iyi stres atma yöntemlerinden biridir.	14,55	0,86	0,42	0,56
9. Alışverişe son modayı takip etmek için çıkarım.	13,09	0,74	0,39	0,58
10. Moralim bozuk olduğunda alışverişe çıkmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlar.	16,7	0,79	0,55	0,59
11. Alışverişe gittiğimde diğer insanlarla etkileşime girmekten zevk alırım	14,95	0,85	0,33	0,55

12. Birşeyler satın almamaya kararlı olsam da mağazaları gezip ürünleri incelemek bana haz verir	17,58	0,78	0,62	0,62
13. Bana göre tanıdıklarla alışverişe çıkmak onlarla eğlenceli vakit geçirmek için bir fırsattır.	13,65	0,75	0,44	0,63
14. Alışverişe ailemle ya da arkadaşlarımla etkileşimde bulunmak, sosyalleşmek için giderim.	12,66	0,77	0,45	0,66
15. Alışverişe kendimce yeni şeyler denemek için çıkarım.	13,98	0,89	0,46	0,68
16. Alışverişe piyasadaki en son ürünleri görmek için çıkarım	17,03	0,85	0,48	0,63
17. Hayatımdaki özel insanlar için alışveriş yaptığımda kendimi daha iyi hissederim	16,82	0,86	0,51	0,47
18. Alışverişe çıktığımda indirimdeki ürünleri başkalarından önce yakalayıp bulmaktan çok zevk alırım.	17,25	0,88	0,52	0,51
19. Alışverişe başkalarına bir şeyler satın almak için giderim. Çünkü onlar mutlu olduklarında ben de mutlu olurum	19,65	0,71	0,57	0,66
20. Ailem ve arkadaşlarım için alışveriş yapmaktan zevk alırım	15,66	0,79	0,56	0,32

Çalışma sonucuna göre: Arnold ve Reynolds'ın belirtmiş olduğu aşağıda yer alan tablodaki hedonik tüketimi itkileyen nedenler dikkate alınarak, hangi nedenlerden kaynaklı tüketimlerin yapıldığı tekrar sıralanmıştır :

Tablo 25

Hedonik Tüketimi İtkileyen Nedenler

1	Arayışçı / Maceracı Satın Alma	İnsanların gündelik hayatındaki rutininden kurtulmak amacıyla, farklı, enerji verici, yoğun uyarılmalı bir dünyaya geçiş yaparak, tüketme eyleminin fırsatlar dünyasına girişmek için ilk neden olarak tanımlanmıştır.
2	Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma	Tüketicileri hedonik tüketime iten bir diğer neden, kendilerinin ürünleri gördükçe yaşadıklarını unutmaları ve günlük iş hayatının negatifliklerinden kurtulma yolu olarak da görülmektedir.
3	Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma	Bu kapsamda gerçekleştirilen hedonik tüketimde, tüketicilerin aile ve arkadaş çevreleriyle iletişim ve zaman geçirme şekli olarak tarif edilmektedir. Örneğin haftasonları ailelerin toplanarak AVMlerde zamanlarını geçirmeleri, zaman geçirilirken toplu tüketimi örnekler.
4	Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma	Bu yaz hangi renkler kullanılacak ? Hangi ceket, pantolon giyilmeli ? gibi soruların karşılığı olarak tüketicilerin yeni ürün, hizmet ve fikirleri yakalamak amacıyla satın alma davranışları gerçekleştirmeleridir.
5	Sevdikleri İçin Satın Alma	Sevdiği veya yanında zaman geçirmekten mutlu olduğu kişiler için satın alma davranışında bulunanların, büyük bir haz ve mutluluk kaynağı olarak bunu gerçekleştirdiklerini söylerler.
6	Fiyata Endeksli Satın Alma	Her yıl ve mevsim başlarında artan fiyatların etkisiyle, değişen sezon ürünleri ve hizmetlerini yakalamak isteyen tüketicilerin, indirim karşısında rasyonel davranmaktan uzaklaşabileceğini öne süren ve bu nedenle hedonsitik tüketimi iten bir diğer neden olarak görülmektedir.

Bu çalışma sonucuna göre; hedonik tüketimi gerçekleştirirken bireylerin tüketim kararları aşağıda yer almaktadır :

Tablo 26

Hedonik Tüketimin Nedenleri arasındaki farklar (ANOVA testinden elde edilmiştir.)

Hedonistik Tüketimin Nedenleri	T
1.Arayışçı / Maceracı Satın Alma	,782
2. Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma	,935
3. Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma	,986
4. Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma	,895
5. Sevdikleri İçin Satın Alma	,512
6. Fiyata Endeksli Satın Alma	,458

3.13.1.3. Demografik Özelliklere Göre Farklılık Testleri :Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi 18 yaş üzeri tüketici grubunun Yaş faktörleri

Hedonistik İktisat ölçeği ve yaş grupları değerlendirildiğinde Anova testi sonuçlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur(0,11). Bu farklılık, yaş küçüldükçe hedonistik tüketime eğilimin artmasını göstermesi açısından yüksek bulunmuştur.

Tablo 27

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi18 Yaş Üzeri Tüketiciler Ve Hedonistik Tüketim Farklılık Testi

ANOVA

Yaş		Sum of Squares	f	Mean Square	F	İg.
Yas	Between Groups	675,682	3	225,389	,986	011
	Within Groups	3586,814	5	105,004		
	Total	4384,862	8			

Adana Bilim ve teknoloji Üniversitesi 18 yaş üzeri tüketici grubunda dunnet c testine baıldığında, yaş farkının çok az ve çok fazla olduğu bireylerde ortalama farkın da yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.13.1.4. Ölçeklerin Birbirleri Üzerindeki Etkilerini Ölçmeye Yönelik Çoklu Regresyon Analizleri

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçlarına göre Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma ile Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlılık üzerindeki etkisi anlamlı olduğundan Bireysel terapi amacıyla gerçekleştirilen tüketimlerin trendleri yakalama üzerinde olumlu bir etkisi bulunmaktadır.

Tablo 28

Regresyon Katsayılarının Anlamlılığına İlişkin T testi Sonuçlarına Göre Değişkenlerin Trendleri Yakalama/ Fikir Edinme Amaçlı Tüketim Üzerindeki Etkisi

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	ig	Correlations		
	B	td. Error	eta			Ero-order	artial	art
1 Constant	1,653	4,791		789	436			
Arayıscı	,256	162	,168	1,425	162	003	,165	,158
Bireysel	107	076	177	,535	135	225	189	136
Sosyal	638	223	463	,765	007	487	356	325
Trend	345	345	154	,198	235	336	157	165
Sevdikleriicin	781	379	228	,204	124	247	,068	154
Fiyat	,253	270	,072	,256	168	362	254	328

a.Dependent Variable:bireyselterapi_trend

Yapılan Anova testi sonucuna göre Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Almanın Hedonistik Tüketim üzerindeki etkisi anlamlı ve pozitif yönde (,037) olduğu bulunmuştur. Bu nedenle, hedonistik amaçlı bir tüketim üzerinde trendleri yakalama ve sosyal deneyim amaçlarının etkileri bulunmaktadır.

Tablo 29

Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Almanın Hedonistik Tüketim Üzerindeki Etkisi

ANOVA [b]

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	İg.
1 Regression	210,987	2	105,445	,953	037[a]
Residual	1738,556	3	8,879		
Total	1984,987	2			

a:Predictors(Constant), trend, sosyal

b:Dependent Variable:hedonistik_tüketim

Anova testi sonuçlarına göre, Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma ve Arayışçı / Maceracı Satın Alma Almanın Hedonistik Tüketim üzerindeki etkisi anlamlı ve pozitif yönde (,037) olduğu bulunmuştur. Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma ve Arayışçı / Maceracı Satın Alma Alma bu nedenle hedonistik tüketim üzerinde etkilidir.

Tablo 30

Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma ve Arayışçı / Maceracı Satın Alma Almanın Hedonistik Tüketim Üzerindeki Etkisi

ANOVA [b]

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	İg.
1 Regression	985,927	2	318,352	,953	028[a]
Residual	3798,726	4	102,637		
Total	5794,017	6			

a:Predictors(Constant),bireysel_terapi, arayisci

b:Dependent Variable:hedonistik_tüketim

Araştırmada ölçekler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 31

Ölçekler Arası İlişkiyi Gösteren Korelasyon Analizi

Değişkenler	X	S	1	2	3	4	5
1. Arayışçı / Maceracı Satın Alma	2,96	,98					
2. Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma	2,78	,26	781**				
3. Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma	4,11	,97	702**	,398**			
4. Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma	1,34	1,34	466**	,356**	307*		
5. Sevdikleri İçin Satın Alma	5,78	,43	287*	,259*	163	,007	
6. Fiyata Endeksli Satın Alma	2,18	,93	256	,234	196	298*	043

(*Korelasyon 0,5 seviyesinde anlamlı) ve (**Korelasyon 0,1 seviyesinde anlamlı)

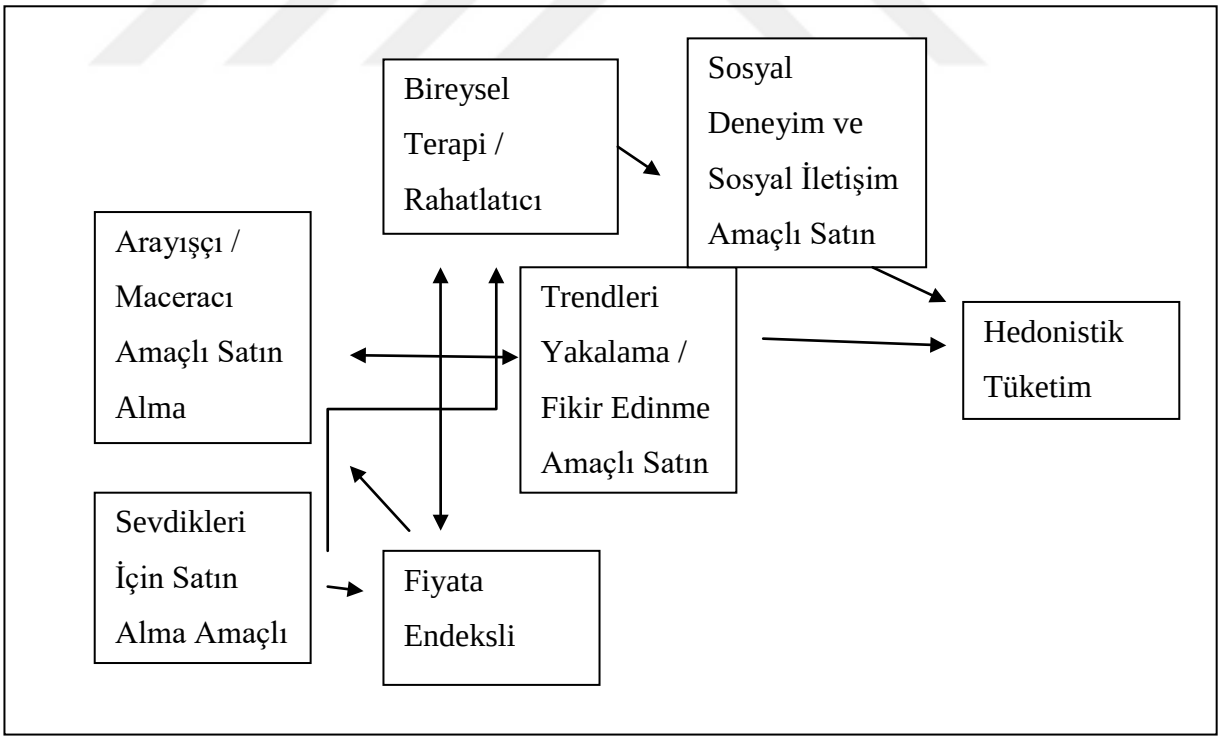
Korelasyon analizi sonuçlarına göre, sırayla Arayışçı / Maceracı Satın Alma ile Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma (781) ile Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma (702), Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma(466) korelasyon değerleriyle (,01) seviyesinde anlamlı ve pozitif yönlüdür.

Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma ile Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma(,,398) pozitif ve anlamlıdır. Arayışçı / Maceracı Satın Alma, Sevdikleri İçin Satın Alma korelasyon değeriyle(,05) seviyesinde anlamlı ve pozitif yönlüdür. Kişilerin Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ile Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma arasındaki ilişki pozitif ve anlamlıdır.

Aşağıda kabul edilen araştırma hipotezleri tabloda verilmiştir.

Hipotezler	**Kabul**
18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için alışverişlerini hedonik tüketim fiyat endeksli indirimleri yakalamak amacıyla gerçekleştirilmektedir.	Kabul
Gelire bağlı olarak indirimleri takip etme oranı artmaktadır.	Kabul
Eğitim düzeyinin Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma üzerinde etkisi bulunmaktadır.	Kabul
Yaş, Arayışçı / Maceracı Satın Alma üzerinde etkiye sahiptir.	Kabul
Kadın ve erkek tüketiciler arasında farklılık vardır.	Kabul
Planlanmayan tüketim üzerinde Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Almanın etkisi vardır.	Kabul

Araştırmada kabul edilen hipotezler kapsamında elde edilen araştırma modeli aşağıda yer almaktadır.



BÖLÜM IV

SONUÇ VE ÖNERİLER

Makroekonomik okulların gelişme seyrine; yapmış olduğumuz teorik tez çalışması kapsamında bakıldığında hedonistik iktisadın hemen hemen her okula temel girdi teşkil ettiği ve Hedonistik İktisat'ın gelişim süreci incelendiğinde makroekonomik okulların görüşlerinin değişimler gösterebildiği kanaati oluşmuştur. Bu tematik öğeler çerçevesinde Hedonistik İktisat, Heterodoks okullar ile Ortodoks okulların karşılaşması süreci içerisinde Heterodoks İktisat okulları arasında yer alarak, İktisat Bilimi'nin diğer sosyal bilimler ile bir arada yorumlanarak bireyi ve ekonomik davranışlarını değerlendirebilecektit. Bu kapsamda, henüz bilimsel olarak temellerinin atılmadığı dönemde İktisadi düşünceler içerisinde değerlendirilebilecek görüşler kronolojik olarak İlk Çağ düşünürlerinden kaynaklansa da, İktisat Bilimi'nin ve dolayısıyla Hedonistik İktisat'ın kökenlerine ve kurumsal yapısına Roma İmparatorluğu'nun miras bıraktığı ve Orta Çağ'da devam ettirilen gelişmeler yön verdiği düşünülebilir. Orta Çağ'ın egemen düşüncelerine karşı girişilen başkaldırılar, Reform hareketlerini doğurmuş ve Reform hareketleri ile Kilise kurumunun boşalttığı sosyal ve ekonomik hayat Avrupa Orta Çağı ve Dünya için, Aydınlanma Dönemi'ni doğurmuş olabileceği düşünülmektedir.

İktisat biliminin, ekonomik analiz ile başlayan bilimselliği Yeni Çağ'da teorik ve ideolojik tabanı olan düşüncelerin sosyo-ekonomik hayat içerisinde yer alması ile İngiltere ve Fransa ekonomilerinde değişimler ortaya çıkartarak, ekonomik farklılıklara dayalı sosyal sınıfların da oluşumuna kaynaklık edebilmektedir. Nitekim, Hedonistik İktisat ile aynı felsefe düşünürlerinin düşüncelerinden gelen Marksist İktisat evrimini emek-değer teorisi üzerine kurgularken, Hedonistik İktisat "kullanım değeri" kavramına odaklanarak öznel değer teorisinin oluşumunu ve fayda-değer teorisinin emek-değer teorisi karşısına yerleşmesini sağladığı düşünülebilmektedir.

Klasik okulun temel teorisi emek-değer teorisinin karşısına Neoklasik akım içerisinde fayda-değer teorisi ile çıkılmıştır. Fayda kavramının, rasyonel bir biçimde ölçülebileceğini de öngörerek rasyonalizm ilkesini benimseyen Klasikleri etkileyen Jeremy Bentham'ın Hedonistik İktisadı, marjinal analizi benimseyen Lozan Okulu, Avusturya Okulu ve Refah İktisatı'nı derinden etkilemiştir. Buna karşın, Neoklasik İktisat sonrasında makroekonomi eksenine yeniden Keynes ile dönen Keynesyen İktisat, Monetarist İktisat, Arz İktisatı, Yeni Klasik İktisat ve Neo-Klasik Keynesyen Sentez

Okulları ise Ortodoks İktisat okulları içerisinde yer alarak Hedonistik İktisat'ın gelişiminden ayrı bir gelişim göstermektedirler.

Çağdaş düşünce okulları içerisinde yer alan Post-Keynesyen İktisat, R. Harrod'un ve M.Kalecki'nin ekonomik büyüme ve gelir dağılımı üzerine odaklanmaları ile Hedonistik İktisat sürecinden uzaktır. Neoklasik İktisata getirilen eleştirilerin paylaşıldığı Kurumsalcı Okul ile Marksist ve Neo-Marksist Okul da Hedonistik İktisat sürecinden uzak olduğu düşünülmekte iken, kullanım değerini inceleyen faydanın ölçümlemesini araştıran II. Nesil Davranışsal İktisatçıların Heodnistik İktisat ile oldukça yakından ilişkileri bulunmaktadır.

2. bölümde sıralanan kronolojik ve önemsel sıra bazında, Hedonizm süreci Aristoteles ve Epikür yolları arasında gidip gelmektedir. Hedonizmin asıl güncel temelleri ise, Bilimi Aydınlanma sürecine getiren yollarda Antik Yunan düşüncelerinin incelenerek, Gassandi ve Hobbes tarafından ortaya konulması ile atılmıştır. Temellerinde hem Epikurcu hem de Aristotelesci yaklaşımların etkin olduğu Hedonizm, Hobbes'un da ihtiyaç duyguğu "acı ve memnuniyet hesap makinesine" ulaşamamıştır. Acı ve memnuniyetten nasıl kaçınıldığının satın alma süreçleri üzerindeki etkisi araştırılarak henüz ortaya konulmuş bir teori de bulunmamaktadır. Bu kapsamda, teorik olarak incelemelerin pratik ve günümüzde hedonik olmayan yaklaşım ve bakış açılarında kabul gören düşüncelere nasıl entegre edileceğine karar vermek lazımdır. Bu bağlamda, Hobbes'un Ortodoks İktisat üzerindeki etkisinin üzerinde daha geniş perspektifle durulmalıdır. Hedonistik egoizmin Altruistik düşünceler neticesinde gerçekleşip gerçekleşmediği bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda ortaya konulmalıdır.

Teorik incelemelere acı ve memnuniyet süreçlerinin etkisi de eklemlenmelidir.Acı ve memnuniyet süreçlerinin etkilerinin hedonik iktisat kapsamında ekonomi üzerindeki etkileri mikro ve makro temelinde ifade edilmelidir. Bu anlamda, kapsamlı bir inceleme ile sunulmuş olan bu tez felsefe tabanlı ekonomi düşüncelerinden hedonizme odaklanarak bu felsefenin ekonomik evrimini ortaya koymaya çalışmıştır. İlerleyen dönemlerde yeni ve başarılı çalışmaların alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Nobel Ödüllü Daniel Kahneman'ın ortaya koymuş olduğu çalışmalarda, deneyimlenen faydayı anlık ve anımsanan fayda olarak ayrımlaması ve anımsanan faydanın mutluluğun ölçümünde önemli olduğunu ortaya koyması fayda kavramının içeriğinin ve teorik altyapısının değişebileceğini ortaya koymaktadır. Örneğin satın

alma davranışı sırasında anlık faydanın mı anımsanan faydanın mı ürün ve hizmetler açısından ortaya konulması işletme içi ve dışı süreçleri olabildiğince değiştirecektir. Aynı zamanda, mutluluğa ulaşmada faydanın hangi kısmına odaklanılmasına karar verilmesi de mutluluğa giden yolu gösterebilecektir.

Rasyonel tüketim kavramının değişimi hızlı ve baş döndürücü biçimde evrilmiştir. İktisadi okulların bunu biraz geç kavramış olması, bu konunun önemsiz olduğunu göstermez. Mikroiktisatın yoğunlaştığı fayda ile tanımlanan tüketici tercihlerinin yeniden yorumlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim kaybedilen zamanı tamamlamak üzere, İktisatçılar çalışmalarını rasyonel tüketiciyi ve Onun satın alma davranışını inceleyen İktisadi dalları incelemeye başlamışlardır. Süreç içerisinde İktisat bilimi kendisini geliştirmiş, kavram ve hacim olarak da büyümüştür.

Hedonistik İktisat, Yeni İktisat denilebilecek noktaların en sonuncularından bir tanesidir. Antropoloji, sosyoloji ve biyoloji tabanlı bilimsel çıktı ve bulguların değerlendirildiği bu İktisadi bakış açısında, tüketici eğilimlerinin belirlenmesi oldukça önem kazanmıştır. Hem saha verileri ile hem de görgül veriler ile bulguların toplanılması gerekmektedir.

Tüketimin evrilmesi ile de birleşen rasyonel olmayan tüketici davranışları özellikle satın alma davranışı konusunda verileri ve ilgileri zorlamaktadır. Örneğin; tüketici eğilimlerinin hedonistik iktisat kapsamında verilenmesi ile talep esnekliğini belirleyen faktörlere daha rahat ulaşılabilecektir. Talep esnekliğini etkileyen faktörler kapsamında: mala duyulan ihtiyacın şiddetinin artması ve azalması sonucu tüketim seviyesinin gelir seviyesi ile ilişkileri değerlendirilmesi gereken konular arasında yer almaktadır. “Kafes altında tüketim”, nitelikli tüketimci yetişmesine imkan sağlarken ihmal edilebilecek nitelikte üretim faaliyetlerini kimi yerde önemsizleştirmektedir. Kimi üreticilerin de kitle üretimini küçük küçük kitlelere de yoğunlaştırması, sürekli bir tüketim bombardımanı altında kalan tüketiciye imkan yaratmaktadır. Sürekli zorlanan ve sen de sınırlarını zorla denilen tüketiciler, bir de hedonistik tüketim davranışlarını çeşitli nedenlerle sergilediklerinde bireysel, hanehalkı ve makro perspektif açısından tüketim borca ve açıklara altyapı hazırlayacak cinsten olacaktır.

Kültürel ve sosyal bir olgu olarak tüketim, birçok ögeyi içerisinde bulundurmaktadır. Sosyolojik nedenlerle gerçekleştirilen tüketimler ise günümüzde soyut ve algı bazlı gerçekleşen tüketimi örneklendirmektedir. Örneğin; soyut ve algısal tüketim kalemleri içerisinde nitelendirilebilecek olan statüsel tüketimler, statükoya önem veren yerel, bölgesel veya ulusal ekonomilerde çıktılarını

göstermektedir.Hedonistik tüketimin nedeni veya sonucu olarak globalleşen dünyada insanların aynı yemekleri (örn. İnstagram aracılığıyla yayılan yemek tarifleri), aynı kıyafetleri giymeleri (örn. AVM deki markaların uluslararasılığı), aynı televisyon programlarını ve dizileri izlemeleri, aynı model araçları kullanmaları, aynı Otel zincirini tercih etmeleri aynı zamanda, çeşitli tüketim alternatiflerini de yokederek tektipleştirici boyuta sahiptir.Paylaşılan birçok noktanın olması toplumları ortak paydalara kavuştursa da, bu durum kitle tüketimini dayatanlara daha da cesaret vermektedir. Aynı markaların tüketilmesi orta ve alt gelir gruplarında gözlemlenirken, aynı zamanda gittikçe farklı markaların da bu kesimler de tüketilmeye başlanması, hedonistik tüketimin boyutlarını göstermektedir.

Tüketicilerin basit bir ihtiyaçtan ileri taşınan boyuta geçildiğini fark etmeleri, açıkçası borç içerisinde yaşanılan bir toplum olma durumundan çıkmak için başlangıç noktası olabilecektir. Rasyonel davranışın sorgulanması, rasyoneli ve irrasyoneli tanımlayacak olup aynı zamanda, sonraki çalışmalarda tüketimin rasyonelliğine dair çok çeşitli verileri elde etmemize yarayacaktır. Araştırma sonucu ile ortaya çıkan veriler yorumlandığında, farklı tüketici grupları farklı bölgelerde ve farklı noktalarda yer alan tüketici grupları arasında tüketimden duyulan haz konusunda farklılıklar bulunmaktadır. 1.Bu noktada işletmeler için önemli sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerin hangi dürtülerle hedonistik ve kendi hazlarını maksimuma ulaştırmayı amaçladıkları noktaları tanımlayabilmek bir işletme açısından oldukça önemlidir. Örneğin, işletme: Adana Bilim Teknoloji üniversitesi öğrencileri için Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı SatınAlmanın önemli bir faktör olduğunu bilirse bu gruba, reklamlarla ulaşmaya değil bizzat giderek onları özel hissettirecek kampanya ve çeşitli görsellikteki çalışmalarla ulaşabilecektir.

Sonuçlara göre: Karşılaştırmalı olarak hedonik tüketim davranışları analiz edilen iki topluluk arasında veriler ortaya konulmuştur.

1. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için alışverişlerini hedonik tüketim bağlamında fiyat endeksli indirimleri yakalamak, Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Bireysel Terapi / Rahatlatıcı Satın Alma davranışı bünyesinde gerçekleştirmektedirler.
2. İnönü Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için hedonistik tüketim, Sevdikleri İçin Satın Alma ve fiyat endeksli indirimleri yakalamak amacıyla yapılmaktadır.

3. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için; en başta Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma, daha sonra Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma gelmektedir.
4. İnönü Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma ve Fiyata Endeksli Satın Alma elzemdir.
5. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için, gelir grubu yüksek olan bireylerin Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma ve Arayışçı / Maceracı Satın Alma girişimleri daha yüksektir.
6. Her iki Öğrenci grubunda da, gelirler azaldıkça indirimlere endeksli tüketim davranışı artış göstermektedir.
7. Her iki öğrenci grubunda da beklenen yaş azaldıkça tüketicilerin Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma faktörü, İnönü Üniversitesi verileri değerlendirildiğinde en az 3 yaş fark bulunarak, daha yukarıdaki yaş grubu içerisinde gözlemlendiği bulunmuştur.
8. Her iki Üniversite içinde, eğitim düzeyi azaldıkça Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma faktörü davranışları etkilemektedir.
9. Aile reisinin durumu açısından düşünüldüğünde, İnönü Üniversitesi öğrencileri - 18 yaş üzeri tüketici profilli Grubu için, Fiyata Endeksli Satın Alma davranışı yüksektir.
10. Düşük gelir grubundaki tüketici kimlikli öğrencilerin fiyata endeksli indirimleri takip etme davranışları Onlar için daha çok haz vericidir.
11. Yaş aralığı daha düşük olan bireylerde, Sevdikleri İçin Satın Alma davranışı ön plandadır.
12. Özel sektör çalışanı olan aile reisinin aile ferdi olan bireyin, aile reisi çalışmayan bireylere göre Arayışçı / Maceracı Satın Alma faktörü yüksektir.
13. Yaş değişkeni Arayışçı / Maceracı Satın Alma davranışında belirli etkileyici özelliklere sahiptir.
14. Kadın tüketici profillerinde Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma faktörü etkilidir.
15. Her iki profildeki tüketici grubu, planlanmayan bir biçimde ara sıra tüketim yaptıklarını söylemişler. Böylesi bir durumda, sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Alma faktörünün etkili olduğu sonucuna ulaşmışlar.

2.Bu noktada tüketicilerin kendilerini tanıması ve eksik yönlerini kapatabilmesi yer tutmaktadır. İkinci noktanın önemi hedonsitik tüketimin amaçlarının belirlenmesi kadar total ekonomiye sağlayacağı girdi veya kaybettireceği gider önemlidir. Bundan sonraki çalışmalar için örneğin ödenemeyen batık kredi ve kredi kartı borçlarının ne kadarının hedonistik tüketim kapsamında yapıldığının araştırılması önemli bir yer kazanacaktır. Sonraki çalışmalarda, bu araştırmalara ek olarak hedonistik tüketimin neden olduğu tektipleştirici etki araştırılabilir.Bu çalışma ile literatüre önemli bir katkı yapılmakta olup, daha sonra yapılacak çalışmalarla da İktisadın yeni kabul edilebilecek alanları gelişim gösterecektir. İktisadın yeni alanları üzerinde gerçekleştirilecek çalışmaların kantitatif yöntemleri ötelemeyerek, kalitatif yöntemlere odaklanacağı da kuşku duyulmaması gereken bir gerçektir.

Esasen, Milton Friedman'ın "The Methodology of Positive Economics" isimli eserinde, insanların rasyonel davranmadıklarını 1950 liyıllarda ortaya koymuş olması, rasyonel insan modeline, fayda ve diğer soyut bakış açılarına yanlış öngörüler ile yaklaşıldığını göstermektedir. Neoklasik İktisadın, tasarruf ve yatırım davranışları dahil olmak üzere davranışları açıklamakta yetersiz kalması ile psikolojik süreçlere yer veren model ve teoriler artış göstermektedir. İlerleyen dönemlerde, oldukça basite indirgenmiş mikro ve makro ekonomik modellerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi örneğin sadece harcanabilir gelir ve gelir seviyeleri ile açıklanmayan modellerin oluşturulması gerekmektedir. Özellikle Hedonistik İktisadın, felsefe, psikoloji, sosyoloji ve iktisat ile olan yakın ilgisi çeşitlenerek artış gösterecektir. Son zamanlarda, nöroiktisat da biyofiziksel, psikofiziksel ve beyin görüntüleme teknikleri ile karar alma mekanizmalarına ek olarak hormonları da inceleyerek endokronoloji ile ilgili çalışmalara da yer vermektedir. Örneğin; testesteron ve oksitosin düzeylerinin incelenerek karar alma mekanizmaları üzerindeki etkilerinin yorumlanması, ekonomik davranışları açıklamakta bilim insanlarına yol gösterecektir. İktisadın fizik ve matematik temelli başlayan disiplinlerarası çalışmaları gittikçe çeşitlenmektedir. Bu kapsamda, biyoloji ve kimya bilimlerine de olan ilgi ve ilişki ile İktisat yoluna devam etmektedir. İktisat ve Sosyal bilimlerin çeşitli ortak noktaları giderek artmakta olup, bilinçli ve farkındalığı yüksek tüketiciye ulaşmak, bireyin niteliğinden söz ettiğimizde önemli bir nokta olmalıdır.

Tüketim kavramının içerisinde rasyonel tüketim önemli ölçüde değişmiştir. Makroiktisadi okulların bu durum üzerine değerlendirme yapması ise biraz zaman almıştır. Mikroiktisattaki fayda kavramı ile tüketicilerin tercilerinin

değerlendirilmesinin birarada yorumlanması gerekmektedir. Nitekim kaybedilen zamanı tamamlamak üzere, İktisatçılar çalışmalarını rasyonel tüketiciyi ve Onun satın alma davranışını inceleyen İktisadi dalları incelemeye başlamışlardır. Süreç içerisinde İktisat bilimi kendisini geliştirmiş, kavram ve hacim olarak da büyümüştür.

Hedonistik İktisat, Yeni İktisat denilebilecek noktaların en sonuncularından bir tanesidir. Antropoloji, sosyoloji ve biyoloji tabanlı bilimsel çıktı ve bulguların değerlendirildiği bu İktisadi bakış açısında, tüketici eğilimlerinin belirlenmesi oldukça önem kazanmıştır. Hem saha verileri ile hem de görgül veriler ile bulguların toplanılması gerekmektedir.

Tüketimin evrilmesi ile de birleşen rasyonel olmayan tüketici davranışları özellikle satın alma davranışı konusunda verileri ve ilgileri zorlamaktadır. Örneğin; tüketici eğilimlerinin hedonistik iktisat kapsamında verilenmesi ile talep esnekliğini belirleyen faktörlere daha rahat ulaşılabilecektir. Talep esnekliğini etkileyen faktörler kapsamında: mala duyulan ihtiyacın şiddetinin artması ve azalması sonucu tüketim seviyesinin gelir seviyesi ile ilişkileri değerlendirilmesi gereken konular arasında yer almaktadır. "Kafes altında tüketim", nitelikli tüketimci yetişmesine imkan sağlarken ihmal edilebilecek nitelikte üretim faaliyetlerini kimi yerde önemsizleştirmektedir. Kimi üreticilerin de kitle üretimini küçük küçük kitlelere de yoğunlaştırması, sürekli bir tüketim bombardımanı altında kalan tüketiciye imkan yaratmaktadır.

Sürekli zorlanan ve sen de sınırlarını zorla denilen tüketiciler, bir de hedonistik tüketim davranışlarını çeşitli nedenlerle sergilediklerinde bireysel, hanehalkı ve makro perspektif açısından tüketim borca ve açıklara altyapı hazırlayacak cinsten olacaktır. Kültürel ve sosyal bir olgu olarak tüketim, birçok ögeyi içerisinde bulundurmaktadır. Sosyolojik nedenlerle gerçekleştirilen tüketimler ise günümüzde soyut ve algı bazlı gerçekleşen tüketimi örneklendirmektedir. Örneğin; soyut ve algısal tüketim kalemleri içerisinde nitelendirilebilecek olan statüsel tüketimler, statükoya önem veren yerel, bölgesel veya ulusal ekonomilerde çıktılarını göstermektedir. Hedonistik tüketimin nedeni veya sonucu olarak globalleşen dünyada insanların aynı yemekleri (örn. İnstagram aracılığıyla yayılan yemek tarifleri), aynı kıyafetleri giymeleri (örn. AVM deki markaların uluslararasılığı), aynı televisyon programlarını ve dizileri izlemeleri, aynı model araçları kullanmaları, aynı Otel zincirini tercih etmeleri aynı zamanda, çeşitli tüketim alternatiflerini de yokederek tektipleştirici boyuta sahiptir.

Paylaşılan birçok noktanın olması toplumları ortak paydalara kavuştursa da, bu durum kitle tüketimini dayatanlara daha da cesaret vermektedir. Aynı markaların

tüketilmesi orta ve alt gelir gruplarında gözlemlenirken, aynı zamanda gittikçe farklı markaların da bu kesimler de tüketilmeye başlanması, hedonistik tüketimin boyutlarını göstermektedir. Tüketicilerin basit bir ihtiyaçtan ileri taşınan boyuta geçildiğini fark etmeleri, açıkçası borç içerisinde yaşanılan bir toplum olma durumundan çıkmak için başlangıç noktası olabilecektir.

Rasyonel davranışın sorgulanması, rasyoneli ve irrasyoneli tanımlayacak olup aynı zamanda, sonraki çalışmalarda tüketimin rasyonelliğine dair çok çeşitli verileri elde etmemize yarayacaktır. Araştırma sonucu ile ortaya çıkan veriler yorumlandığında, farklı tüketici grupları farklı bölgelerde ve farklı noktalarda yer alan tüketici grupları arasında tüketimden duyulan haz konusunda farklılıklar bulunmaktadır. 1.Bu noktada işletmeler için önemli sonuçlar ortaya çıkmaktadır Tüketicilerin hangi dürtülerle hedonistik ve kendi hazlarını maksimuma ulaştırmayı amaçladıkları noktaları tanımlayabilmek bir işletme açısından oldukça önemlidir. Örneğin, işletme: Adana Bilim Teknoloji üniversitesi öğrencileri için Trendleri Yakalama / Fikir Edinme Amaçlı Satın Alma ve Sosyal Deneyim ve Sosyal İletişim Amaçlı Satın Almanın önemli bir faktör olduğunu bilirse bu gruba, reklamlarla ulaşmaya değil bizzat giderek onları özel hissettirecek kampanya ve çeşitli görsellikteki çalışmalarla ulaşabilecektir.

2.Bu noktada tüketicilerin kendilerini tanıması ve eksik yönlerini kapatabilmesi yer tutmaktadır. İkinci noktanın önemi hedonsitik tüketimin amaçlarının belirlenmesi kadar total ekonomiye sağlayacağı girdi veya kaybettireceği gider önemlidir. Bundan sonraki çalışmalar için örneğin ödenemeyen batık kredi ve kredi kartı borçlarının ne kadarının hedonistik tüketim kapsamında yapıldığının araştırılması önemli bir yer kazanacaktır. Sonraki çalışmalarda, bu araştırmalara ek olarak hedonistik tüketimin neden olduğu tektipleştirici etki araştırılabilir.

Bu çalışma ile literatüre önemli bir katkı yapılmakta olup, daha sonra yapılacak çalışmalarla da İktisadın yeni kabul edilebilecek alanları gelişim gösterecektir. İktisadın yeni alanları üzerinde gerçekleştirilecek çalışmaların kantitatif yöntemleri ötelemeyerek, kalitatif yöntemlere odaklanacağı da kuşku duyulmaması gereken bir gerçektir. Esasen, Milton Friedman'ın "The Methodology of Positive Economics" isimli eserinde, insanların rasyonel davranmadıklarını 1950 liyıllarda ortaya koymuş olması, rasyonel insan modeline, fayda ve diğer soyut bakış açılarına yanlış öngörüler ile yaklaşıldığını göstermektedir.

Neoklasik İktisadın, tasarruf ve yatırım davranışları dahil olmak üzere davranışları açıklamakta yetersiz kalması ile psikolojik süreçlere yer veren model ve

teoriler artış göstermektedir. İlerleyen dönemlerde, oldukça basite indirgenmiş mikro ve makro ekonomik modellerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi örneğin sadece harcanabilir gelir ve gelir seviyeleri ile açıklanmayan modellerin oluşturulması gerekmektedir. Özellikle Hedonistik İktisadın, felsefe, psikoloji, sosyoloji ve iktisat ile olan yakın ilgisi çeşitlenerek artış gösterecektir.

Son zamanlarda, nöroiktisat da biyofiziksel, psikofiziksel ve beyin görüntüleme teknikleri ile karar alma mekanizmalarına ek olarak hormonları da inceleyerek endokronoloji ile ilgili çalışmalara da yer vermektedir. Örneğin; testesteron ve oksitosin düzeylerinin incelenerek karar alma mekanizmaları üzerindeki etkilerinin yorumlanması, ekonomik davranışları açıklamakta bilim insanlarına yol gösterecektir. İktisadın fizik ve matematik temelli başlayan disiplinlerarası çalışmaları gittikçe çeşitlenmektedir. Bu kapsamda, biyoloji ve kimya bilimlerine de olan ilgi ve ilişki ile İktisat yoluna devam etmektedir. İktisat ve Sosyal bilimlerin çeşitli ortak noktaları giderek artmakta olup, bilinçli ve farkındalığı yüksek tüketiciye ulaşmak, bireyin niteliğinden söz ettiğimizde önemli bir nokta olmalıdır.

KAYNAKÇA

Açıkalın S. ve Yaşar M. (2017). Hedonik ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Gençlerin Hedonik Tüketim Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of International Social Research, 10*(48).

Açıkalın S. ve Erdoğan L., (2004)."Veblen'ci Gösteriş Amaçlı Tüketim." *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 1.7 ,: 1-18.

Akın, Z., and Barış U. (2010). "İktisat deneysel bir bilim olmaya mı başlıyor?." *İktisat İşletme ve Finans* 25.288 9-28.

Akdere N. ve Büyükboyacı M., (2015): 106 "Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı" in Davranışsal Iktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar, D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse, Ester Ruben (eds.), İmge Kitabevi, İstanbul,. 105-139.

Akşit O. (1985) Roma İmparatorluk Tarihi, 56.

Amittay, J.B.(1983) Siyasal Düşünceler Tarihi. Çağlar Boyunca Siyasal Düşüncenin Değişimi,75.

Loewenstein, G. ve Angner, E. (2006). Predicting and indulging changing preferences. In G. Loewenstein, D. Read, and R. Baumeister. (Eds.). *Time and Decision: Economic and Psychological Perspectives on Intertemporal Choice* (645). New York: Russell Sage Foundation Press.

Arnold J.M., Reynolds K.E. .(2003). Hedonic Shopping Motivations , Journal of Retailing, 79: 76-82.

Annas J.(1993). Privacy Rules for DNA Databanks:Protecting Coded"Future Diaries",56.

Aydın S., a. g. d. s. (2010). Hedonik Alışverişin Cinsiyet, Gelir ve Yerleşim Büyüklüğüne Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma,435-452.

Bentham, J.(1969). An Introduction to the Principles of Morals and Legislation, in A Bentham Reader, ed. M.P. Mack (New York: Pegasus), 85.

Bortkeiwicz L.(1937)."Value and Price in the Marxian System," International Economic Papers, 2 (1937).67.

Camerer, C. ve Loewenstein, G. (2004). Behavioral Economics: Past, Present and Future.), Advances in Behavioral Economics, New York: Princeton University,3-51.

Camerer, C., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: how neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature, 43(1),* 3.

Camerer, C. ve Loewenstein, G. (2004). Behavioral Economics: Past, Present and Future.), Advances in Behavioral Economics, *New York: Princeton University*,3-51, 11.

Clift, B. (2009). "Is There a "Business Case" for Board Diversity?", *Pacific Accounting Review*, 21(2), 4-5.

Colander D., (2007). "Retrospectives: Edgeworth's Hedonimeter and The Quest to Measure Utility", *The Journal of Economic Perspectives***,** *21*, ,215-225.

Çakmak, A. Ç., ve Çakır, M. (2012). 12-18 Yaş Arası Gençlerin Hedonik Tüketim Davranışlarının İncelenmesi: Kocaeli Şehir Merkezinde Bir Araştırma. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 171-189.

Çelik, O. (2017). Mobil Telefon Satın Alımlarında Hedonik Tüketim: Adana Örneği. *Isletme ve Iktisat Calismalari Dergisi*, *5*(1), 21-27

Çiftçi H. ve Ayyıldız H. (2016). "Nöroiktisat Işığında Rekabetçi Karar Alma Sürecinde Duygular, Rolleri ve Önemi" *Ekonomi Bilimleri Dergisi. Cilt 8, No 2ISSN*: 1309-8020 (Online), 4.

Coyle, D. (2010). The Soulful Science: What Economists Really Do and Why it Matters, *Princeton & Oxford: Oxford University Press*. 136

Deane P(1984)., The Evolution of Economic Ideas, Cambridge University Press, 83-84.

Dychtwald, K. ve Gable, G. (1990). Portrait of Changing Consumer. Business Horizons, 33(1), 62 – 72.

Doğan G., Gürler A., Ağcadağ D. (2014). Hedonik Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkili Faktörlerin Değerlendirilmesi (Tokat İli Örneği) *Research*, *7*(30).

Dinler, Z. (2000). Mikroekonomi. *Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım*,29-35.

Eser, R. ve Toigonbaeva, D. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak Davranışsal İktisat*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi,* 6(1), 299-300. 137

Eshleman L.,(1956*).* Invective against women in the plays of Beaumont and Fletcher. 113 620.

Fettahlıoğlu S., Yıldız A., Birin C.(2014). Hedonik Tüketim Davranışları: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Adıyaman Üniversitesi Öğrencilerinin Hedonik Alışveriş Davranışlarında Demografik Faktörlerin Etkisinin Karşılaştırmalı Olarak Analizi. *The Journal of Academic Social Science Studies.* No: 27 , 307-331.

Haney, L. (1968): Lewis Haney, History of Economic Thought, *New York:The Macmillian* 50-53.

Haney, L. (1968).:73 Lewis Haney, History of Economic Thought, *New York:The Macmillian* ,73.

Haney, L. (1968), Lewis Haney, History of Economic Thought, *New York:The Macmillian*, 81.

Haney, L. (1968). Lewis Haney, History of Economic Thought, *New York:The Macmillian* 174.

Haney, L. (1968). Lewis Haney, History of Economic Thought, *New York:The Macmillian*, 346.

Haney, L.(1968). Lewis Haney, History of Economic Thought, *New York:The Macmillian* 441.

Hunt E.K., (1977). "Value Theory in the Writings of the Classical Economists, Thomas Hodgskin and Karl Mar*x*," *History of Political Economy* 9, no. 3 (Fall 1977): 322-45.

Heckscher, E.F. (1964). Mercantilism, *Encylopedia of the Social Sciences* ,35.

Heilbroner, R.L.(1986). The Essential Adam Smith, *London:Oxford University Press*, 3.

Heilbroner, R.L.(1986). The Essential Adam Smith, *London:Oxford University Press*,:2

Hirschman E. and Holbrook M. (1982).“Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods And Propositions”. *Journal Of Marketing, Vol.46*, 92–101.

Hobsbawm E.J., (1968). Industry and Empire: An Economic History of Britain Since 1750, 72

Spiegel Henry W.(1964). The Development Of Economic Thought : Great Economists in Perspective, *Abridged Edition, New York: John Wiley ve Sons*,36.

Smith A., (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of The Wealth of Nations,28.

Sraffa, P.(1981). "On the Relation Between Cost and Quantity Produced." *Annali di Economia, II*,11.

Sowell T.(1988). “Say’s Law”, 249.

Roncaglia A.(1977). “The Sraffian Revolution” *Weintraub*, 171.

Warburton N.:(2006). Philosophy, The Classics and Thinking from A to Z, 24.

Annas J. (1993). The Morality of Happiness, by *Oxford University Press*.

Wilkinson, N. (2008). An Introduction to Behavioral Economics. Çin: *Palgrave Macmillan,13.*

Kızılkaya E. (2002).*H.Ü. İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 20, Sayı 2, 2002, 73-91

Özkan, B. (2017): *International Journal of Management Economics & Business*; Zonguldak 13.1 2017: 117-135.

Özkan B. (2017).*International Journal of Management Economics & Business*; Zonguldak 13.1 (2017): 117-135,13.

Meydan Larousse, 5144

Odabaşı, Y. (2006). Tüketici Davranışı. (7. Baskı). *İstanbul: MediaCat.*

Oeconomicus, 1.10-13, Xenophon

Rima, H. Ingrid, (1970). Rima, H. İngrid, Readings in The History of Economic Theory, *New York: Holt, Rinehart ve Winstn Inc*. 1970, 78.

Seligman, R.A., (1903).Introduction A.Smith, The Wealth of Nations, *London Every Man's Library*, 1970, 335-63.

Schumpeter,J.(1972)., History of Economic Analysis, London, 38.

Schumpeter,J. (1972). History of Economic Analysis, London, 52.

Schumpeter, J. (1972). History of Economic Analysis, London,86-87.

Schumpeter, (1972). Joseph A. Schumpeter, History of Economic Analysis, London, 98.

Schumpeter, (1954). Joseph A. Schumpeter, History of Economic Analysis, London,252.

Schumpeter, (1972). Joseph A. Schumpeter, History of Economic Analysis, London, 382.

Thompson W, (1850). An Inquiry into the Principles of the Distribution of Wealth Most Conducive to Human Happiness (*London: William S. Orr, 1850*), . 15.

Mill J., (1874).John Stuart Mill, Dissertations and Discussions, 5 vols. (New York: Henry Holt, 1874), vol. 5, 49

Mill J.:(1879). " Principles of Political Economy with some Applications to Social Philosophy",123-124.

Nostrand D;(1964). Frederic Bastiat, Economic Harmonies *Princeton*, 25.

Ekelund-H. (1975). ,History of Economic Theory and Method, *New York: McGraw Hill*, 1975, 171-172.

Huberman, L.. (2005). Sosyalizmin Alfabesi. *Ankara:Sol Yayınları*,45.

Şenel, A. (2003). İnsan ve Evrim Gerçeği. *Ankara: Maki Basın Yayın*, 109-110.

Jevons S, (1871). The Theory of Political Economy, *London: Macmillan.*, 12.

Jevons S.:(1886). Letters and Journal of W Stanley Jevons, ed. Harriet A. Jevons (London: Macmillan, 1886),151.

Menger C.,(1963). Problems of Economics and Sociology (*Urbana: University of Illinois Press,* 1963 54.

Landreth H, (1976). Harry Landreth History of Economic Theory, Scope, Method and Content “, 326.

Keynes J. (1936). John Maynard Keynes, *General Theory*,96.

Lewis, W.(1954). Economic evelopment with Unlimited Supplies of Labor , 22.

Ferguson, C.(1968). Microeconomic Theory. *ABD:Irwin Press*,13-14.

Tversky, R., ve Kahneman, D.(1973). ”Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability”, 207-232.

Tversky, R., ve Kahneman, D. (1992).”Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation Under Uncertainty”, 297-323.

Ruben, T., ve Dumludağ D. (2005). İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar İçinde (105-137). *Ankara: İmge Kitapevi*,21.

Ruben, T., ve Dumludağ D. (2015). Consumption and Life Satisfaction at Different Levels of Economic Development. *International Review of Economics*, 62(2), 43.

Robinson, L.,ve Hammitt, J. (2011). Behavioral Economics and the Conduct of Benefit-Cost Analysis: Towards Principles and Standards. *Journal of Benefit-Cost Analysis*, 2(2), 1-51. doi:10.2202/2152-2812.1059,3.

Ruben,T., ve Dumludağ D., (2015). İktisat ve Psikoloji. Dumludağ, D., Gökdemir, Ö., Neyse, L. ve Ruben, E. (Ed.) İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar İçinde (31-50), *Ankara: İmge Kitapevi*,44.

Roll, E.(1956).A History of Economic Thought, *Englewood Cliffs*,31.

Roll,E.(1956).A History of Economic Thought, *Englewood Cliffs*,38.

Roll,E. (1956).A History of Economic Thought, *Englewood Cliffs*,41-42.

Akerlof, G., ve Shiller, R.(2010).Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy and Why this Matters for Global Capitalism, *Princeton: Princeton University Press*,16.

Rozen, M. (1985). Maximizing behavior: Reconciling neoclassical and x-efficiencyapproaches. *Journal of Economic Issues*, 19 (3), 661-689.

Leibenstein, H. (1966). Allocative Efficiency vs. "XEfficiency". *American Economic Association* , 406-407.

Plott C. ve Smith V,(1978) "Experimental Examination of Two Exchange Institutions," *The Review of Economic Studies*, 45 (1978), 133-153.

Vernon S., (1994).. "Economics in the Labarotory", *The Journal of Economic Perspectives, Volume 8, Number 1*, 131

Thaler, R.H. ve Sunstein, C.R. (2008). Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness. London & Newyork: Routledge,24.

Zaichkowsky, J.(1985)."Measuring The Involvement Construct". *Journal Of Consumer Research,* No:12, 341-352.

Tauber, Edward M.(1972). "Why Do People Shop?", *Journal Of Marketing, Vol:36, October*, 46–99.

Westbrook A.Robert, William C.Black. (1985). "A Motivation-Based Shoppen Typology", *Spring Journal Of Retailing, Vol:61*, No:1, 78–103.

Khan, U., Dhar, R., ve Wertenbroch, K. (2005). A Behavioral Decision Theory Perspective On Hedonic and Utilitarian Choice. S. Ratneshwar, ve D. G. Mick (Dü) içinde, Inside Consumption Consumer Motives, Goals, and Desires, 144-165

Savaş V,.(2002).İktisatın Tarihi, *Siyasal Kitabevi*,27.

Warburton N(2006). Philosophy, The Classics and Thinking from A to Z, 24.

Karayiannis, A. (1988).Three-dimensional non-isothermal extrusion flows, *Rheologica Acta*, 1988, **28**, 2, 121.

Gürbüz, A. (2012). A. Gürbüz, Hukuk Felsefesi Açısından Yararcılık Teorisinin Eleştirisi, İstanbul,9-10.

Voula T.(1998). *Rhetoric and the Rebellion of A.D. 387 in Antioch*. Dorothea R. French. Historia: Zeitschrift fur Alte Geschichte. (4th Qtr., 1998), 35.

O'Keefe T.(2002). "The Cyrenaics on Pleasure, Happiness, and Future-Concern," by O'Keefe T:, *Phronesis,* vol. 47 no. 4 (2002), 395-416.

Lowry, S.R.(1981). Effects of item arrangement, knowledge of arrangement, test anxiety and sex on test performance. *Journal of Educational Measurement*, 819-820.

Sorley, (1951). Adam Smith: Scottish moral philosopher as political economist , *The Historical Journal, Cambridge University*,216.

Michelet: J. (1948). Rönesans (çev. Kazım Berker),102.

Roncaglia, A. (2005). The Wealth of Ideas, Cambridge: *Cambridge University*,278.

Hunt, S.D. ve Pappas, J.L. (1972). A Crucial Test for the Howard-Sheth Model of Buyer Behavior. *Journal of Marketing Research,* 9(3), 346 – 348. 138

Ünsal, E. (2010). Ünsal, Erdal. Mikro İktisat, 8. Bs. Ankara: İmaj Yay. 2010,135.

Hicks, R.(1967). The Crisis in Keynesian Economics,57.

Moore, A. ve Crisp, R. (1996). Welfarism in Moral Theory, *Australasian Journal of Philosophy,* 74: 598- 613.

Kardes, F., Cronley, M. ve Cline, T. (2011). Consumer Behavior. Ohio: *South-Western Cengage Learning*,8.

Schıffman L.G.ve Kanuk L.L. (2000) Consumer Behavior. *Prentice-Hall, Upper Saddle River,* NJ,4.

Spiegel, H.(1971). The Growth of Economic Thought, *Englewodd Cliffs* ,12.

İslamoğlu, A.H. ve Altunışık, R. (2010). Tüketici Davranışları. (3.Baskı). *İstanbul: Beta Yayıncılık*,10.

Wilkie, W. (1986). Consumer Behavior. New York: John Wiley & Sons,10-20.

Eroğlu, E. (2012). Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri. Y. Odabaşı (Ed.). Tüketici Davranışları içinde.(3 – 23). *Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları*,10.

Papatya, Nurhan (2005), "Tüketici Davranışları ile İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik ve Bakım Ürünlerine Bağlı Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi* 10/1, 221-240.

Odabaşı, Y. ve G. Barış (2007). Tüketici Davranışı, *İstanbul: MediaCat Yayınları*,253.

Yükselen, C. (2012). Pazarlama: İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar. *Ankara: Detay Yayıncılık*,128.

Whitman:J.(1990). The Legacy of Roman Law in the German Romantic Era:historical vision and legal change,45

Vaggi G(1987). The Economics of Francois Quesnay,25.

Stigler G. (1950)."The Development of Utility Theory," *Journal of Political Economy,* 58, 307–396.

Stigler, G. (1950)."The Development of Utility Theory," *Journal of Political Economy,* 58, (1950) 307 –396

Gul, F. ve W. Pesendorfer (2008). The case for mindless economics, in: Caplin, A. and A. Schotter (eds.), 45

Mas-Colell A. (1995). Microeconomic Theory, *Oxford University Press,* 25

EKLER

EK 1. ANKET FORMU

HEDONİSTİK İKTİSADİ TÜKETİM ANKETİ

Değerli Katılımcı,

Hedonistik Tüketimi incelemek üzere gerçekleştirilecek bu anket, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü Anabilim Dalında gerçekleştirmekte olduğum yüksek lisans araştırmam için düzenlenmiştir.

Elde edilen veriler kantitatif yöntemler ile toplanılacak olup, üçüncü şahıslar ile gizlilik kapsamında paylaşılmayacaktır. Değerli zamanınızı ayırarak, çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkürlerimi sunarım.

Saygılarımla,

Hamdi AYYILDIZ

I. BÖLÜM: Bu bölüm SİZİN hakkınızda genel soruları içermektedir.

1. Yaşınız **:** ( ) 18-21 ( ) 22-25 ( ) 26-29 ( ) 30 ve üzeri

2. Cinsiyetiniz **:** ( ) Kadın ( ) Erkek

3. Eğitim düzeyiniz **:** ( ) Ortaöğretim ( ) Önlisans (MYO) ( ) Lisans ( ) Yüksek lisans
( ) Doktora

4. Aylık Gelir düzeyiniz **:** ( ) 450 TL ve altı ( ) 450 - 1000 ( ) 1000 - 1500 ( ) 1501+

5. Çocukluğunuzun geçtiği yer **:** ( ) İl Merkezi ( ) İlçe Merkezi ( ) Belde ( ) Köy

6. Aile Reisinin Durumu **:** ( ) Kamu – memur ( ) Özel Sektör Çalışanı – işçi olarak değil ( ) Esnaf, Küçük Girişimci, Kamu işçisi ( ) Emekli ( ) Vefat ( ) Çalışmıyor

II. BÖLÜM: Bu Bölümdeki Sorular Hedonistik Tüketim Seviyenize Yönelik Sorulardan Oluşmaktadır.

Aşağıdaki Cümlelere Katılma Derecenizi Lütfen Belirtiniz.

Veri Seti İfade Cümleleri	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım / Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.Benim için alışveriş heyecan vericidir.					
2.Alışveriş yapmak bana her zaman ilgi çekici gelmiştir.					
3. Alışverişe çıktığım zaman kendimi başka bir dünyada ve çok güçlü hissederim.					
4. Alışverişe indirim zamanlarının avantajlarından faydalanmak için giderim.					
5. Alışverişe çıktığımda indirimli ürünleri arayıp bulmak hoşuma gider.					
6. Hediye alırken mükemmeli bulmak için zaman ve çaba harcamaktan çok hoşlanırım.					
7. Markalı ürünleri almak beni mutlu eder.					
8. Bana göre alışveriş en iyi stres atma yöntemlerinden biridir.					
9. Alışverişe son modayı takip etmek için çıkarım.					
10. Moralim bozuk olduğunda alışverişe çıkmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlar.					
11. Alışverişe gittiğimde diğer insanlarla etkileşime girmekten zevk alırım.					
12. Birşeyler satın almamaya kararlı olsam da mağazaları gezip ürünleri incelemek bana haz verir.					
13. Bana göre tanıdıklarla alışverişe çıkmak onlarla eğlenceli vakit geçirmek için bir fırsattır.					
14. Alışverişe ailemle ya da arkadaşlarımla etkileşimde bulunmak, sosyalleşmek için giderim.					
15. Alışverişe kendimce yeni şeyler denemek için çıkarım.					
16. Alışverişe piyasadaki en son ürünleri görmek için çıkarım.					
17. Hayatımdaki özel insanlar için alışveriş yaptığımda kendimi daha iyi hissederim.					
18. Alışverişe çıktığımda indirimdeki ürünleri başkalarından önce yakalayıp bulmaktan çok zevk alırım.					
19. Alışverişe başkalarına bir şeyler satın almak için giderim. Çünkü onlar mutlu olduklarında ben de mutlu olurum.					
20. Ailem ve arkadaşlarım için alışveriş yapmaktan zevk alırım.					

Çalışmaya yardımcı olduğunuz ve zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Ad – Soyad : Hamdi AYYILDIZ
Doğum Yeri : Seyhan/ADANA
Lisans Öğrenimi : Çukurova Üniversitesi İİBF İşletme İng.
Eposta : hamdiyyldz@gmail.com
Çalışma Durumu : Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi