

**T.C.**  
**İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**MALİYE ANA BİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DAVRANIŞSAL MALİYE YAKLAŞIMLARI İLE**  
**VERGİ UYUMUNUN ARTIRILMASI**

**Meltem ERGÜN GÜRCAN**

**2501180592**

**TEZ DANIŞMANI**

**Prof. Dr. Naci Tolga SARUÇ**

**İSTANBUL – 2022**

## ÖZ

### DAVRANIŞSAL MALİYE YAKLAŞIMLARI İLE VERGİ UYUMUNUN ARTIRILMASI

MELTEM ERGÜN GÜRCAN

Yerleşik iktisat teorisine göre; insanların kararlarında rasyonel ve akılcı olduğu kabul edilmektedir. Ancak gerçek hayatta sosyal bir varlık olan insan, karar verirken ya da seçim yaparken bu varsayım geçerliliğini yitirmektedir. Seçeneklerin kısıtlı olması, duygusal, bilişsel ve sezgisel farklılıklar ya da yeterli bilginin olmaması gibi durumlar, insanların ekonomik kararlarının sosyolojik ve psikolojik açıdan irdelenmesini gerekli kılmıştır.

Bilindiği üzere, kamu hizmetlerinin sürdürülebilirliği için en önemli gelir kaynağı vergilerdir. Mükelleflerin vergi uyumunu artırmak için yürütülen çalışmalarda klasik ekonomik modellerin yanında psikolojik ve davranışsal faktörlerden de faydalanılmaya başlanmıştır. Davranışsal maliye yaklaşımları ile oluşturulacak yeni kamu politikaları sayesinde, vergi kaçırma ve vergiden kaçınma davranışlarının önüne geçilerek vergi gelirlerinde artış sağlanabilmektedir.

Mükellefler üzerinde herhangi bir baskı veya zorlama olmadan düşük maliyetli ve basit yöntemler kullanan davranışsal maliye yaklaşımlarından dünya genelinde pek çok ülkede kamu politikası tasarımıyla faydalanılmaktadır. Bu tezde dünya genelinden seçilmiş 17 ülkedeki davranışsal yaklaşımları içeren vergi uyumu konulu çalışmalar derlenmiş ve bu çalışmalarda hangi davranışsal maliye yaklaşımlarından faydalandığı incelenmiştir. Çalışmalarda uygulanan bu basit ve düşük maliyetli yöntemler incelendiğinde vergi uyumunda artış sağlandığı görülmüştür. İncelenen çalışmalar referans alındığında bu tip uygulamaların Türkiye’de kullanılması için gerekli birimlerin kurulmasının ve çalışmaların yapılmasının vergiye gönüllü uyumu artıracak bulgusuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Vergi, Vergi Uyum, Davranışsal Maliye, Davranışsal Kamu Politikaları, Davranışsal Ekonomi, Davranışsal İktisat

## **ABSTRACT**

### **INCREASING TAX COMPLIANCE BY BEHAVIOURAL PUBLIC FINANCE APPROACHES**

**MELTEM ERGÜN GÜRCAN**

According to the mainstream economic theory, it is accepted that people are rational and reasonable in their decisions. But this assumption loses its validity when a human who is a social being makes a decision or choice in real life. Situations such as limited options, emotional, cognitive and intuitive differences, or lack of sufficient information; have made it necessary to examine people's economic decisions sociologically and psychologically.

As is known, taxes are the most important source of income for the sustainability of public services. In the studies carried out to increase tax compliance of taxpayers, psychological and behavioural factors have been started to be used in addition to classical economic models. Thanks to the new public policies to be created with behavioural public finance approaches, tax evasion and tax avoidance behaviours can be prevented and an increase in tax revenues can be achieved.

Behavioral public finance approaches are tools that use low-cost and simple methods without any strain on taxpayers. These approaches are used in many public policy designs around the world. In this thesis, studies on tax compliance including behavioral approaches in 17 selected countries from around the world have been compiled. In these studies, it was determined which behavioral finance approaches were used. Then, which behavioral public finance approaches are used in these studies are examined. When the studies examined are taken as reference, it has been determined that establishing the necessary units and carrying out studies for the use of such applications in Turkey will increase voluntary tax compliance.

**Keywords:** Tax, Tax Compliance, Behavioural Public Finance, Behavioural Public Policies, Behavioural Economics

## ÖNSÖZ

Vergiler, herkesin kamu giderlerinin karşılanması amacıyla mali gücüne göre ödemek zorunda olduğu yükümlülüklerdir. Ancak çoğu zaman mükellefler çeşitli nedenlerden dolayı kamu hizmetlerinin en önemli finansman aracı olan vergilerini ödemek istememekte; vergi kaçırma ve vergiden kaçınma yoluna gidebilmektedir. Uygulamada denetim ve ceza gibi zorlayıcı unsurlarla mükelleflerin vergiye en yüksek uyumu sağlaması amaçlanmaktadır. Ancak bu yöntemler hem maliyetli olabilmekte hem de istenen seviyede uyumu her zaman sağlayamamaktadır.

Son yıllarda psikoloji ve maliye biliminin birbirine entegre edildiği çalışmalar insanın yerleşik iktisat teorisinde kabul edildiği gibi tam rasyonel ve akılcı olmadığını ortaya koymakta; karar ve tercihlerinde çeşitli psikolojik, sosyolojik ve duygusal faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Bu nedenle dünya genelinde çeşitli özel kuruluşlar ve kamu kuruluşları kamu politikası tasarımı bu davranışsal içgörü araçlarından faydalanmaktadır. Yapılan çalışmalarla insanlar zorlama olmadan, düşük maliyetli ve basit yöntemlerle vergi uyumuna yönlendirmektedir. Çalışmaların çoğu bu basit yöntemler sayesinde vergi uyumunda artış sağlandığını ortaya koymaktadır.

Türkiye’de ise davranışsal içgörü araçlarından faydalanan ilk davranışsal maliye çalışması 2017 yılında Ticaret Bakanlığı bünyesinde ihracata teşvik konusunda gerçekleştirilmiştir. Başarılı sonuçlar elde edilen çalışma, vergi konusunda da bu tarz çalışmaların uygulanabileceğine ve vergiye uyumun artırılabilmesine öncülük etmektedir. Bu tez çalışmasında dünya genelinde vergi uyumunu artırma amacıyla uygulanan davranışsal maliye çalışmalarından örnekler derlenmiştir. Bu çalışmaların Türkiye’de uygulanmasının getireceği faydalardan bahsedilerek, vergi uyumunu artırabilecek çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Yüksek lisans eğitimim ve tezimi hazırlama sürecim boyunca severek çalıştığım bu konuda beni bilgi, deneyim ve görüşleriyle yönlendiren, desteğini esirgemeyen, akademik hayatımda kendime rol model edindiğim değerli tez danışmanım Prof. Dr. Naci Tolga SARUÇ’a ve değerli jüri üyesi hocalarım Prof. Dr. S. Ateş OKTAR, Prof. Dr. Habib YILDIZ, Doç. Dr. Çiğdem Börke TUNALI ve Dr.

Öğr. Üyesi Kemal CEBECİ hocalarıma saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım. Tüm eğitim hayatımda beni destekleyen annem Şaziye ERGÜN'e, yol göstericim olan babam merhum Kadir ERGÜN'e, motivasyon kaynağım olan kardeşlerim Ayşe Merve ERGÜN ve Amine Özlem ERGÜN'e, hayatım boyunca her konuda hiçbir zaman desteğini esirgemeyen eşim Hüseyin GÜRCAN'a, bu tezin oluşum sürecinde bana katkısı ve desteği olan herkese sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul – 2022

Meltem Ergün Gürcan

## İÇİNDEKİLER

|                          |      |
|--------------------------|------|
| ÖZ.....                  | ii   |
| ABSTRACT .....           | iii  |
| ÖNSÖZ.....               | iv   |
| TABLolar LİSTESİ.....    | x    |
| ŞEKİLLER LİSTESİ.....    | xi   |
| GRAFİKLER LİSTESİ.....   | xii  |
| KISALTMALAR LİSTESİ..... | xiii |
| GİRİŞ .....              | 1    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### VERGİ KAVRAMI VE VERGİ UYUMU

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 1.1. Vergi Kavramı.....                        | 5  |
| 1.2. Verginin Teorik Yapısı.....               | 6  |
| 1.2.1. Faydalanma (İstifade) Teorisi.....      | 6  |
| 1.2.2. Ödeme Gücü (İktidar) Teorisi.....       | 8  |
| 1.3. Verginin Amacı ve Önemi.....              | 8  |
| 1.3.1. Verginin Mali Amacı.....                | 9  |
| 1.3.2. Verginin Mali Olmayan Amaçları .....    | 10 |
| 1.3.2.1. Verginin Sosyal Amaçları.....         | 10 |
| 1.3.2.2. Verginin Ekonomik Amaçları .....      | 10 |
| 1.3.2.3. Verginin Diğer Amaçları.....          | 11 |
| 1.4. Vergi ile İlgili Temel Kavramlar .....    | 11 |
| 1.4.1. Vergi Ahlakı .....                      | 11 |
| 1.4.2. Vergi Bilinci .....                     | 13 |
| 1.4.3. Vergi Kültürü.....                      | 13 |
| 1.4.4. Vergi Zihniyeti.....                    | 14 |
| 1.4.5. Vergi Psikolojisi .....                 | 14 |
| 1.4.6. Vergi Algısı.....                       | 15 |
| 1.4.7. Vergi Kaçırma ve Vergiden Kaçınma ..... | 16 |
| 1.5. Vergi Uyumu .....                         | 18 |
| 1.5.1. Klasik Ekonomik Model.....              | 20 |
| 1.5.2. Psikolojik ve Davranışsal Modeller..... | 22 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### İKTİSAT VE MALİYENİN DAVRANIŞ BİLİMLERİ İLE İLİŞKİSİ

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Davranışsal İktisat Kavramı ve Ortaya Çıkışı .....                  | 30 |
| 2.2. Davranışsal İktisadın Tarihçesi .....                               | 31 |
| 2.2.1. Erken Dönem Davranışsal İktisat .....                             | 31 |
| 2.2.2. Yakın Dönem Davranışsal İktisat .....                             | 35 |
| 2.3. Davranışsal İktisadın Amacı ve Önemi .....                          | 38 |
| 2.4. Davranışsal İktisatla Bağlantılı Diğer Disiplinler .....            | 39 |
| 2.4.1. Psikoloji .....                                                   | 40 |
| 2.4.2. Deneysel İktisat (Experimental Economics).....                    | 40 |
| 2.4.3. Nöroiktisat (Neuroeconomics).....                                 | 41 |
| 2.4.4. Davranışsal Finans (Behavioural Finance).....                     | 42 |
| 2.4.5. Oyun Teorisi (Game Theory) .....                                  | 43 |
| 2.5. Davranışsal İktisatla İlgili Temel Kavramlar .....                  | 44 |
| 2.5.1. Beklenen Fayda Teorisi .....                                      | 44 |
| 2.5.2. Beklenti Teorisi.....                                             | 47 |
| 2.5.3. İkili Sistemler.....                                              | 49 |
| 2.5.4. Sınırlı Rasyonellik .....                                         | 51 |
| 2.6. Davranış Bilimlerinde Kullanılan Temel Yaklaşımlar .....            | 53 |
| 2.6.1. Çapa Etkisi (Anchoring Effect) .....                              | 53 |
| 2.6.2. Bulunabilirlik (Uygunluk) Etkisi (Availability Heuristic).....    | 54 |
| 2.6.3. Sürü Psikolojisi (Herd Behaviour).....                            | 55 |
| 2.6.4. Hazır Bulunan Seçeneklere Yatkınlık (Default Effect) .....        | 56 |
| 2.6.5. Kayıptan Kaçınma (Loss Aversion) .....                            | 57 |
| 2.6.6. Sahiplik Etkisi (Endowment Effect) .....                          | 58 |
| 2.6.7. Statüko Etkisi (Status Quo Effect).....                           | 60 |
| 2.6.8. Çerçeveleme Etkisi (Framing Effect) .....                         | 60 |
| 2.6.9. Yemleme Etkisi (Decoy Effect).....                                | 62 |
| 2.6.10. Son Tarih Belirleme Etkisi (Setting Deadline Effect) .....       | 63 |
| 2.6.11. Temsiliyete Bakarak Karar Verme (Representative Heuristic) ..... | 65 |
| 2.6.12. Kendine Hizmet Eden Sapma (Self-serving Bias).....               | 66 |
| 2.6.13. Odaklanma Etkisi (Focusing Effect).....                          | 67 |
| 2.6.14. Projeksiyon Sapması (Projection Bias) .....                      | 67 |

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.6.15. Zihinsel Muhasebe ve İrade (Mental Accounting) .....                                                                | 68 |
| 2.6.16. Hale Etkisi (Halo Effect) .....                                                                                     | 70 |
| 2.6.17. Hiperbolik İndirgeme (Hyperbolic Discounting) .....                                                                 | 71 |
| 2.6.18. Seçim Mimarisi (Choice Architecture).....                                                                           | 72 |
| 2.6.19. Batık Maliyet Etkisi (Sunk Cost Fallacy) .....                                                                      | 72 |
| 2.6.20. Plasebo Etkisi (Placebo Effect).....                                                                                | 73 |
| 2.6.21. Bedavanın Etkisi (Zero Price Effect).....                                                                           | 74 |
| 2.6.22. Bağlam (Görelilik) Etkisi (Context Effect) .....                                                                    | 75 |
| 2.6.23. Aşırı Güven Etkisi (Overconfidence Effect) .....                                                                    | 75 |
| 2.6.24. Bilişsel Çelişki (Cognitive Dissonance) .....                                                                       | 76 |
| 2.6.25. Geçmiş Görüş Yanılgısı (Hindsight Bias) .....                                                                       | 77 |
| 2.6.26. Züppe Etkisi (Snob Effect) .....                                                                                    | 77 |
| 2.6.27. Para Aldanması (Money Illusion).....                                                                                | 78 |
| 2.6.28. Mali Aldanma (Fiscal Illusion).....                                                                                 | 79 |
| 2.6.29. Ültimatom, Diktatör ve Güven Oyunları .....                                                                         | 79 |
| 2.7. Davranışsal Maliye.....                                                                                                | 81 |
| 2.8. Davranışsal Maliyenin Gelişimi .....                                                                                   | 82 |
| 2.8.1. Birleşik Krallık'ta Davranışsal İçgörü Takımı .....                                                                  | 83 |
| 2.8.2. ABD'de Sosyal ve Davranış Bilimleri Ekibi.....                                                                       | 85 |
| 2.8.3. Dünyadan Diğer Örnekler.....                                                                                         | 85 |
| 2.8.4. Türkiye'de Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler<br>Daire Başkanlığı – Nudge Turkey Projesi ..... | 88 |
| 2.9. Davranışsal Maliyenin Uygulama Yöntemleri.....                                                                         | 90 |
| 2.9.1. İhale Tasarımı Deneyleri .....                                                                                       | 90 |
| 2.9.2. Kamusal Mal Deneyleri .....                                                                                          | 90 |
| 2.9.3. Pazarlık Deneyleri.....                                                                                              | 91 |
| 2.9.4. Karar Vermeyle İlgili Anomalilere Dair Deneyler .....                                                                | 91 |
| 2.9.5. Emek Piyasası Deneyleri .....                                                                                        | 92 |
| 2.9.6. Varlık Piyasaları Deneyleri.....                                                                                     | 92 |
| 2.9.7. Endüstriyel Organizasyon Deneyleri .....                                                                             | 93 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DAVRANIŞSAL MALİYE YAKLAŞIMLARININ VERGİ UYUMUNA YÖNELİK ETKİLERİNİN SONUÇLARI - ÇEŞİTLİ ÜLKE UYGULAMALARI

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.1. Davranışsal Maliye Yaklaşımlarının Kamu Politikalarına Etkisi ..... | 94         |
| 3.2. Davranışsal Maliye Yaklaşımlarının Vergi Uyumuna Etkisi .....       | 100        |
| 3.3. Dünya Örnekleri .....                                               | 102        |
| 3.3.1. Kosta Rika Örneği .....                                           | 103        |
| 3.3.2. Guatemala Örneği .....                                            | 104        |
| 3.3.3. Polonya Örneği .....                                              | 106        |
| 3.3.4. Letonya Örneği .....                                              | 107        |
| 3.3.5. Kosova Örneği .....                                               | 109        |
| 3.3.6. Birleşik Krallık Örnekleri .....                                  | 110        |
| 3.3.7. Amerika Birleşik Devletleri Örneği .....                          | 114        |
| 3.3.8. Danimarka Örneği .....                                            | 115        |
| 3.3.9. İsviçre Örneği .....                                              | 116        |
| 3.3.10. Avusturya Örneği .....                                           | 117        |
| 3.3.11. Endonezya Örneği .....                                           | 118        |
| 3.3.12. Sahraaltı Afrika Örneği .....                                    | 119        |
| 3.3.13. Fransa Örneği .....                                              | 120        |
| 3.3.14. Belçika Örneği .....                                             | 121        |
| 3.3.15. Macaristan Örneği .....                                          | 122        |
| 3.3.16. Kanada Örneği .....                                              | 123        |
| 3.3.17. İtalya Örneği .....                                              | 123        |
| <b>SONUÇ .....</b>                                                       | <b>126</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>                                                    | <b>131</b> |

## TABLÖLAR LİSTESİ

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1.1 :</b> Ekonomik Model ile Psikolojik ve Davranışsal Modelin Kıyaslanması | 28 |
| <b>Tablo 2.1 :</b> İkili İşleme/Kavrama Sistemi .....                                | 50 |
| <b>Tablo 2.2 :</b> Tam Rasyonel İnsan ve Gerçek İnsan.....                           | 52 |
| <b>Tablo 2.3 :</b> MINDSPACE Kontrol Tablosu .....                                   | 83 |



## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Şekil 1.1 : Song ve Yarbrough'un Vergi Uyum Davranış Modeli .....                                   | 23  |
| Şekil 1.2 : Vergi Uyumunun Aktörleri ve Vergi İkliminin Belirleyicileri .....                       | 25  |
| Şekil 1.3 : Kaygan Yamaç Modeli.....                                                                | 26  |
| Şekil 2.1 : Dünyada Faaliyet Gösteren Davranışsal İçgörü Birimleri .....                            | 87  |
| Şekil 2.2 : Dünyada Kamu Politikası Tasarımında Faaliyet Gösteren Davranışsal İçgörü Birimleri..... | 88  |
| Şekil 3.1. : Seçilen Ülkelerin Harita Üzerinde Dağılımı .....                                       | 102 |



## GRAFİKLER LİSTESİ

|                                                                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Grafik 2.1</b> : Beklenen Fayda Teorisinde Fayda Fonksiyonu .....                                                                                 | 45  |
| <b>Grafik 2.2</b> : Beklenti Teorisinde Kayıp ve Kazançların Değeri .....                                                                            | 48  |
| <b>Grafik 3.1</b> : DVLA Yeniden Lisanslama Oranları.....                                                                                            | 110 |
| <b>Grafik 3.2</b> : 23 Gün Sonraki Ödeme Oranları.....                                                                                               | 112 |
| <b>Grafik 3.3</b> : Doktorların HMRC Mektuplarına Cevap Oranları .....                                                                               | 113 |
| <b>Grafik 3.4</b> : İnsanları İnternet Sitesine ve Direkt Vergi Beyan Formuna Yönlendiren İşlemlerin Vergi Beyan Formunu Cevaplandırma Oranları..... | 114 |



## KISALTMALAR LİSTESİ

|                  |                                                                                       |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ABD</b>       | : Amerika Birleşik Devletleri                                                         |
| <b>BELIS</b>     | : Bilgi Economics Lab of İstanbul                                                     |
| <b>BETA</b>      | : Behavioural Economics Team of the Australian Government                             |
| <b>BIT</b>       | : Behavioural Insights Team                                                           |
| <b>DVLA</b>      | : Driver and Vehicle Licensing Agency                                                 |
| <b>EAST</b>      | : Easy, Attractive, Social, Timely                                                    |
| <b>EEG</b>       | : Elektroensefalografi                                                                |
| <b>EY</b>        | : Ernst and Young                                                                     |
| <b>eMBeD</b>     | : Mind, Behaviour and Development Unit                                                |
| <b>f-MRG</b>     | : Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme                                           |
| <b>GSYİH</b>     | : Gayri Safi Yurt İçi Hasıla                                                          |
| <b>GVK</b>       | : Gelir Vergisi Kanunu                                                                |
| <b>HMRC</b>      | : Her Majesty's Revenue and Customs                                                   |
| <b>ISSP</b>      | : Initiative for Science Society and Policy                                           |
| <b>KDV</b>       | : Katma Değer Vergisi                                                                 |
| <b>KOBİ</b>      | : Küçük ve Orta Ölçekli İşletme                                                       |
| <b>MINDSPACE</b> | : Messenger, Incentives, Norms, Defaults, Salience, Priming, Affect, Commitments, Ego |
| <b>OECD</b>      | : Organisation for Economic Co-operation and Development                              |
| <b>PET</b>       | : Pozitron Emilim Tekniği                                                             |
| <b>SBST</b>      | : Social and Behavioural Sciences Team                                                |
| <b>T.C.</b>      | : Türkiye Cumhuriyeti                                                                 |
| <b>TL</b>        | : Türk lirası                                                                         |
| <b>TMI</b>       | : Transkraniyal Magnetik Görüntüleme                                                  |
| <b>VUK</b>       | : Vergi Usul Kanunu                                                                   |
| <b>\$</b>        | : Dolar                                                                               |

## GİRİŞ

Devletlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için gerekli olan en önemli gelir kaynağı vergilerdir. İnsanlığın var olduğu zamandan günümüze çeşitli isim, biçim ve yöntemlerle toplanmış olan vergiler, kamu harcamalarının ve borçlanmalarının en önemli finansman kaynağıdır. Bunun dışında sosyal ve ekonomik hayatı düzenleyici olan vergilerin varlığı devlet işleyişinin sürdürülebilir şekilde yürütülebilmesi adına büyük önem taşımaktadır.

İnsanların uyum göstermesi için yasalarla belirlenmiş sınırlar çerçevesinde, denetim ve ceza unsurlarının caydırıcılığıyla toplanmaya çalışılan vergilerin tahsilatı, her zaman beklenildiği şekilde gerçekleşmemektedir. İnsanlar çoğu zaman toplanan bu vergileri bir yük ya da maliyet olarak görmekte ve vergiye uyum göstermeyerek vergiden kaçınma ya da vergi kaçırma yoluna gidebilmektedir. Kamu hizmetlerinin aksamadan devam edebilmesi için devletlerin en önemli gelir kaynağı olan vergilerin etkin bir şekilde toplanması gerekmektedir.

Vergilerin toplanmasında yasal ve cebri yöntemlerin dışında mükelleflerin gönüllü vergi uyumu büyük önem teşkil etmektedir. Vergi uyumunun temel hedefi herhangi bir vergi kaybına uğramadan mükelleflerin vergi ödemesini gerçekleştirmesidir ve bu hedef verginin var oluşundan beri süregelmektedir. Mükelleflerin kendi içsel motivasyonu ile vergi ödemesi hem vergi uyumunun artmasını kolaylaştırmakta hem de devletin vergi toplamak için yaptığı vergi harcamalarını azaltmaktadır.

Vergi uyumunda temel alınan klasik ekonomik model; mükelleflerin ahlaki değerlerinin, sosyal normlarının, psikolojik faktörlerinin ve vergiye karşı olan tutum ve davranışlarının vergi uyumu üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını öne sürmektedir. Mükelleflerin vergi kaçırma ya da vergiden kaçınma kararı verirken bu faktörlerden etkilenmediği varsayılmaktadır. Ekonomik modele göre yerleşik iktisat teorisinin rasyonel, akılcı ve faydasını maksimize eden iktisadi insan aktörü; vergi oranları, denetim sıklığı ve ceza miktarları gibi unsurlar kendi çıkarlarıyla örtüşmediği zaman vergiden kaçınma ya da vergi kaçırma yoluna gidebilmektedir. Ancak klasik ekonomik model insanların psikolojik ve davranışsal faktörlerini göz

ardı ettiği için günümüz şartlarında uygulamada başarısız olmaktadır. En önemlisi bu teori, insanların içsel bir motivasyonla gönüllü olarak vergilerini ödemelerini açıklamada yetersiz kalmaktadır.

İktisat ve psikoloji biliminin birbirine entegre edildiği çalışmaların artmasıyla iktisadi insan aktörünün; çeşitli bilişsel, duygusal ve psikolojik nedenlerden etkilendiği ve iktisadi kararlarında yerleşik iktisat teorisinin beklentilerinden farklı davranışlarda bulunabildiği pek çok çalışmayla ortaya koyulmuştur. İnsanlar iktisadi bir karar alırken içinde bulundukları toplumun; ahlakı, kültürü, inançları, sosyal normları, siyasi ve yönetsel yapısı ile hukuki, dini, demografik, sosyolojik, psikolojik pek çok unsurundan etkilenebilmektedir. Bu unsurlar vergiye uyum konusunda da etkisini göstermektedir.

İktisatta rasyonalite ve iktisadi insan aktör varsayımının her zaman geçerli olmadığını savunan ve yerleşik iktisat teorisinin psikolojik ve davranışsal yaklaşımları da analizlerine dahil etmesi gerektiğini öne sürerek ortaya çıkan davranışsal iktisat yaklaşımı, iktisadi konulara çeşitli perspektiflerden bakma fırsatı sunmaktadır. Bilişsel yanlılıklardan<sup>1</sup> faydalanarak gerçekleştirilen iktisadi çalışmalar klasik ekonomik modelin açıklayamadığı ve iktisadi analizlerde dikkate alınması gereken pek çok sonucu ortaya koymaktadır.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren deneysel yöntemlerin iktisadi analizlerde kullanımının yaygınlaşması, bilişsel ve psikolojik faktörlerin karar alma sürecindeki etkilerinin inceleme konusu olması gibi yenilikler sayesinde davranışsal iktisat daha da önem kazanmıştır. Böylece alanla ilgili olan çalışmalar artmış ve bu çalışmalardan bazıları Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmüştür.

Davranışsal iktisat konusunda yapılan çalışmaların artış göstermesi ve ortaya çıkan sonuçların insan psikolojisi, tutum ve davranışlarını temel alması bu çalışmaların kamu politikası tasarımı da kullanılması gerektiğini ortaya

---

<sup>1</sup> Bilişsel yanlılık; insanların karar verme ve yargı sürecinde rasyonaliteden ayrılmalar gösterdiği sistematik düşünce hataları olarak tanımlanmaktadır.

koymuştur. Dünyada davranışsal içgörü<sup>2</sup> araçlarının ve psikolojik faktörlerin kamu politikası tasarımında kullanılması ve etkili sonuçlar ortaya koymasıyla davranışsal maliye alanı ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım ile eğitim, sağlık, ihracat, enerji,  evre gibi pek çok kamu politikası unsuru üzerinde çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. İnsanlar üzerinde herhangi bir zorlama olmadan ve düşük maliyetlerle gerçekleştirilen bu çalışmalar ortaya koyduğu başarılı sonuçlarla dünya genelinde hızlı bir yayılım göstermiştir. Bu yayılım sayesinde dünyada pek çok kamu kuruluşu, özel kuruluşlar, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve üniversitelerde çeşitli birimler oluşturulmuş; bu sayede yapılan çalışmalar artırılmıştır.

Davranışsal kamu politikalarının Türkiye’de uygulanması beş yıllık bir geçmişe dayanmaktadır ve kamu kurumları içerisindeki yayılımı yavaş ilerlemektedir. Kamu birimlerinde gerçekleştirilen en önemli çalışma ihracat konusunda gerçekleştirilen rastgele kontrollü deney çalışmasıdır. Bu çalışmayla basit ve düşük maliyetli yöntemlerle başarılı sonuçlar ele edilmiş ve bu tip çalışmaların vergi alanında da uygulanması gerektiğinin önemi vurgulanmıştır. 2021-2023 Yeni Ekonomi Programı’nda vergi bilincini güçlendirmek ve gönüllü vergi uyumunu artırmak adına davranışsal kamu politikalarından faydalanılması gerektiği kamu maliyesi tedbirleri arasına yer almıştır. Ancak yapılan literatür taraması sonucu Türkiye’deki kamu kurumlarında vergi uyumu konusunda davranışsal maliye yaklaşımlarını içeren herhangi bir çalışma ger ekleştirilmedi i g r lm ştir.

“Davranışsal maliye yaklaşımlarından vergileme sürecinde faydalanılmasının vergi uyumuna etkileri nelerdir?” araştırma sorusuyla hazırlanan bu tezde dünya genelinde çeşitli ülkelerde davranışsal maliye yaklaşımlarıyla gerçekleştirilen vergi uyumu konulu çalışmalar literatür taraması yoluyla derlenmiştir. Dünya geneline yayılmış ve vergi uyumu konusunda davranışsal maliye yaklaşımlarından etkin bir şekilde faydalanan 17 ülke seçilmiş; bu ülkeler uygulanan davranışsal maliye yaklaşımları açısından incelenmiştir. Çalışmaların çoğunluğu vergi uyumu

---

<sup>2</sup> OECD tanımına göre davranışsal içgörü; insanların gerçek hayatta nasıl seçimler yaptığını incelemek amacıyla bilişsel bilimler, sosyal bilimler ve psikoloji bilimi vasıtasıyla elde edilen bilgileri deneysel olarak test edilmiş sonuçlarla bir araya getiren politika oluşturucu bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (OECD, 2022).

konusunda mükelleflere uygulanacak en ufak davranışsal müdahalenin vergi gelirlerini artırmada önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Bu davranışsal maliye yaklaşımlarının etkilerinden Türkiye'nin ve diğer bu yaklaşımları kullanmayan ülkelerin faydalanmasının vergiye uyumu artırıcı etkiler ortaya koyacağı beklenmektedir.

Üç bölümden oluşan bu çalışmanın birinci bölümünde vergi ve vergi uyumu kavramlarının teorik yapısı ele alınmıştır. İkinci bölümde iktisat ve davranışsal yaklaşımların ilişkisi ve gelişimi literatür taraması yoluyla incelenmiştir. Devamında iktisadi analizlerde en çok kullanılan bilişsel yanlılıklar açıklanmış ve örnekler verilmiştir. Ardından literatür taraması yoluyla davranışsal maliyenin oluşum sürecine değinilmiş, davranışsal maliye uygulamalarında en çok kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Son bölümde ise dünya genelinde vergi uyumu konusunda gerçekleştirilen davranışsal maliye çalışmaları derlenmiş; bu çalışmaların hangi davranışsal içgörü araçlarından faydalandığı analiz edilmiştir. Türkiye'de bu çalışmaların uygulanmasıyla vergi uyumunda meydana gelecek etkiler incelenmiştir. Vergi uyumu konusunda uygulanabilecek davranışsal yaklaşımları içeren çeşitli kamu politikası tasarımı örneklerini sunularak, genel öneri ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### VERGİ KAVRAMI VE VERGİ UYUMU

#### 1.1. Vergi Kavramı

Anayasanın 73. maddesine göre vergi, kamu giderlerini karşılamak amacıyla herkesin mali gücüne göre devlete yapmak zorunda olduğu ödemeler olarak tanımlanmaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982: 73). Türk Dil Kurumu (2021) tanımına göre ise vergi: “*Kamu hizmetlerine harcanmak için hükûmetin, yerel yönetimlerin yasalara göre doğrudan doğruya veya bazı malların fiyatlarının üstüne koyarak dolaylı yoldan herkesten topladığı para*” olarak ifade edilmektedir.

Maliye literatüründe ve anayasalarda vergiye dair çeşitli tanımlar yapılmıştır. Tanımların geneline bakıldığında vergi; devletin kamu harcamalarını finanse etmek, ekonomik ve sosyal yaşama müdahalesini gerçekleştirebilmek amacıyla gerçek ve tüzel kişilerden hukuki cebir altında, mali güçlerine göre nihai ve karşılıksız olarak aldığı para tutarıdır.

Toplumsal hayatın oluşumundan günümüze uzanan ve eski bir kökene sahip olan vergi, tarih boyunca farklı isimlerle ve farklı şekillerle varlığını sürdürmüştür. Bu süreçte bedeni, ayni ve nakdi olarak ödenen vergiler, ilk zamanlarda yardım ve hediye olarak nitelendirilmiş, zamanla görev ve fedakârlık gibi anlamlara dönüşerek en sonunda ödenmesi zorunlu olan bir hâle bürünmüştür (Turhan, 2020: 2).

Günümüz modern vergi sistemlerinde vergi para ile ödenmektedir. Vergi adaletinin sağlanabilmesi, verginin taşınması, depolanması ve saklanması daha kolay olması, denetiminin daha kolay yapılması gibi etmenler vergi ödemesinin parayla yapılmasının başlıca nedenleri arasında gösterilebilir (Şen ve Sağbaş, 2017: 11).

Kamu harcamalarının ya da kamu borçlanmalarının en önemli finansman kaynağı vergilerdir. Kamu harcamalarının finansmanının yanında vergiler, sosyal ve ekonomik hayata müdahale aracı olarak da kullanılmaktadır. Kamu gelirleri içerisinde yaklaşık %85’lik paya sahip olan vergiler, devlet işleyişinin sürdürülebilirliği için büyük öneme sahiptir.

Ancak bazı mükellefler alınan bu vergileri bir yük ya da maliyet olarak görebilmekte bu nedenle vergi kaçırma ya da vergiden kaçınma yollarına gidebilmektedir. Kamu hizmetlerinde bir aksama olmaması adına mükelleflerin vergi yükümlüklerini tam olarak yerine getirmeleri ve vergiye karşı gönüllü uyumlarını artırmaları gerekmektedir. Bu nedenle dünya genelinde hukuki cebir uygulamalarının yanında davranışsal yaklaşımlardan da faydalanılarak, toplanacak olan vergi gelirleri artırılmaya çalışılmaktadır.

## **1.2. Verginin Teorik Yapısı**

Verginin niçin alındığı, devletin bu yetkiyi neye dayandığı ve vergi yükünün toplumu oluşturan kişiler arasında hangi ölçüde paylaştırılacağı gibi sorular verginin teorik gelişiminde tartışma konusu olan konulardır. Bu konular üzerinde yoğunlaşan ve verginin teorik yapısını açıklayan iki ana yaklaşım mevcuttur. Bunlar faydalanma (istifade) teorisi ve ödeme gücü (iktidar) teorisi yaklaşımlarıdır.

### **1.2.1. Faydalanma (İstifade) Teorisi**

Vergiye faydalanma teorisi yaklaşımına göre açıklamaya çalışan görüşler sosyal sözleşmecî gelenek ve faydacı gelenek olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu iki görüşün savundukları ortak nokta verginin kamu hizmetleri karşılığında elde edilen faydanın bedeli olduğudur (Susam, 2019: 233). Jean Jacques Rousseau'nun öncüsü olduğu sosyal sözleşmecî geleneğe göre vergi, devlet tarafından sağlanan kamu hizmetlerinin fiyatı olarak ele alınırken; öncülüğünü Erik Lindahl'ın yapmış olduğu marjinal faydacı gelenekte ise vergi, kamu hizmetlerinin fiyatı olarak kabul edilmekle beraber, toplumdaki insanların bu mal ve hizmetlerden sağlamış oldukları marjinal faydaya eş değerde bir vergi ödemesi yapmaları gerektiği savunulmuştur (Şen ve Sağbaş, 2017: 12).

Sosyal sözleşmecî geleneğe göre vergi, hukuki açıdan devlet ile vatandaş arasındaki “hak ve görev” ilişkisinden ortaya çıkan gizli bir sözleşme niteliği taşımaktadır. Bu düşünceye bağlı olarak vergi konusunda üç farklı görüş geliştirilmiştir. Bunlardan ilki verginin hizmet bedeli olduğu, ikincisi verginin bir sigorta primi olduğu, sonuncusu ise verginin genel giderlere katılım payı olduğu

görüşüdür (Susam, 2019: 233-234). Ancak bu görüşler birtakım eleştirilere maruz kalmıştır.

Verginin hizmet bedeli olduğu görüşü kamusal mal ve hizmetlerin değerinin ölçülememesi ve fiyatlandırılmaması nedeniyle geçersiz olmaktadır. İnsanların devlete can ve mal güvenliği karşılığında ödediği vergiyi bir sigorta primi olarak gören ikinci yaklaşımda vergi, can ve mal güvenliklerinin sağlanması adına insanların gönüllü olarak yaptırdığı ve dilediği zaman vazgeçebileceği sigorta primine benzetilmektedir. Ancak vergide durum böyle değildir. Çünkü vergide gönüllülük esası yoktur. Verginin genel giderlere katılım payı olduğu görüşü ise Duc de Broglie tarafından ortaya atılmıştır. Brogli'ye göre toplum bir üreticiler birliğine benzetilmektedir. Devlet de bu üreticiler birliğinin sosyal üretiminin genel harcamalarını karşılamakla yükümlüdür. Ancak vergi, insanların devlete sosyal üretim harcamalarını karşılayabilmesi adına kendi payına düşen oranda yaptığı zorunlu ve sürekli ödemelerdir. Eğer toplum bir üretici birliği olsaydı insanlar diledikleri anda bu birlikten çıkabilir ya da toplumdaki faaliyetlerini kendi başlarına sürdürebilirlerdi (Nadaroğlu, 1989: 218-221). Bu nedenle bu yaklaşım da geçersiz kalmaktadır

Eric Lindahl tarafından incelenen marjinal faydacı gelenek görüşüne göre insanlar özel mallara piyasa fiyatını, kamusal mallara da vergi ödeyerek her iki mal için de fayda maksimizasyonu ilkesinden hareketle seçim yapmaktadır. İnsanların yaptıkları seçim sonucunda her iki malın marjinal faydası eşit olacağından optimal kaynak dağılımı da sağlanmış olacaktır. Ancak bu durum tam kamusal malların faydasının bölünemezliğinden dolayı çok güçtür ve bireylerin kamusal mallara olan taleplerinin de bilinmesi gerekmektedir. Uygulamada kamu hizmetlerinin finansmanına katılmayanlar da kamu hizmetlerinden eşit derecede faydalandıkları için bu kişiler her zaman gerçek tercihlerini ortaya koymayabilmekte; bu durum bedavacılık (free riding) sorununun ortaya çıkmasına yol açabilmektedir (Oktar, 2019: 13; Susam, 2019: 234-235). Bu nedenle bu yaklaşım da geçersiz kalmaktadır.

Faydalanma teorisi genel itibariyle geçerli değildir. Ancak kamu hizmetlerinin belirli bir alana hitap ettiği, bireysel ve bölünebilir mal ve hizmetlerde uygulanabilmektedir. Dışlama ilkesinin geçerli olduğu harçlar faydalanma ilkesinden

hareketle alınmaktadır. Bu nedenle faydalanma teorisinin geçerli olduğu kamusal gelir türlerinin kapsamlı ve yaygın olmaması verginin etkinlik ve adalet sağlayıcı etkilerini önemli ölçüde azaltmaktadır (Şener, 1996: 212).

### **1.2.2. Ödeme Gücü (İktidar) Teorisi**

İktidar teorisi devleti, toplumdan ayrı ve üstün bir varlık olarak görmektedir. Bu nedenle devletin üstlenmiş olduğu görevleri yerine getirebilmek için topladığı vergiler, bireylerin vergi ödeme güçleriyle orantılı olacak şekilde alınmalıdır (Yılmaz, 2018: 96). Adam Smith, John Stuart Mill, Arthur C. Pigou, Hugh Dalton gibi iktisatçıların savunucusu olduğu ödeme gücü teorisinde, kendisi ve ailesine yetecek kadar gelirin üzerinde gelir elde eden herkes vergi ödemelidir görüşü geçerlidir (Şen ve Sağbaş, 2017: 14). Bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayarak yaşamlarını sürdürmeye yetecek kadar olan geliri vergilendirilmemelidir.

Faydalanma teorisinde alınan bir verginin temel amacı kaynak dağılımında etkinliğin sağlanmasıdır. Ödeme gücü teorisindeki temel amaç gelir dağılımındaki adaleti sağlamaktır (Susam, 2019: 235). Bu teoriye göre kamu hizmetlerinin finansmanını sağlayabilmek adına geliri daha yüksek olanların daha fazla, daha düşük olanların ise daha az vergi vermesi gerekmektedir. Vergilemede ödeme gücü teorisi uygulandığında devletin geliri yeniden dağıtma fonksiyonu da sağlanmış olur (Kirmanoğlu, 2017: 271).

Ödeme gücü teorisiyle ilgili iki temel sorun mevcuttur. Bunlardan ilki, vergi ödeme gücünün göstergesi olarak kişinin gelirinin mi, tüketiminin mi yoksa servetinin mi esas alınması gerektiğidir. Diğeri ise ilk soruna karar verildikten sonra bu uygulama herkese eşit şekilde uygulanmalı mı yoksa birtakım kişilere yönelik istisna ve muafiyet gibi ayrıcalıklar olmalı mı soruna çözüm bulunması gerektiğidir (Şen ve Sağbaş, 2017: 14).

### **1.3. Verginin Amacı ve Önemi**

Verginin ilk ve en önemli amacı kamu hizmetlerinin gerçekleştirilebilmesi için gerekli finansmanı sağlamaktır. Fakat zaman içinde iktisadi gelişmelerdeki değişimler vergilere finansman kaynağı sağlama amacının dışında farklı amaçlar da

yüklemiştir. 1929 Büyük Buhranı'nın ardından tarafsız devlet anlayışının yerini müdahaleci devlet anlayışı almıştır. Bu müdahaleci anlayış ile devletin geleneksel kamu hizmeti sunma anlayışının yanına; ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda da hizmet sunma anlayışı eklenmiş ve bu sayede vergiye mali olmayan fonksiyonlar da yüklenmiştir (Şen ve Sağbaş, 2017: 18). Böylece vergiler mali ve mali olmayan amaçlar olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmaya başlanmıştır.

### **1.3.1. Verginin Mali Amacı**

Verginin gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm ülkeler için en önemli ve ortak fonksiyonu devletin kamu hizmetlerini sunabilmesi için gerekli olan kamu finansman kaynağını sağlamasıdır. Burada vergiler özel mallarda olduğu gibi tek bir mal veya hizmetin fiyatı olmaktan ziyade kamu bütçesinde yer alan bütün hizmetlerin fiyatı niteliğindedir (Kirmanoğlu, 2017: 267). Verginin mali amacı olarak sınıflandırılan bu amaç vergilemenin en temel ve değişmeyen amacıdır. Verginin mali amacının özünü, toplanan vergiyle maksimum gelirin sağlanması amacı oluşturmaktadır. Mali amaca uygun rasyonel bir vergilemenin gerçekleştirilebilmesi için bazı hususlar göz önünde bulundurulmalıdır. Bunlar (Susam, 2019: 233-244);

- Yeterli seviyede vergi hasılatı elde edilebilecek bir vergi yapısı olmalıdır.
- Vergi gelirleri milli gelirdeki artışa bağlı olarak artırılmalıdır.
- Vergi sistemi ekonomideki değişimlere uyum sağlayabilecek bir esnekliğe sahip olmalıdır.
- Vergi yükü mükellefler arasında yatay ve dikey adaleti sağlayacak bir şekilde dağıtılmalıdır.
- Vergiler mükellefin ödeme gücüne göre alınmalıdır.
- Vergilerin tarh ve tahsil maliyetleri en düşük düzeyde tutulmalıdır.
- Vergileme nedeniyle katlanılacak fedakârlık en düşük seviyede olmalıdır.
- Verginin mali amacı neticesinde tarafsızlık anlayışına ters olan etkiler ortadan kaldırılmalıdır.

Bir ekonomide toplanan vergilerin kamu harcamalarını karşılama gücüne bakarak verginin mali amacını yerine getirip getiremediği anlaşılabılır. Vergilerin kamu harcamalarını karşılama gücü; belirli bir dönemde tahsil edilen vergi gelirlerini, yine

o dönemde yapılan kamu harcamalarına oranlayarak hesaplanmaktadır. Hesaplanan oran bire ne kadar yakın olursa vergi mali amacına o denli ulaşmış olacaktır (Şen ve Sağbaş, 2017: 20).

### **1.3.2. Verginin Mali Olmayan Amaçları**

Verginin kamu harcamalarını finanse etme amacının dışında mali olmayan başka amaçları da mevcuttur. Bu amaçlar sosyal, ekonomik ve diğer amaçlar olarak sınıflandırılmaktadır.

#### **1.3.2.1. Verginin Sosyal Amaçları**

Sosyal devlet anlayışının yaygınlık kazanmasıyla verginin sosyal amaçları da önem kazanmaya başlamıştır. Vergilerin gelir dağılımı, sosyal adalet ve istihdam gibi öncelikli sosyal alanları iyileştirme amacı mevcuttur. Bu sayede vergiler, gelir ve servet dağılımındaki adaletsizlikleri azaltmak amacıyla kullanılmaktadır. Bu noktada yüksek gelir sahibi kişilerden daha fazla vergi alınması, düşük ve orta gelirli kişiler üzerindeki vergi yükünün azaltılması temel amaçlar arasındadır.

Bu amacın etkin bir şekilde gerçekleşmesi için vergi politikasını tamamlayıcı nitelikte bir harcama politikası oluşturulmalıdır. Yüksek gelirli kesimden alınan vergilerin düşük gelirli kesime aktarımını sağlayan bir transfer ya da kamu hizmeti sunumu sağlamak verginin sosyal fonksiyonunun tam işlemesi açısından önemlidir (Kirmanoğlu, 2017:267).

#### **1.3.2.2. Verginin Ekonomik Amaçları**

Vergilerin ekonomik hedefleri gerçekleştirebilmek için bir araç olarak kullanılması verginin ekonomik amaçlarını oluşturmaktadır. Ekonomik büyüme ve kalkınmayı gerçekleştirmek, ekonomik istikrarsızlıklarla mücadele etmek, kaynak dağılımında etkinliği sağlamak, tasarrufları artırmak ve sermaye birikimini teşvik etmek gibi amaçlar bunlardan bazılarıdır (Şen ve Sağbaş, 2017: 24-25).

Maliye politikasının önemli araçlarından biri olan vergiler, devletin ekonomiyi düzenleyici politikalarında önemli bir rol oynamaktadır. Ancak verginin ekonomik amaçları ülkelerin koşullarına göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle

verginin hangi ekonomik amaçla kullanılacağı ise kamusal tercih mekanizmalarının aracılığıyla belirlenmektedir. Bir bölgenin kalkınması için o bölgede yapılacak olan projelere vergi teşvikleri yapılması, tasarrufların yetersiz olduğu bir ülkede tasarrufların artırılması gibi uygulamalar verginin ekonomik amaçlarına örnek gösterilebilir.

### **1.3.2.3. Verginin Diğer Amaçları**

Verginin mali, sosyal ve ekonomik amaçlarının dışında başka amaçları da mevcuttur. Bu amaçlar, ülkeden ülkeye ve zamandan zamana farklılık gösterebilmektedir. Sağlık, eğitim ve nüfus politikalarına ilişkin planlamalar; savunma, enerji ve tarımda kendi kendine yeterli olma (otarşı) durumu ve belirli üretim dallarının korunması gibi amaçlar verginin diğer amaçları arasında yer almaktadır (Turhan, 2020: 43-46).

Alkol ve tütün gibi sağlığa zararlı maddelerin tüketimini azaltmak, çevresel konularda ortaya çıkan negatif dışsallıkları azaltmak, bazı ürün gruplarında yerli üretimi desteklemek, nüfus politikalarını artırıcı ya da azaltıcı yönde yönlendirmek gibi pek çok konuda vergilerden faydalanılmaktadır.

## **1.4. Vergi ile İlgili Temel Kavramlar**

Maliye literatüründe vergi uyumu konusuyla ilgili çeşitli kavramlar mevcuttur ve bu kavramlar bazen birbirlerinin yerine kullanılarak karışıklığa yol açabilmektedir. Bu kısımda konuyla ilgili kavramlar açıklanmaktadır.

### **1.4.1. Vergi Ahlakı**

Mükellefleri vergiye karşı daha ahlaklı kılan ve doğru bilgi vererek vergiye uyumu artıran temel etmenlerden biri vergi ahlakıdır (Gökbunar, Selim ve Yanıkkaya, 2007: 71). Vergi ahlakı (tax morale) ya da vergi etiği (tax ethics); vatandaşların devletle olan ilişkisini belirleyen davranış normları olarak tanımlanmaktadır (Song ve Yarbrough, 1978: 444). Diğer bir tanıma göre vergi ahlakı, vergi ödeme konusunda ortaya çıkan içsel bir motivasyon olarak ifade edilmektedir (Torgler, 2007: 4; Chuenjit, 2014: 17).

Son yıllarda yapılan araştırmalarda mükelleflerin neden vergi ödediği incelenmekte, vergi denetim ve cezalarının düşük olduğu durumlarda dahi pek çok mükellefin düzenli olarak vergisini ödediği görülmektedir. Bu incelemenin yapılma gereği vergilerin yalnızca yasal zorlamayla alındığı düşüncesinin, mükelleflerin tutum ve davranışlarını açıklamada yetersiz olmasıdır (Saruç, 2015: 16). Ancak uygulamada yasal zorunluluğun dışında mükelleflerin vergi ödevlerini yerine getirmelerini sağlayan başka çeşitli faktörler de mevcuttur.

Mükelleflerin yasal zorunluluğun dışında gönüllü olarak vergi ödemesi sosyal normlar, kişisel değerler ve çeşitli bilişsel faktörler gibi ekonomide rasyonel olarak kabul edilmeyen faktörlerden kaynaklanmaktadır (Kornhauser, 2007: 139). Pek çok faktörle ilişkisi olan vergi ahlakı, farklı ülkelerde ve farklı zaman dilimlerinde değişiklik gösterebilmektedir. Hukuki düzen, toplumsal beğeniler, yaşam tarzları, sosyal normlar, değer yargıları, kültürel değerler, devlete olan güven, demografik yapı, kamu harcamalarında şeffaflık, ayıplar, yasaklar, yolsuzluklar, yandaş olma, dinî ve sınıfsal ayrışmalar, milliyetçilik, mafya yapılanmaları, kurallara uymama gibi toplumsal faktörler vergi ahlakını önemli ölçüde etkileyen unsurlardır (Susam, 2019: 312).

Vergi ahlakı bakımından, vergi yasalarına aykırı olan davranışlar günümüz dünyasında dışlanmamakta, ayıplanmamakta hatta bir tür toplumsal beceri haline gelmektedir. Bu durumun iki önemli nedeni; verginin zorunlu bir yükümlülük olmasından ötürü vergi kaçırmanın kimseye zararı olmadığı algısını yaratması ve mükelleflerin vergilerle finanse edilen kamu giderlerinin verimliliğine karşı olan inançlarının tam olmayışdır (Turhan, 2020: 225-226). Yapılan bir çalışmada vergi kaçırmanın bir mükellef çalışmaya katılan kişiler tarafından “kurnaz bir ticaret adamı” olarak değerlendirilmiş; bu nedenle vergi kaçırmak ahlaki bakımdan ticaret hayatı için zararsız ve kaçınılması imkânsız bir davranış olarak kabul edilmiştir (Schmölders, 1968: 14).

Vergi ahlakı, sosyal ve kültürel düzeyin bileşenlerinden biri olduğu için ve ülkelerin ekonomik olarak kalkınmasıyla beraber kültür seviyeleri de arttığı için, ekonomik olarak gelişmiş toplumlarda vergi ahlakı düzeyinin daha yüksek olması beklenmektedir (Yavuz, Ayas ve Kılıçaslan, 2019: 6). Vergi ödemeyi bir ödev olarak

gören ve vergi kaçakçılığını ayıplayıp, kınayan bir toplumda mükelleflerin vergiye gönüllü uyumunun kendiliğinden sağlanacağı söylenebilir (Aktan, 2012: 175).

#### **1.4.2. Vergi Bilinci**

Kamu hizmetlerinin gerçekleşebilmesi için verginin önemli ve gerekli olduğunu bilen mükelleflerin vergiyle ilgili ödevlerini yerine getirmedeki isteklerinin düzeyi vergi bilincini oluşturmaktadır (Susam, 2019: 312). Toplumun eğitim düzeyi, vergiyle ilgili verilen eğitim faaliyetlerinin sürekliliği, toplanan vergilerin değerlendirilmesinde etkinlik ve şeffaflık, vergi yasalarının vergi ilkelerine uygunluğu gibi faktörler vergi bilincini önemli ölçüde etkilemektedir.

Mükelleflerin vergiye karşı sergileyeceği yaklaşım vergi bilincinin gelişmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Altun, Gürdal ve Beşel, 2017: 40). Mükelleflerin vergi konusundaki farkındalık düzeyi olan vergi bilinci, mükelleflerin vergiye karşı normatif bir algı, tutum ve davranış sergilemesi durumunda olumlu; vergiye karşı negatif bir algı, tutum ve davranış sergilemesi durumunda ise olumsuz bir seyir gösterebilmektedir (Demir ve Cigerci, 2016: 128). Mükelleflerin vergi ödevini yerine getirme isteği ne kadar yüksek olursa vergileme konusunda da o kadar amaca yaklaşılmış olur. Vergi bilinci yüksek olan toplumların vatandaşları ödedikleri vergilerin nereye harcandığı konusunda bilgi sahibi olduklarından, mükellefler vergi yükümlülüklerini içlerinden gelerek ve istekli bir şekilde yerine getirmektedir. (Organ ve Yegen, 2013: 243). Bu sayede kamu hizmetlerinin finansmanı olan vergiler, zamanında ve mümkün olduğunca eksiksiz bir şekilde toplanabilmektedir.

#### **1.4.3. Vergi Kültürü**

Vergi kültürü; bir ülkenin ulusal kültürüne tarihsel, ekonomik ve sosyolojik olarak yerleşmiş, sürekli etkileşim halinde olduklarından dolayı birbirine bağlı ve bağımlı olan vergi sisteminin ve uygulamasının, bağlantılı olduğu tüm resmi ve gayri resmî kurumların bütünüdür (Nerré, 2008: 155). Toplumsal bir değer olan vergi kültürü; toplumu oluşturan bireylerin hür vicdan ve iradeyle vergi verme gereksinimi duymaları olarak da ifade edilebilir (Saruç, 2015: 18).

Her toplumun kendine özgü bir vergi kültürü mevcuttur ve toplumun adalet, dürüstlük, görev anlayışı gibi değerlerle etkileşimde olması vergi kültürünün oluşmasında doğrudan etkilidir (Nerré, 2001: 288). Vergi kültürü içinde olduğu toplumun eğitimi, dinî, sosyoekonomik durumu, siyasi politikaları, gelenekleri, örf ve âdetleri gibi pek çok değişkenden etkilenebilir. Bu tip iç ve dış çevreden kaynaklanan değişkenlerin meydana getirdiği etkileşimler, vergi ilke ve araçlarını etkilemektedir. Bu yansımanın sonucunda mükellefler vergi sistemine karşı olumlu veya olumsuz değer ve tutumlar barındırabilmektedir (Chuenjit, 2014: 17). Mükelleflerin vergiye karşı olumlu tutum takınmaları vergi uyumuna pozitif bir katkı sağlayarak vergi gelirlerini de artıracaktır.

#### **1.4.4. Vergi Zihniyeti**

Vergi zihniyeti, vatandaşların vergileme yoluyla kendilerine yüklenen mükellefiyetlere karşı takındıkları genel tavır olarak tanımlanmaktadır (Schmölders, 1976: 107). Yalnızca mükellef ve vergi idaresi arasındaki ilişkiyi amaçlayan vergi zihniyeti, vergi disiplini ve vergi ahlakının birleşiminde oluşmaktadır (Nerré, 2008: 155).

Vergi zihniyeti, Avrupa'nın farklı toplumlarında değişiklik göstermektedir. Latin dünyasında *vergi* kelimesi; “dayatmak” anlamına gelirken, Almanca’da *steuer* “destek”, İskandinav dilinde *skat* ise “ortak amaçlar için ortak bir hazine” anlamına gelmektedir. Vergi zihniyeti örneklerde de görüldüğü gibi toplumun vergi bilinciyle ilişkilidir. Genel vergi zihniyeti kalıpları; mükellefin ait olduğu mahalle, sosyal sınıf ya da meslek açısından fark edebilmekte; bireysel vergi bilinci kişisel deneyimlerle geliştirilebilmektedir (Schmölders, 1959: 341).

#### **1.4.5. Vergi Psikolojisi**

Kamu maliyesinde yer alan mali olayların iktisadi, hukuki ve siyasal açıdan incelenmesinin yanı sıra psikolojik açıdan da incelenmesi gerekmektedir. Vergilemenin uzun vadedeki etkisini tahmin edebilmek için ekonomik koşulların yanında psikolojik koşullara da dikkat edilmelidir (Turhan, 2020: 225).

Mali sosyoloji, kamu maliyesinde kamu gelir ve giderlerine ilişkin bireylerin tutum ve davranışlarının incelendiği bir dal olarak karşımıza çıkmaktadır (Saruç, 2015: 19). Mali sosyolojinin alt dalı olarak kabul edilen vergi psikolojisi ise bireylerin vergiye karşı algı, tutum ve davranışlarını inceleme konusu yapmaktadır (Aktan, 2012: 167). Hem toplumun hem de bireylerin vergiye karşı psikolojik yaklaşımlarını inceleyen vergi psikolojisi, vergi konusunda uygulanacak bir değişikliğin ya da yeni bir kararın başarısını belirleyebilme konusunda oldukça fayda sağlamaktadır.

Vergi psikolojisi, vergi uyumu konusunda büyük önem taşıdığından başarılı bir vergilendirme süreci için gerekli görülmektedir (Çataloluk, 2008: 215). Vergi psikolojisinin genel amaçları vergiye uyumu kolaylaştırma, vergi politikalarının verimliliğini artırma ve toplumsal ilişkileri düzenleme olarak karşımıza çıkmaktadır (Demirtaş Aydoğan, 2017: 17). Vergi psikolojisi açısından davranışsal faktörler, mükellefler üzerinde vergi uyumu ya da uyumsuzluğu yaratabilmektedir (Kitapçı, 2017: 441). Bu nedenle mükelleflerin vergilendirmeye karşı olan tutum, davranış ve algısının önceden bilinebilmesi ya da tahmin edilebilmesi vergi uyumunu artırıcı etki sağlayabilmektedir.

#### **1.4.6. Vergi Algısı**

Vergi algısı, vergi psikolojisinin inceleme alanında yer alan bir kavramdır. Mükelleflerin vergi hakkında duyu organları vasıtasıyla elde ettiği, iç ve dış uyarıcıların etkisiyle zihninde oluşturduğu anlam veya fikir, vergi algısı olarak tanımlanabilir (Sağlam, 2013: 319). Vergi algısı zamana, topluma ve yaşanan bölgeye göre değişiklik göstermektedir.

Mükelleflerin vergiyi algılama biçimleri birbirinden farklı olabilmektedir. Vergiyi kamu hizmetlerinin finansman bedeli olarak algılamak vergi algısını olumlu yönde etkilerken, vergiyi devlet tarafından zorla alınan bir yük ya da ceza gibi algılamak vergi algısını olumsuz yönde etkilemektedir (Gür ve Yıldız, 2017: 86). Mükelleflerin vergiye karşı tepkilerinin bazıları yasal sınırlar çerçevesinde gerçekleşirken, bazı tepkiler ise yasal sınırların dışında gerçekleşerek suç unsuru

teşkil edebilmektedir (Taşkın, 2010: 69). Bu nedenle verginin nasıl algılandığı vergi uyumu açısından büyük önem teşkil etmektedir.

Vergiye doğru algılayan ve mantığını kavrayan mükellefler, verginin topluma faydası olduğu bilinciyle vergi ödeme konusunda daha istekli olmaktadır (Sağbaş ve Başoğlu, 2005: 126). Ancak mükellefin vergi algısını etkileyen faktörler olumsuz ise vergi uyumu daha düşük olacağından, mükellefin yükümlülüklerini yerine getirmesi için zorlayıcı faktörlere daha fazla ihtiyaç duyulabilmektedir (Yavuz vd., 2019: 8).

#### **1.4.7. Vergi Kaçırma ve Vergiden Kaçınma**

Vergi kaçırma, mükellefin yasa dışı yollarla vergi ödememek ya da vergi yükünü azaltmak için gerçekleştirdiği tüm eylem ve uygulamalar olarak tanımlanabilir (Alm, 2012: 55). Mükellefler; defter ve kayıtlarda muhasebe hileleri yapmak, defter ve kayıtları tahrip etmek, sahte fatura düzenlemek, kayıt dışı üretim yapmak, sahte hesaplar açmak gibi yöntemlerle vergi kaçırma davranışını gerçekleştirebilmektedir (Şen ve Sağbaş, 2017: 174). Mükelleflerin bilerek ve isteyerek gerçekleştirdiği vergi kaçırma davranışı, yasalara aykırı ve riskli bir eylemdir. Vergi kaçırma suçu ve cezası Vergi Usul Kanunu'nun 359. Maddesinde "Hürriyeti Bağlayıcı Ceza ile Cezalandırılacak Suçlar ve Cezaları" başlığının altında açıkça belirtilmiştir (VUK, 1961: 359).

Bir ülkede vergi kaçırma düzeyinin yüksek olması genellikle vergi oranları ve vergi cezaları ile ilişkilendirilir fakat bunun yanında sosyolojik ve psikolojik etkiler de vergi kaçırma davranışını tetiklemektedir. Mükellefler içinde bulundukları toplumun değerlerine ve sosyal normlarına göre davrandıkları için vergi kaçırma davranışı incelenirken bu etkiler de göz önüne alınmalıdır (Didinmez, 2018: 9).

Bazı durumlarda mükellefler bilmeden veya farkında olmadan vergi kaçırma davranışında bulunabilmektedir. Mükellefler beyanname doldururken basit hesaplama hataları yapma, vergi mevzuatı hakkında yeterli bilgi sahibi olmama, mevzuatı yanlış yorumlama gibi hatalar nedeniyle gelirini daha düşük beyan edebilmektedir. Bu durumda ortaya ihmal sonucunda oluşan bir vergi kaçırma davranışı çıkmaktadır.

Bilmeden ya da kasıtlı olarak vergi kaçırma davranışı gerçekleşiyor olsa bile bu iki tip mükellefin özellikleri birbirinden farklı olduğu için vergi kaçırma konusunda genel araştırma konusu kasten vergi kaçırma davranışı olarak karşımıza çıkmaktadır (Saruç, 2015: 23).

Az ya da çok fark etmeksizin tüm ülkelerde görülen vergi kaçakçılığının mali, iktisadi ve sosyal açıdan çeşitli olumsuz etkileri mevcuttur. Vergi kaçırmanın sonucu olarak devletin gelirleri azalacağı için bütçe açıkları oluşmaktadır. Bu açıklar yeni vergiler koyarak, para basma yoluyla ya da borçlanma kanalı aracılığıyla kapanmaya çalışılabilmektedir. Bu durumda da vergi yükünün artması, yatırımların azalması, büyümenin yavaşlaması, enflasyonun artması, ekonomik refah düzeyinin azalması gibi pek çok sorun ortaya çıkabilmektedir (Susam, 2019, 295). Bu sorunların ortadan kaldırılabilmesi ve vergi kayıplarının azaltılabilmesi için vergi denetim sisteminin etkinliğinin artırılması, bununla beraber caydırıcı bir ceza politikası uygulanması gereklidir.

Vergiden kaçınma davranışı ise mükelleflerin vergi yükünü yasal yollar ile azaltmasıdır (Gunn, 1978: 734). Yasal ve risksiz bir davranış olan vergiden kaçınma, mükelleflerin yasal boşluklardan faydalanmasıyla ve vergiden muaf olan ya da daha az vergi alınan ekonomik aktivitelere yönelmesiyle gerçekleşebilir (Saruç, 2015: 21).

Tarihte vergiden kaçınmak için pek çok yöntem uygulanmıştır. 1696 yılında İngiltere Kralı III. William daha çok vergi toplamak istemiştir ve kişisel özgürlük ihlali olduğunu düşündüğünden dolayı vergiyi gelirden almak yerine pencerelerden almayı seçmiştir. Ona göre daha zengin insanların evleri büyüktür ve bu evlerin daha fazla penceresi olacağı için vergi varlıklı kişilerden alınmış olacaktır. Ancak vatandaşlar evlerinin camlarını tuğla ile örerek vergiden kaçınma davranışı göstermişlerdir. 17. yüzyılda Hollanda vatandaşlarına evlerinin genişliğine göre vergi ödemesi yapmaları şartı getirilmiştir. Ancak Hollandalılar evlerini daha dar ve yüksek inşa ederek vergiden kaçınmışlardır. 18. yüzyılda da Brezilya'da tamamlanmış kiliselerden vergi alma şartı getirilmiştir. Bazı kiliseler vergiden kaçınmak için yapıları mimari açıdan eksik inşa etmişlerdir (Rosen ve Gayer, 2010 : 369-370).

Mükellefler vergiye tabi malı satın almaktan vazgeçebilir, bir malın daha fazla vergilendirileceğini düşünüyorsa o maldan daha fazla satın alarak stoklayabilir ya da o malla eş değer, vergisi daha düşük olan bir mala yönelerek ikame etkisi yaratabilir. Mükellef, üzerindeki vergi yükünün artıp gelirin düştüğünü hissederse ve bu durum mükellefi daha fazla çalışmaya yönlendirirse mükellef boş zamanı çalışmaya tercih edebilir. Yine mükellef işletmesini verginin hiç olmadığı ya da çok düşük olduğu vergi cennetleri olarak adlandırılan ülke ya da bölgelerde kurabilir (Turhan, 2020: 268-276).

Vergiden kaçınma yasal bir davranış olsa da vergi kaçırma gibi bütçede açıklara neden olmaktadır. Vergi kayıplarının artması kamu hizmetlerinin etkin bir şekilde sunumunu engellemekte ve ekonomik hedeflere ulaşılmasını güçleştirmektedir. Bu nedenle vergiden kaçınma davranışının azaltılması için yasaların boşluklara yer vermeyecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

### **1.5. Vergi Uyum**

Vergi uyumu (tax compliance), mükelleflerin vergi ödevini gönüllü olarak, doğru zamanda ve eksiksiz bir şekilde gerçekleştirmesi olarak tanımlanabilir. Vergi uyumunun gerçekleşmesi iyi işleyen bir vergi sisteminin temel taşıdır (Evans ve Joseph, 2018: 3). Simon James ve Clinton Alley'e göre vergi, kamu hizmetleri finansmanının sağlanması için önemli bir araç olduğundan, vergi uyumunun mükellefler tarafından gönüllü ve hukuka uygun bir şekilde gerçekleştirilmesi büyük avantaj sağlamaktadır (James ve Alley, 2002: 32).

Vergi gelirlerinin artırılabilmesi için mükelleflerin vergi uyum oranlarının artırılması gerekmektedir. Vergi uyumu birçok unsur içermektedir. Bu unsulardan bazıları; gelir ve giderlerin doğru beyan edilmesi, vergi beyannamelerinin zamanında verilmesi, vergilendirilecek gelirin eksiksiz beyan edilmesi, vergi tutarının doğru hesaplanması, muafiyet ve vergi indirimi gibi matrahtan indirilebilecek tutarların doğru gösterilmesidir (Roth, Scholz ve Witte, 1989: 20). Bunların yanında vergi yasaları, vergi oranları, vergi denetimleri, vergi cezaları, vergi idaresinin yaklaşımı, vergi ahlakı, adalet, sosyal normlar ve kültür gibi pek çok bileşen ülkeden ülkeye farklılık gösterebilecek şekilde vergiye olan uyumu etkilemektedir.

Vergi uyumu hukuk, psikoloji, ekonomi ve siyaset bilimi gibi disiplinlerden de önemli ölçüde etkilenmektedir. Disiplinlerarası bir yapıya sahip olan vergi uyumunun mali yönü, verginin kamu hizmetlerinin en önemli finansman kaynağı olması nedeniyle daha ağır basmaktadır (Didinmez, 2018: 11). Bu nedenle vergi uyumunun kamu maliyesindeki rolü daha çok öne çıkmaktadır.

Vergi uyumunun iktisadi, mali, sosyal ve kültürel açıdan çeşitli etkileri mevcuttur. İktisadi açıdan kayıt dışılık üzerindeki etkisi, mali açıdan vergi gelirleri üzerindeki etkisi, sosyal açıdan gelir dağılımına etkisi ve kültürel açıdan kişilerin devlet ve vatandaşlık algısına olan etkisi bunlardan bazılarıdır (Yavuz vd., 2019: 3; Özdemir, 2015: 175). Bu etkilerin olumlu seyretmesi, vergi uyumunun yükselmesini ve vergi gelirlerinin artmasını sağlamaktadır.

Diğer bir taraftan mükelleflerin bilerek ya da bilmeyerek vergi yasalarını ihlal ettiği ya da ödeme işlemini vergi yasalarına uygun şekilde yapmayarak vergi ödemekten kaçındığı durumda ise vergi uyumsuzluğu ortaya çıkmaktadır. Yerleşik iktisat teorisinde mükelleflerin rasyonel davrandığı, vergi yasalarını, ceza ve denetleme oranlarını tam bildiği varsayılmaktadır. Ancak gerçek hayatta, bu durum güçtür. Mükelleflerin eylemlerinin hangi sonuçları doğuracağını tahmin edebilmeleri için mali bilgilerinin yüksek olması gereklidir (Saruç, 2015: 24). Bu nedenle mükellefler yanlış anlama, yanlış bilgi edinme, dikkatsizlik gibi nedenlerden de vergi uyumsuzluğuna yol açabilmektedir. Vergiye karşı ortaya çıkan olumsuz tutumlar, düşük vergi ahlakı ya da kamu hizmetlerinden faydalanmada adaletsizlik algısı mükelleflerin vergi ödevini gerçekleştirmemesine neden olabilmektedir (Kirchler ve Hoelzl, 2018: 258).

Genel olarak bakıldığında vergi uyumu, gönüllü uyum ile cibrî uyumun birleşimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kitapcı, 2016: 58). Son zamanlarda vergi uyumu konusunda araştırılan temel soru “İnsanlar neden vergi kaçırır?” sorusundan “İnsanlar neden vergi öder?” sorusuna dönüşmüştür. Bunun nedeni mükelleflerin içsel bir motivasyonla ceza ve denetimlerin yetersiz kaldığı durumlarda dahi vergiye uyum gösterdiğinin tespit edilmesidir (Beşel ve İzgi Şahpaz, 2017: 48). Mükelleflerin vergi uyumlarını etkileyen faktörlerin önceden belirlenmesi, vergi uyumlarının artırılması açısından çok önemlidir. Bu nedenle mükelleflerin vergiye

karşı tutum, davranış ve algılarının önceden bilinmesi veya tahmin edilmesi, vergi konusunda alınacak kararları belirlemede ve vergiye uyumun artırılmasında büyük kolaylık sağlayacaktır (Kitapçı, 2016: 60).

Bu amaçlar doğrultusunda mükelleflerin vergi uyumunu açıklamaya çalışan iki temel yaklaşım mevcuttur. Bu yaklaşımlar klasik ekonomik model ile psikolojik ve davranışsal model olarak ikiye ayrılmaktadır.

### **1.5.1. Klasik Ekonomik Model**

Vergi uyumunun esas hedefi herhangi bir vergi kaybı olmadan mükelleflerin vergi ödemesini gerçekleştirmeleridir. Vergi uyumunu artırma hedefi verginin ilk ortaya çıktığı andan itibaren devam eden bir süreçtir. Bu konuya ilişkin literatürde çeşitli teorik ve ampirik çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar son elli yılda önemli gelişmeler göstermiştir.

Vergi uyumu konusunda klasik ekonomik modelin temelini rasyonel beklentiler teorisine dayanan ve 1972’de ortaya atılan Allingham – Sandmo modeli oluşturmaktadır (Saruç, 2015 : 36). Bu modele göre mükelleflerin ahlaki değerleri, sosyal normları, vergiye karşı tutum ve davranışlarıyla diğer psikolojik faktörlerinin vergi uyumu üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı için mükellefler vergi kaçırma ya da kaçırmama kararı verirken bu faktörlerden etkilenmez (Yavuz vd., 2019: 14).

Modelde mükelleflerin vergi oranları, ceza ve vergi denetim oranları gibi sayısal verileri tam olarak bildiği ve fayda fonksiyonlarının sadece gelirden ibaret olduğu varsayılmaktadır. Michael G. Allingham ve Agnar Sandmo’ya göre mükellefler vergi beyanı konusunda iki farklı şekilde davranabilmektedir (Allingham ve Sandmo, 1972: 324). Bunlardan ilki gerçek gelirlerini beyan etmeleri; ikincisi ise gerçek gelirlerinden daha az bir kısmını beyan etmeleridir. Eğer mükellef ikinci durumu seçerse ve vergi denetimiyle karşılaşmazsa geliri birinci durumdan daha fazla olacaktır. Diğer yandan eğer mükellef vergi denetimine maruz kalırsa ve beyan ettiği gelirin daha az olduğu tespit edilirse bu durumda da faydası ilk seçenekten daha az olacaktır. Bu nedenle mükelleflerin vergiye uyum göstermeden evvel fayda-maliyet analizi yapıp, vergi kaçırmanın beklenen faydasının maliyetinden yüksek

olduğunu tespit etmeleri durumunda vergi kaçıracağı belirtilmiştir (Allingham ve Sandmo, 1972: 324; Yitzhaki, 1974: 201).

Mükelleflerin iktisadi anlamda tam bilgiye sahip olduğu ve sistematik hata yapmayacağı varsayımından hareketle modele göre vergi ceza ve denetleme oranlarının artması beyan edilen vergi miktarının artmasına yol açacaktır (Alm ve McKee, 1998: 261). Ancak modelde bireyler tam bilgi sahibi ve rasyonel olduklarından eğer cezalar caydırıcı değilse ve etkin bir vergi denetim sistemi yoksa modelin vergi uyumunu artırma amacı tersine çevrilerek mükellefleri vergi kaçırmaya yönlendirecektir. Ceza ve denetim oranlarının artmasının vergi kaçırmayı nasıl etkilediği konusunda Allingham - Sandmo modeli belirsiz kalmaktadır ve model daha sonraki çalışmalar için temel teşkil ederek birçok iktisatçı tarafından geliştirilmiştir (Bayraklı, Saruç ve Sağbaş, 2004: 229-230).

Beklenen fayda modeli ile açıklanan vergi kaçırma davranışı riskli ve yasa dışı bir aktivite olmasından dolayı caydırıcılık teorisiyle de ilişkilidir. Caydırıcılık teorisi beklenen cezanın suç üzerindeki etkisini incelemektedir ve teoriye göre ceza üç farklı şekilde olabilmektedir. Bunlar yasal yaptırımlar, sosyal ayıplama ve suçluluk duygusudur. Bu nedenle vergi kaçırma davranışı caydırıcılık teorisi için optimal şartların sağlandığı eylemlerden biridir (Saruç, 2015: 36-37).

Rasyonel beklentiler teorisine göre bilerek ve isteyerek vergi kaçırmak için fayda-maliyet analizi konusunda özenli ve dikkatli bir hesaplama yapılması gerekmektedir. Buradaki fayda-maliyet analizi yasa dışı bir faaliyet olan vergi kaçırma davranışı için; bu faaliyetten elde edilen kazançla (fayda) doğru orantılı, bu faaliyetin cezası (maliyet) ile ters orantılıdır (Becker, 1968: 170). Bu yaklaşımla beraber, klasik ekonomik model çerçevesinde mükellefler her bir seçeneğin beklenen faydasını hesaplayarak beklenen faydanın en fazla olduğu seçeneğe yönelmektedir.

Klasik ekonomik modelde belirtilenin aksine mükellefler; gerçek hayatta vergi uyumu konusunda yalnızca vergi oranları, vergi ceza ve denetim oranları gibi sayısal verilerden ve yalın bir fayda-maliyet analizinden etkilenmezler. Yapılan incelemelerde bazı gelişmiş ülkelerde düşük ceza ve denetim oranlarının uygulanmasına rağmen mükelleflerin büyük bir kısmı vergilerini eksiksiz beyan

etmektedir (Aktan, 2012: 169-170). Burada mükellefler içsel bir motivasyonla vergiye gönüllü olarak uyum göstermektedirler. Bu durum “İnsanlar neden vergi kaçırır?” sorusunun aksine “İnsanlar neden vergi öder?” yaklaşımını ortaya koymaktadır. Allingham – Sandmo modelinde vergiye uyum; vergi politikaları, vergi otoritesinin tavrı ve mükellef davranışlarından bağımsız olarak ele alındığı için günümüz şartlarında uygulamada yetersiz kalmaktadır (Feld ve Frey, 2007: 103). Klasik ekonomik model sadece ekonomik faktörlere odaklanarak, psikolojik ve davranışsal faktörleri göz ardı ettiği için bu yaklaşımla gönüllü vergi uyumunun sağlanabilmesi oldukça zor görünmektedir.

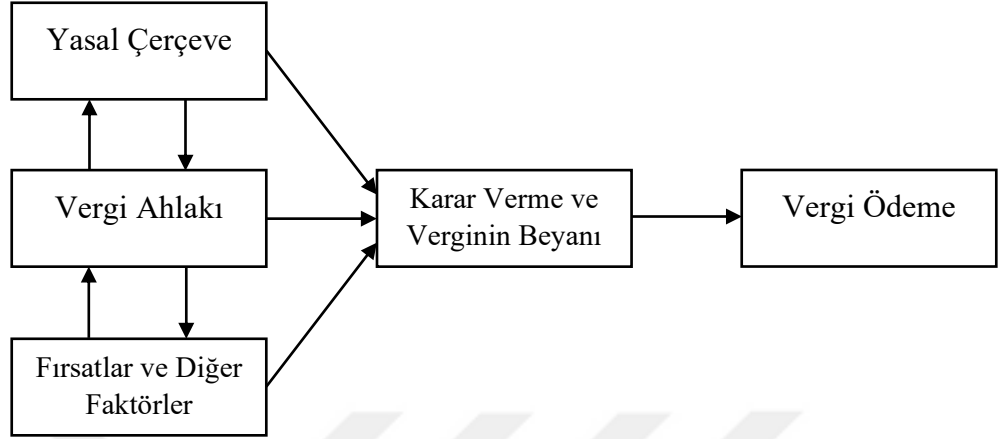
### **1.5.2. Psikolojik ve Davranışsal Modeller**

Psikolojik ve davranışsal yaklaşıma göre vergi uyumunun sağlanmasında ekonomik faktörlerin yanında içsel faktörler, sosyal kategoriler ve etik gibi unsurların da etkisi mevcuttur. (Alm, Kirchler ve Muehlbacher, 2012: 134) Sosyolojik, psikolojik, demografik, hukuki, kültürel, kurumsal, siyasal, yönetsel, mesleki, dinî, ailevi vb. pek çok bileşenin vergi uyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi, vergi uyumunun tam olarak anlaşılabilmesi ve artırılabilmesi adına çok önemlidir.

Klasik ekonomik yaklaşım vergi kaçakçılığını açıklamada tek başına yeterli olmamaktadır. Tek başına yasal cezalar, vergi kaçırmayı önleme konusunda etkili olacak caydırıcı faktörler olarak düşünülmemelidir. Devletin uygulayacağı yasal cezaların yanında kişinin içinde bulunduğu grupta karşılaşacağı sosyal ayıplama ve kendi duymuş olduğu suçluluk duygusu yani vicdan azabı da caydırıcı faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Grasmick ve Bursik, 1990: 838-841). Bu noktada sadece yasal caydırıcı faktörlerin değil, psikolojik ve davranışsal faktörlerin de vergi kaçırmayı önleme konusunda etkili olduğu söylenebilir.

Vergi ahlakı da vergiye uyumu belirleyici faktörlerden biridir. Vergi ahlakı kavramı Young-dahl Song ve Tinsley E. Yarbrough’a göre vatandaşların devletle aralarındaki ilişkiyi belirleyen davranış normları olarak tanımlanmaktadır (Song ve Yarbrough, 1978: 444). Vergi uyumu ve vergi ahlakı arasındaki bu ilişki vergi uyum davranış modeli ile açıklanmıştır.

**Şekil 1.1 : Song ve Yarbrough'un Vergi Uyum Davranış Modeli**



**Kaynak:** Song ve Yarbrough, 1978: 444.

Song ve Yarbrough'un, mükelleflerin vergi ödevini kendileri beyan ederek ödeme işlemini gerçekleştirdikleri vergiye gönüllü uyum modelinin üç ana faktörü mevcuttur. Bunlar; genel yasal çerçeve, vatandaşların vergi ahlakı ve belirli yer ve zamanda geçerli olan diğer durumsal faktörlerdir (Song ve Yarbrough, 1978: 444). Bu modelde genel yasal çerçeve; yasaların geçerliliği, yasaların uygulanma sürecinin etkinliği ve vatandaşların yasal yükümlülüklerini anlayıp kabul etmesi çerçevesinde şekillenmektedir. Gönüllü vergi uyumunu kolaylaştıran ya da engelleyen durumsal faktörler ise; gelir düzeyi, işsizlik oranı, vergi oranı ve vergi idaresinin etkinliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Modelde bu faktörler birbirleriyle çift yönlü bir etkileşim halindedir. Yasal çerçeve vergi ahlakıyla etkileşim halindeyken vergi ahlakı da durumsal faktörlerden etkilenmektedir.

Mükellefler vergiye uyum konusunda nefret etkisi ortaya koyabilmektedir. Psikolojik bir etki olan nefret etkisi, denetim oranlarının artması ve vergi idaresinin olumsuz tutum ve davranışı gibi durumlarda devlet ile vatandaş arasındaki güveni sarsarak mükellefin içsel bir motivasyon kaynağı olan vergi ahlakını bozabilmektedir. Vergi idaresinin mükellefleri ülkesine vatandaşlık bilinciyle bağlı ve iş birlikçi bireyler olarak algılamak yerine; bencil, fayda maksimizasyonu yapan ve her an vergi kaçırmaya yatkın bireyler olarak algılaması mükellefin vergiye uyumunu olumsuz etkilemektedir. Yine muhasebecilerin almış oldukları kararlar ve meslek ahlakları mükellefin vergiye uyum konusundaki algısını değiştirmektedir. Bu

gibi durumlar mükelleflerin daha çok vergi kaçırmasına neden olmaktadır (Saruç, 2015: 57-59; Putra ve Firmansyah, 2018: 26).

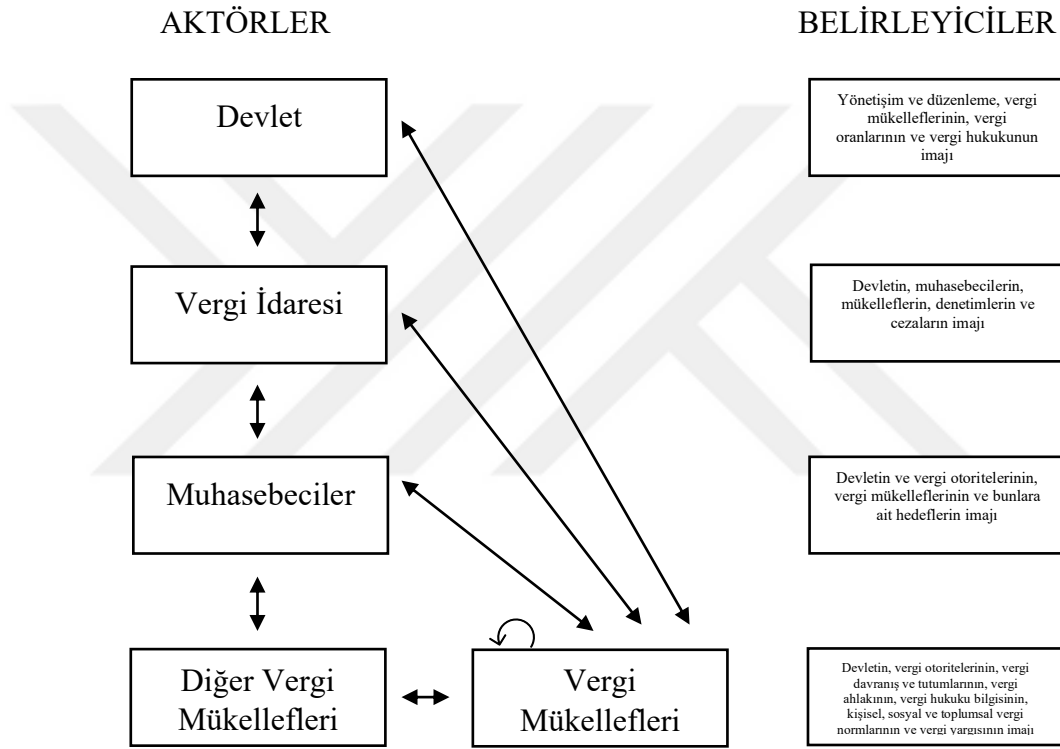
Vergi uyumu konusunda, bireyin içinde bulunduğu grubun ayıplama ve hoş karşılamama, grupta saygınlık kaybı ve dışlama gibi sosyal yaptırımlar uygulamasının mükellefler üzerinde yasal yaptırımlar kadar etkili olduğu görülmektedir (Tunçer, 2002: 111). Birey kabul gördüğü grubun davranışlarından etkilenecek hoş görülme ve ayıplanan davranış ve düşüncelerden kaçınacaktır. Ancak eğer grubundaki bireyler vergi kaçırmaı benimsiyor ve onaylıyor ise; o kişi de vergi kaçırarak ve bu durumda içinde bulunduğu grupta herhangi bir sosyal ayıplama meydana gelmeyecektir (Saruç, 2015: 57). Mükelleflerin aile, arkadaş ya da meslektaşlarının yer aldığı sosyal grupların tutum ve davranışları mükellefin vergiye uyumunu olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir.

Eşitlik teorisine göre bireyler içinde bulundukları gruba katkıda bulunduğu kadar fayda sağlıyorsa bu eşit bir ilişki olarak değerlendirilmektedir. Ancak grupta herhangi bir eşitsizlik söz konusuysa bireyler sağladığı katkı miktarlarını artırarak ya da azaltarak eşitlik sağlamak isteyeceklerdir (Adams, 1965: 280-281). Mükellef devletle olan ilişkisinin adil olmadığını ve ödediğı verginin karşılığını alamadığını düşünürse vergi kaçırarak bu adaleti kendisi sağlamaya çalışacaktır. Bu durumda mükellefin faydalandığı kamusal mal ve hizmetler artış gösteriyorsa mükellefin eşitlik algısı pozitif bir etki yaratarak vergi kaçırmaı azaltacak; aksi durumdaysa mükellef kamusal mal ve hizmetlerden yeterince faydalanamadığı düşüncesiyle eşitliği sağlamak adına vergi kaçırmaıa başlayacaktır (Saruç, 2015: 58).

Vergi uyumu konusunda pek çok aktör etkilidir ve bu aktörlerin etkileşimi bir vergi iklimi (tax climate) oluşturmaktadır. Vergi iklimi; devlet, vergi idaresi, vergi mükellefleri ve muhasebecilerden oluşmaktadır ve bu aktörlerin her biri diğeriyle etkileşim halindedir (Alm vd., 2012: 136). Şekil 1.2.'ye göre vergi idaresi hem devletle hem de mükellefle etkileşim halindeyken; aynı şekilde muhasebeciler de hem vergi idaresi hem de mükelleflerle etkileşim halindedir. Vergi mükellefleri ise vergi ikliminin en önemli faktörü kabul edilmektedir.

Vergi uyumu konusunda ekonomik faktörlerin üzerinde yoğunlaşıldığı 1970’li yıllarda mükellefler bencil ve rasyonel bireyler olarak incelenirken, güncel çalışmalarda vergi uyumunun sadece ekonomik faktörlerle açıklanamayacak kadar karmaşık olduğu ve mükellefin psikolojisi ve sosyal normların da vergi uyumu konusunda önemli olduğu belirtilmektedir (Saruç, 2015: 59-60).

**Şekil 1.2 : Vergi Uyumunun Aktörleri ve Vergi İkliminin Belirleyicileri**

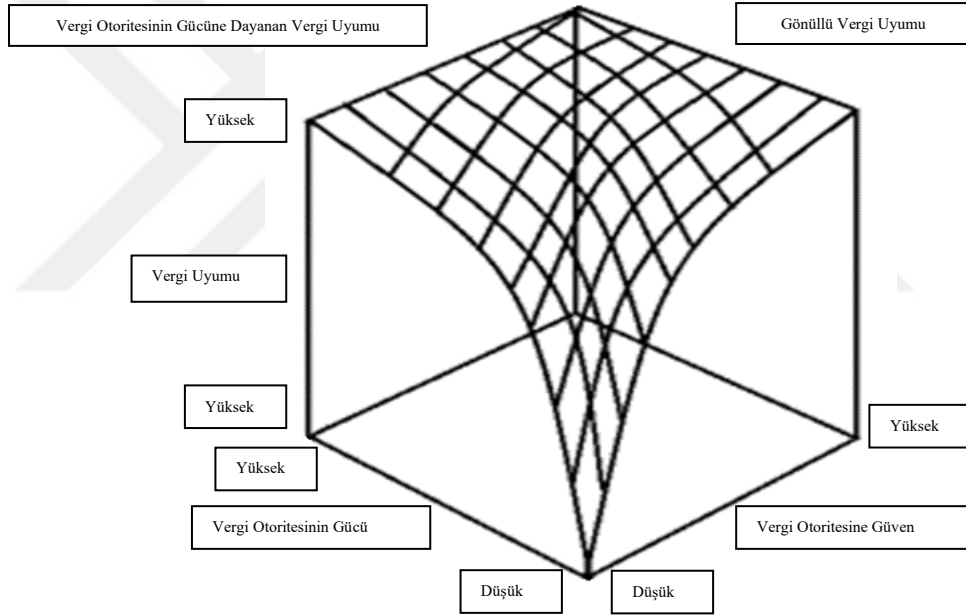


**Kaynak:** Alm vd., 2012: 136.

Vergiye gönüllü ve zorunlu uyumu ve bunları etkileyen faktörleri inceleyen kaygan yamaç modeli çalışmasıysa Erich Kirchler tarafından ele alınmıştır (Kirchler, 2007). Çalışmaya göre mükelleflerin vergiye uyumunu belirleyen güç ve güven arasındaki dengenin, Vergi idaresine olan güven, mükelleflerin vergi ödevini gönüllü ya da zorunlu olarak ödeyip ödememesini etkilemektedir (Kirchler, Hoelzl ve Wahl, 2008: 210).

Güç ve güven arasındaki dengenin korunması vergi uyumu için çok önemlidir. Vergi idaresi mükellefleri rasyonel, bencil ve kâr maksimizasyonu yapan bireyler olarak gördüğü ve mükelleflerin zorunlu vergilendirmeye uyması gerektiğini düşündüğü gibi; verginin faydalarını net bir şekilde anlayan, vergiye gönüllü uyum sağlayan iş birlikçi vatandaşlar olarak da algılayabilir (Kirchler ve Hoelzl, 2018: 264). Ancak vergi idaresi genellikle bu dengeyi sağlayamayarak zorunlu vergi uyumuna büyük önem atfetmektedir. Bu durum vergiye gönüllü uyumu ikinci plana taşımaktadır (Didinmez, 2018: 27).

**Şekil 1.3 : Kaygan Yamaç Modeli**



**Kaynak:** Kirchler vd., 2008: 212.

Vergi idaresi ile mükellef arasındaki güç ve güven dengesinin seviyesine bağlı olarak vergiye uyumda zıt iklim (antagonistic climate) ya da sinerjik iklim (synergistic climate) ortaya çıkmaktadır. Zıt iklimde vergi idaresi ve mükellefler arasında “hırsız ve polis” oyunu olarak nitelendirilen bir imaj şekillenirken; sinerjik iklimdeyse birlikte hareket eden vergi idaresi ve vergi mükellefi arasında “servis ve müşteri” bakış açısı ortaya çıkmaktadır. Hırsız ve polis bakış açısına göre mükellefler her fırsatta vergi kaçırmaya yatkın hırsızlar olarak nitelendirilirken,

mükellefler de vergi idaresini sürekli baskı yapan bir polis olarak düşünüp gelirlerini saklamaya haklarının olduğunu düşünmektedir. Sinerjik iklimde ise toplumun bir parçası olarak kabul edilen vergi idaresi; şeffaf, saygılı ve mükellefin yanında yer alan bir imaj sergilediği için mükellefin gönüllü vergi uyumuna meyilli olduğu ve üzerine düşen sorumluluğu yerine getirdiği bir anlayış ortaya çıkmaktadır. (Kirchler vd., 2008: 211; Kirchler, 2007: 4).

Kaygan yamaç olarak adlandırılan bu dengeye göre vergi idaresi ve mükellef arasındaki güç ve güven ilişkisinde, vergi idaresinin olumsuz tutumu mükellefleri vergi kaçırmaya yöneltten kaygan yamaca itebilmektedir. Mükellefler vergi ödemeye zorlandıklarını ve vergi idaresi tarafından izlendiklerini hissettiklerinde psikolojik bir tepki olarak içsel motivasyonlarını ve dürüstlüklerini yitirerek vergi kaçırma davranışına yönelebilmektedir (Kramer, 1999: 591). Bu nedenle vergi idaresi mükellefle arasındaki saygı ve güven bağına zarar vermemelidir.

Kaygan yamaç modeli vergi otoritesinin gücü, vergi otoritesine duyulan güven ve vergi uyumu olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Yamaç üzerinde farklı yönlerde hareket edildikçe vergi uyumu konusunda farklı sonuçlarla karşılaşmaktadır. Şekil ön taraftan incelendiğinde kamu otoritesinin gücünün zayıf olduğu ve kamu otoritesine güvenin düşük olduğu durumda mükellefler vergi kaçırma yoluna giderek vergiye uyumu azaltmaktadır. Düşük güven koşulları altında ön taraftan sol şerit boyunca ilerlendiğinde kamu otoritesinin denetim ve para cezası konularında gücünü artırmasıyla vergiye zorunlu uyum artacaktır. Yine şekil üzerinde ön taraftan sağa doğru hareket edildiğinde kamu otoritesine karşı düşük güç ve yüksek güven anlayışıyla güven arttıkça vergi uyumu da artış gösterecektir (Kirchler vd., 2008: 212).

Kaygan yamaç modelinde otoritelere karşı olan güven artışı ya da otoritelerin gücündeki artış sırasıyla gönüllü ve zorunlu vergi uyumuna yol açacaktır (Saruç, 2015: 61). Bu modelde mükellefler vergi otoritesinin davranışına göre vergiye uyum konusunda tavır almaktadır (Didinmez, 2018: 30).

Mükellefler ile vergi idaresi arasındaki ilişki güçlü duygusal bağlar içerdiğinde ortaya bir psikolojik vergi sözleşmesi çıkmaktadır. Devlet, demokratik ve

yasal konularda vatandaşlarının katılım haklarını ne kadar güçlendirirse, psikolojik vergi sözleşmesinin de ortaya çıkma olasılığı o kadar yüksek olacaktır (Feld ve Frey, 2002: 89). Bu sözleşme mükellefin ve vergi idaresinin iş birliği içinde hareket etmesine ve karşılıklı bir güven bağı oluşturularak vergiye gönüllü uyumun artırılmasına katkı sağlamaktadır.

**Tablo 1.1 : Ekonomik Model ile Psikolojik ve Davranışsal Modelin Kıyaslanması**

| <b>Ekonomik Modeller</b>                                                                                                                | <b>Psikolojik ve Davranışsal Modeller</b>                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vergi boşluklarına odaklanır, %100 uyumluluk daha azdır.                                                                                | Gönüllü uyum ve içsel motivasyona dayanır.                                                                                                                        |
| Kapsamı daha dardır.                                                                                                                    | Kapsamı daha geniştir.                                                                                                                                            |
| Vergi uyumu iktisadi rasyonelliği temel alır.                                                                                           | Vergi uyumu davranışsal iş birliğine dayanır.                                                                                                                     |
| Vergi kaçırmanın beklenen faydası, denetim ve cezaların uygulanma riski ve kişisel serveti artırma kaçırmanın temel belirleyicileridir. | Bireyler bencil ve fayda maksimizasyonu sağlama amacıyla değildir. Farklı inanç, tutum ve normlara göre etkileşimde bulunurlar. Başarıları iş birliğine bağlıdır. |
| Kaynak tahsisinde verimliliği esas alır.                                                                                                | Eşitlik ve adaleti esas alır.                                                                                                                                     |
| Mükellefler maddi kazanç ve kayıpları hesaplayan bencil kişiler olarak görülür.                                                         | Mükelleflere karşı iyi vatandaş yaklaşımı vardır.                                                                                                                 |

**Kaynak:** James vd., 2002: 33.

Görüldüğü gibi klasik ekonomik yaklaşımın aksine psikolojik ve davranışsal yaklaşım, ekonomik kararlar alınırken pek çok faktörü göz önünde bulundurmaktadır. Bu nedenle ekonomik incelemeler yapılırken ve ekonomik kararlar alınırken bireylerin sosyal ve psikolojik tutum ve davranışlarının da etkisi çalışmalara dahil edilmelidir.

Son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalarda davranış bilimleri de araştırmalara dahil edilmektedir. Ekonomik, siyasi ve sosyal pek çok çalışma alanı araştırmalarını gerçekleştirirken davranış bilimlerinin araçlarından faydalanmaktadır.

Ekonomide rasyonalite ve iktisadi insan (homo economicus) modelinin her zaman geçerli olmadığını savunan ve “davranışsal iktisat” adı verilen yaklaşım iktisadi konulara farklı ve çeşitli perspektiflerden bakma fırsatını ortaya koymaktadır

(Kitapcı, 2016: 59). Davranış bilimlerinden vergi ve kamu politikalarının yapımı gibi pek çok maliye bilimi alanına giren konularda da faydalanılmaktadır. Davranışsal maliye yaklaşımının da şekillenmesini sağlayan bu çalışmalar, dünyada vergi uyumu konusunda da ön plana çıkmaktadır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### İKTİSAT VE MALİYENİN DAVRANIŞ BİLİMLERİ İLE İLİŞKİSİ

#### 2.1. Davranışsal İktisat Kavramı ve Ortaya Çıkışı

İktisat, sınırlı dünya kaynakları ile sonsuz ihtiyaç ve isteklerin karşılanmaya çalışıldığı bir sosyal bilim dalıdır. İktisat bilimi; psikoloji, sosyoloji, felsefe, matematik gibi diğer bilim dallarından büyük ölçüde faydalanmaktadır. Bu durum, iktisada disiplinlerarası bir bilim dalı olma özelliği kazandırmaktadır.

Yerleşik iktisat teorisine göre “homo economicus” olarak tanımlanan iktisadi insan; rasyonel davranan, kendi çıkarlarına uygun karar veren ve tercihlerinde maksimum fayda elde etmeyi hedefleyen tutarlı bir aktördür. Ancak konu uygulamaya geldiğinde iktisadi insan kavramı yerini; her zaman rasyonel kararlar alamayan ve kendi çıkarları doğrultusunda hareket edemeyen “homo sapiens” yani sadece insan kavramına bırakmaktadır (Thaler ve Sunstein, 2018: 18-19). Bu nedenle yerleşik iktisadın temel iktisadi insan anlayışı uygulamada yetersiz kalmaktadır.

Temel inceleme alanı insan aktörü olan psikoloji ve iktisat biliminin ilişkisi 20. yüzyılın ortalarından itibaren şekillenmeye başlamıştır. Bu dönemde psikolojik faktörler iktisadi analizlerde kullanılmasına rağmen davranışsal iktisat kavramı yerine ekonomik psikoloji ya da psikolojik ekonomi kavramları kullanılmaktadır (Hosseini, 2011: 978). İnsanların iktisadi karar verme sürecindeki tutum ve davranışlarını, davranış bilimi olan psikoloji yardımıyla inceleyen araştırmacıların çalışmaları sonucunda davranışsal iktisat ortaya çıkmıştır (Eser ve Toigonbaeva, 2011: 288). İnsanların karar verme davranışını psikolojik, bilişsel, sosyal ve kültürel faktörleri dikkate alarak inceleyen davranışsal iktisat, yerleşik iktisat teorisinin kabul ettiği iktisadi insan aktörünün uygulamada beklendiği gibi davranmadığını ortaya çıkarmaktadır.

Literatürde davranışsal iktisatla ilgili ilk öncü araştırmalar George Katona tarafından gerçekleştirilmiştir. Katona, 1951 yılında yayınladığı “Psychological Economics” (Psikolojik Ekonomi) kitabı ile iktisatçıları araştırmalarında psikolojik yöntemleri kullanmaya davet etmiştir (Can, 2012: 94). Bu süreçte Herbert A.

Simon'un yapmış olduğu çalışmalar, iktisat ve psikoloji arasındaki ilişkinin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Simon, karar alma davranışıyla ilgili yapmış olduğu çalışmalar sayesinde 1978 Nobel Ekonomi dl'ne layık görülen ilk bilim insanıdır (The Nobel Foundation, 1978). Ancak Simon'un bu çalışmaları 1960'lı yıllara kadar davranışsal iktisadın bir disiplin olarak literatürde yer edinmesini sağlayamamıştır (Ruben ve Dumluğağ, 2018: 43). Ardından risk ve belirsizlik altında karar verme konusundaki psikolojik araştırmaların iktisat bilimine katkılarını inceleyen Daniel Kahneman ve ekonomik analizlerde laboratuvar deneylerini kullanarak deneysel iktisadın gelişimine katkıda bulunan Vernon L. Smith 2002 Nobel Ekonomi dl'nü birlikte paylaşmışlardır (The Nobel Foundation, 2002). Bu sayede davranışsal iktisat tekrar yükselişe geçerek popülaritesini artırmıştır. Ancak Kahneman'a göre davranışsal iktisadın kurucu metni, 1980 yılında Richard H. Thaler'in yayınlamış olduğu "Toward a Positive Theory of Consumer Choice" (Olumlu Bir Tüketicisi Seçimi Teorisine Doğru) isimli tüketicisi davranışlarının genel iktisat teorisine aykırı olduğu durumları açıklamaya çalıştığı makalesidir (Kahneman, 2002; Thaler, 1980: 39). Bu süreçte davranışsal iktisat konusunda pek çok çalışma yapmaya devam eden Thaler, davranışsal iktisada yapmış olduğu katkılardan dolayı 2017 Nobel Ekonomi dl'nn sahibi olmuştur (The Nobel Foundation, 2017). Yakın geçmişe kadar bir alan olarak değerlendirilmeyen davranışsal iktisat sayesinde; günümüzde standart iktisadi varsayımları, psikolojik temellere dayandırarak daha sağlıklı tahmin ve analizlerde bulunulacağına ve daha güçlü iktisadi politikalar elde edileceğine inanılmaktadır (Ruben ve Dumluğağ, 2018: 33).

## **2.2. Davranışsal İktisadın Tarihçesi**

Temelde davranışsal iktisadın tarihçesi incelenirken literatürde birinci ve ikinci dönem, erken ve yakın dönem, eski ve yeni dönem gibi sınıflandırmalar mevcuttur. Bu çalışmada davranışsal iktisat erken dönem davranışsal iktisat ve yakın dönem davranışsal iktisat olarak ele alınacaktır.

### **2.2.1. Erken Dönem Davranışsal İktisat**

Davranışsal iktisadın oluşumu ile ilgili ilk net referanslar psikoloji ve iktisat arasındaki ilişkinin artırılmaya çalışıldığı 1960'lı yıllarda ortaya çıkmaya başlamıştır

(Mazur Wierzbicka, 2018: 8). Ancak bu birlikteliğin başlangıcı olarak 18. yüzyıla yani Adam Smith dönemine dönmek mümkündür. Yerleşik iktisat insanı; rasyonel ve bencil bir varlık olarak tanımlamaktadır. Bu anlayışın temeli Adam Smith'in 1776 yılında yayınladığı "Milletlerin Zenginliği" eserine kadar dayanmaktadır. Ancak Smith'in bu eserinde, 1705 yılında Bernard Mandeville tarafından yayınlanan; her bireyin bencil, ahlaksız ve çıkarıcı davranmasının toplumun faydasını maksimize edeceğini anlattığı "Arılar Masalı" isimli eserden etkilendiği görülmektedir (Ruben, 2017: 24-25). Oysa ki Adam Smith'in Milletlerin Zenginliği eserinden önce 1759 yılında yayınlamış olduğu "Ahlaki Duygular Kuramı" eserinde, iktisat ve psikoloji ilişkisine ne kadar hâkim olduğu görülmektedir (Önder, 2018: 27).

Ahlaki Duygular Kuramı eserinde Smith'e göre, insan davranışının belirleyicisi sempati yani diğer insanların gözündeki değerimizken; Mandeville' ye göre bencillik ve çıkarıcılıktır (Ruben, 2017: 30-31). Lakin Smith'in Ahlaki Duygular Kuramı eserinden tam on yedi yıl sonra yayınladığı Milletlerin Zenginliği isimli eserinde benimsediği sempati ilkesine göre hareket eden insan görüşü yerini diğer-insanlarla mübadeleye giren ve çıkar duygusu ile istediğini elde etmeye yönelik bir insan anlayışına bırakmıştır (Ruben ve Dumludağ, 2018: 37).

Mandeville ve Smith ile şekillenen insanın kişisel çıkar dürtüsü, Jeremy Bentham'ın 1789 yılında yayınladığı "Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş" eserindeki faydacılık felsefesi ile tanımlanmaktadır (Ruben, 2017: 34). Yerleşik iktisadın temel taşlarından olan faydacılık felsefesinin kökeni hedonizme (hazcılık) dayanmaktadır (Kirmanoğlu, 2017: 9). Yerleşik iktisatta faydacı felsefenin kurucusu olarak da bilinen Bentham'a göre; toplum yaşamının tümünde en büyük sayının en büyük mutluluğu ilkesi hâkimdir ve her mutluluğun koşulu hazzın varlığı ve acının yokluğu koşuluna dayanmaktadır (Susam, 2019: 29). Bu durumda çıkarı peşinde koşan insanın; kendi faydasını en çoklaştırırken toplumun faydasını da en çoklaştıracığı görüşü, kişisel çıkarların toplumun çıkarları ile uyumsuzluk yaratabileceği göz ardı edilerek yerleşik iktisat teorisine önemli bir ivme kazandırmıştır (Ruben ve Dumludağ, 2015: 6).

Fransız sosyolog Gabriel Tarde'ye göre iktisat psikolojisiyle ilgili incelemeler 1880'li yıllar olan Marshall dönemine dayanır. Tarde, 1881 yılında yayınladığı

makalesinde “ekonomik psikoloji” kavramına yer veren ilk araştırmacı olarak gösterilmektedir (Wärneryd, 1988: 5). İktisat bilimi ile psikoloji biliminin yakın temas haline geçmesinin ana gecikme nedeni psikolojinin bir bilim dalı olarak geç ortaya çıkışıdır. İktisat ve psikoloji ilişkisi neoklasik iktisadın kurucusu olan Alfred Marshall’ın 1890 yılında yayınlamış olduğu “Principles of Economics” (Ekonominin Temelleri) eseri ile daha da güçlenmiştir. Marshall bu eserinde Smith’in soyut ve bencil insan kavramını, üretim ve tüketim faaliyetlerine katılan bir insan kavramına çevirmiştir. Böylece iktisat, sosyal ve beşeri bir yapıya ulaşmış; bu sayede iktisat ve psikoloji biliminin yakın temas kurabilmesinin önü açılmıştır. (Önder, 2018: 27). 1902 yılında Tarde’nin yayınladığı “La Psychologie Economique” (Ekonomik Psikoloji) eserinde iktisadın psikoloji bilimini ihmal etmemesi gerektiği ve üretimin devam etmesi için içinde duyguların bulunduğu bir ekonomik psikolojiye ihtiyaç duyulduğundan bahsetmektedir. Ona göre zenginliklerin yeniden üretilmesi insanların tüketim istek ve inancının var olmasına bağlıdır (Tarde, 2004: 135). Bu görüşler sayesinde iktisat ve psikoloji biliminin yakın temasa geçmesi davranışsal iktisat ekolünün şekillenmesine büyük katkı sağlamıştır.

Bahsedilen tüm düşünürlerin çalışmaları davranışsal iktisatla ilişkili olsa da gerçek anlamda davranışsal iktisat ekolünün doğuşu başka düşünürler sayesinde gerçekleşmiştir. 1949 yılında James Miller’ın Chicago Üniversitesi’nde psikoloji bölümünde Davranış Bilimleri Komitesi kurması ve 1951 yılında Ford Vakfı’nın Davranış Bilimleri Programı’nı oluşturması ile davranışsal iktisat kavramı ekonomik psikoloji ya da psikolojik ekonomi gibi farklı şekillerde olsa da yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Heukelom, 2014: 4). Bu dönemde Harvey Leibenstein, Tibor Scitovsky, George Katona ve Herbert A. Simon gibi düşünürler çeşitli çalışmalar yayınlamışlardır (Camerer ve Loewensein, 2004: 6 ).

1951 yılında Geroge Katona ekonomik psikoloji terimini kullanan ilk düşünür olarak kabul edilmektedir. Çalışmalarında ekonomik psikoloji ve psikolojik ekonomi terimlerini birbirinin yerine kullansa da 1978 yılında yayınladığı eserinden sonra bu kavramların yerine davranışsal iktisat terimini başlıklarında kullanmıştır. (Wärneryd, 1988: 7; Önder, 2018: 28). Davranışsal iktisattan, 1961 yılında Donald P. Ray’in editörlüğünü yaptığı “Trends in Social Science” (Sosyal Bilimlerde

Eğilimler) kitabında, Kenneth E. Boulding'in 1958'de yazmış olduğu ve kitapta yer alan "Contemporary Research in Economics" (İktisatta Çağdaş Araştırma) isimli makalesinde "ekonomik davranış teorisi" olarak bahsedilmiştir (Boulding, 1961: 12). 1958 yılında Harold L. Johnson da "Exploration in Responsible Business Behavior: An Exercise in Behavioral Economics" (Sorumlu İş Davranışında Keşif: Davranışsal Ekonomide Bir Alıştırma) isimli çalışmasında davranışsal iktisat terimini kullanan öncüler arasında yer almaktadır (Johnson, 1958).

George Katona ve Herbert A. Simon birinci kuşak davranışsal iktisadın kurucuları olarak kabul edilmektedir (Hosseini, 2011: 978). Katona'ya göre iktisadi çalışmalarda psikoloji ve sosyoloji gibi pozitif davranış bilimlerinden faydalanmak gerekmektedir (Wärneryd, 1982: 24). Katona iktisadın psikolojik temellerine vurgu yapan; Simon ise insanın bilişsel kapasitesinin karmaşık ve sınırlı bir rasyonelliğe sahip olduğunu öne süren çalışmalarıyla yerleşik iktisat teorisinin rasyonel insan varsayımına karşı çıkmaktadır (Kırmızıaltan, 2021: 15).

Erken dönem davranışsal iktisadın ortaya çıkması ve yükselmesinde büyük rolü olan ve sosyoloji, siyaset bilimi, bilgisayar, işletme ve iktisat gibi pek çok alanda çalışmaları bulunan Herbert A. Simon, davranışsal iktisada yönelik çalışmalarında karar alma mekanizmasını temel almıştır. Simon'un sınırlı rasyonellik, karmaşıklık ve karar alma gibi konulardaki çalışmalarına rağmen 1960'lı yıllara kadar davranışsal iktisat, iktisat literatüründe bir ekol olarak yer edinmemiştir (Ruben ve Dumludağ, 2018: 42-43).

Simon'un 1955 yılında yayınlamış olduğu "A Behavioral Model of Rational Choice" (Rasyonel Seçimin Davranışsal Bir Modeli) çalışması, 1956 yılında yayınlamış olduğu "Rational Choice and The Structure of The Environment" (Rasyonel Seçim ve Çevrenin Yapısı) çalışması ve 1959 yılında yayınlamış olduğu "Theories of Decision-making in Economics and Behavioral Science" (İktisat ve Davranış Bilimlerinde Karar Verme Teorileri) gibi çalışmaları bu konulardaki çalışmalarına örnek gösterilebilir (Simon, 1955; 1956, 1959). Simon konuyla ilgili ilk çalışmalarında yerleşik iktisadın rasyonel insan tanımının yetersizliklerinden bahsetmiş; sonraki çalışmalarında da bu kavramın tamamen ütöpik olduğunu öne sürerek karşı çıkmıştır. O dönemde Simon'un çalışmalarını tamamlayan başka

alışmalar da ortaya çıkmıştır. Markowitz (1952), Allais (1953), Strotz (1955), Schelling (1960) ve Ellsberg (1961) gibi araştırmacılar Simon'un karar verme konusu üzerindeki çalışmalarını temel alarak bireysel karar verme üzerindeki anormallikleri ele alıp çeşitli teorik iyileştirmeler önermişlerdir (Wilkinson ve Klaes, 2012: 14). Simon, iktisadi konulara ilişkin karar verme süreciyle ilgili yapmış olduğu çalışmalarıyla 1978 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü almaya hak kazanmış ve alanla ilgili ilk Nobel ödüllü araştırmacı olmuştur (The Nobel Foundation, 1978).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren davranışsal iktisattaki gelişmeler iktisadi analizlerde deneysel tekniklerin kullanımının yaygınlaşması, bilişsel ve psikolojik faktörlerin karar alma süreci üzerindeki etkilerinin inceleme konusu olması gibi yenilikler sayesinde daha da artış göstermiştir. Bu dönemde Carnegie Mellon Üniversitesi'nden Richard Cyert, James March ve Herbert A. Simon gibi isimler kısıtlı firma davranışı, rasyonellik, karar alma süreci ve simülasyonlar üzerinde çalışmalar gerçekleştirirken; Michigan Üniversitesi'nde önderliğini George Katona'nın yaptığı grup ise iktisat psikolojisi ile ilgili araştırmalara yönelmiş, makroekonomik konular ile tüketici davranışı konularını çalışmışlardır (Ruben ve Dumludağ, 2015: 8).

Bu yeniliklerin iktisadi çalışmalarda yer edinmesi sonucu davranışsal iktisatta yeni bir dönem anlayışı ortaya çıkmıştır. Davranışsal iktisatta yakın dönem olarak adlandırılan bu evre erken dönem davranışsal iktisattan farklılık göstermektedir. Erken dönem davranışsal iktisatçıları yerleşik iktisat teorisinin rasyonalite anlayışına tamamen karşı çıkıp bu anlayışı terk etmeyi önerirken; yakın dönem davranışsal iktisatçılar var olan standart iktisat teorisini referans alıp mevcut rasyonalite anlayışını iyileştirmeye çalışarak yerleşik iktisat teorisini geliştirmeyi önermişlerdir (Kırmızıaltan, 2021: 37). Bir sonraki başlıkta yakın dönem davranışsal iktisattan ayrıntılı bir şekilde bahsedilecektir.

### **2.2.2. Yakın Dönem Davranışsal İktisat**

1970'li yıllar itibariyle davranışsal iktisatla ilgili yapılan çalışmaların teknolojide yaşanan gelişmeler ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşması gibi etkenler sayesinde gelişmesi ve yaygınlaşması alanın hızlı bir ilerleme kaydetmesine katkı

sağlamıştır. 1978 yılında Herbert A. Simon'un iktisadi konulara ilişkin karar verme süreciyle ilgili çalışmasının Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmesinin ardından alana en büyük katkıları psikolog Daniel Kahneman ve psikolog Amos Tversky'nin 1974 yılında Science dergisinde yayınladıkları "Judgment under Uncertainty: Heuristics and Bias" (Belirsizlik Altında Yargı: Sezgisel Yöntemler ve Önyargı) çalışması, 1979 yılında prestijli ve teknik bir ekonomi dergisi olan Econometrica'da yayınlanan "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk" (Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk) çalışması ile 1980 yılında iktisatçı Richard Thaler'in "Toward a Positive Theory of Consumer Choice" (Olumlu Bir Tüketici Seçimi Teorisine Doğru) isimli çalışması sağlamıştır (Wilkinson ve Klaes, 2012: 14; Ruben ve Dumludağ, 2018: 45).

Kahneman ve Tversky bu çalışmaları ile yazına karar alma sürecinde insanları etkileyen çeşitli problemleri inceleyerek beklenti teorisi (prospect theory), referans noktası (reference point), zarardan kaçınma (loss aversion), beklenen fayda teorisi (expected utility theory), fayda ölçümü ve öznel olasılık yargılamaları (subjective probability judgements), çerçeveleme etkisi (framing effect); İktisatçı olan Thaler ise psikoloji bilimiyle ilgilenerek iktisadi çalışmalara zihinsel muhasebe (mental accounting), irade (self-control), sahiplik/mülkiyet etkisi (endowment effect) ve batık maliyet etkisi (sunk cost effect) gibi kavramları kazandırmışlardır (Tversky ve Kahneman, 1974; Kahneman ve Tversky, 1979; Thaler, 1980).

Bu yeni yaklaşımın erken dönemden farkı, rasyonel insan anlayışını koruyarak bilişsel sapma ve kısıtlara yönelik varsayımları revize edip aykırılıkları alternatif teorilerle açıklamaya çalışmasıdır (Kahneman, 2003: 1449; Tversky ve Kahneman, 1986: S273). Bu dönemde davranışsal iktisatla ilgili çalışma yapan araştırmacıların sayısı artmıştır. Colin Camerer, George Loewenstein, Matthew Rabin gibi isimler karar alma, tüketici tercihleri, tasarruf modelleri ve finansal piyasalar gibi pek çok alana katkı sağlayıcı çalışmalar gerçekleştirmişlerdir (Ruben ve Dumludağ, 2018: 47).

1980'li yıllardan itibaren davranışsal iktisat daha da kurumsallaşmış, alanla ilgili çalışmaların yayınladığı dergiler ve gerçekleştirilen konferansların sayısı hızla artış göstermiştir. 1980 yılında "Journal of Economic Behavior and Organization"

(Ekonomik Davranış ve Organizasyon Dergisi), 1981’de “Journal of Economic Psychology” (Ekonomik Psikoloji Dergisi) dergileri ve 1982’de “Society for the Advancement of Behavioral Economics” (Davranışsal İktisadın Gelişimi Derneği) topluluğu kurulmuş; 1984 yılında davranışsal iktisat üzerine ilk “Annual Conference on Behavioral Economics” (Davranışsal Ekonomi Üzerine Yıllık Konferans) organizasyonu gerçekleştirilerek, 1985 yılında “The Behavioral Foundations of Economic Theory” (İktisat Teorisinin Davranışsal Temelleri) başlıklı konferans gerçekleştirilmiştir (Sent, 2004: 744). Yine bu dönemde davranışsal iktisatla ilgili temel kitaplar ve derleme eserler yayınlanmıştır. 1986 yılında Benjamin Gilad ve Stanley Kaish tarafında yayınlanan “Handbook of Behavioral Economics” (Davranışsal Ekonomi El Kitabı) ve 2004 yılında Camerer, Loewenstein ve Rabin’in derlediği “Advances in Behavioral Economics” (Davranışsal Ekonomideki Gelişmeler) eserleri başlıca eserler arasında yer almaktadır (Ruben ve Dumludağ, 2018: 48). İlk yayınlanan makaleler ve çıkan dergiler davranışsal iktisat araştırmacıları için bir rehber niteliği oluşturmuş, 1997 yılına gelindiğinde saygın ekonomi dergilerinden “Quarterly Journal of Economics” (Üç Aylık Ekonomi Dergisi) de davranışsal iktisat için özel bir sayı yayınlamıştır (Camerer, Loewenstein ve Rabin, 2004: 7).

Zamanla davranışsal iktisatla ilgili yapılan çalışmalar saygın ve önemli kuruluşlar tarafından ödüllendirilmeye başlanmıştır. 1999 yılında Andrei Shleifer; finans piyasalarını rasyonellik, fiyat uyarlaması gibi çeşitli konularda eleştirdiği çalışmasıyla Amerikan Ekonomi Kurumu tarafından verilen John Bates Clark Ödülü’nü almaya hak kazanmıştır (Shleifer ve Vishny, 1997; American Economics Association, 1999). Matthew Rabin de 2001 yılında psikolojik bulguları iktisadi modellere entegre ettiği çalışmalarıyla aynı ödülün sahipçisi olmuştur (American Economic Association, 2001).

21. yüzyıla gelindiğinde iktisat ve psikolojinin entegre olduğu davranışsal iktisat çalışmalarının sayısı önemli ölçüde artış göstermiştir. 2001 yılında George A. Akerlof, Michael Spence ve Joseph Stiglitz asimetrik bilgi koşullarında piyasaların işleyişi konusundaki çalışmalarıyla Nobel Ekonomi Ödülü’nü almaya hak kazanmıştır. (The Nobel Foundation, 2001). “Behavioral Macroeconomics and

Macroeconomic Behavior” (Davranışsal Makroekonomi ve Makroekonomik Davranış) başlıklı Nobel konuşması ve makalesinde adil olma, kimlik, sürü psikolojisi, karşılıklılık, para yanılması ve kayıptan kaçınma gibi kavramlara değinen George A. Akerlof, makro iktisadın davranışsal iktisadı temel alması gerektiğini savunmuştur (Akerlof, 2003: 37).

2002 yılında psikolog Daniel Kahneman ve iktisatçı Vernon L. Smith Nobel Ekonomi Ödülü’nün sahipleri olmuştur. Ödül Kahneman’ın ekonomide belirsizlik altında karar alma davranışlarını incelediği çalışması ve Smith’in deneysel iktisadi analizlerde, özellikle alternatif piyasa mekanizmalarını incelerken laboratuvar deneylerini iktisada entegre ettiği çalışmasıyla ikili arasında paylaştırılmıştır (The Nobel Foundation, 2002).

2017 yılında Richard H. Thaler, davranışsal iktisada yaptığı katkılardan dolayı Nobel Ekonomi Ödülü’nü almaya hak kazanmıştır (The Nobel Foundation, 2017). Thaler ve Cass R. Sunstein, “Dürtme (Nudge) Sağlık, Zenginlik ve Mutluluk İçin Alınan Kararları Geliştirmek Üzerine” isimli kitabında davranışsal iktisadın kamu politikaları yapımında kullanılabileceğini gösteren örneklerle politika yapıcılara yol gösterici bir nitelik taşımaktadır (Thaler ve Sunstein, 2018).

Günümüzde davranışsal iktisat; makro ve mikro iktisat, finans piyasaları, tüketici davranışları ve pazarlama gibi pek çok alanda faydalanan bir ekol olarak karşımıza çıkmaktadır. Davranışsal iktisadın özellikle değindiği eksik bilgi, sınırlı bilişsel kapasite ve irrasyonel seçimler yerleşik iktisat teorisinin dikkate alması gereken kısıtlar olarak ele alınmaktadır. 21. yüzyılın başlangıcından itibaren alana yönelik yayınların çoğalması ve yapılan çalışmalarla Nobel ödülü alan araştırmacıların sayısının artması, alanla ilgili düzenlenen çalıştay, kongre ve konferansların yaygınlaşması gibi etmenler davranışsal iktisadın gelişmesine daha da katkı sağlamaktadır.

### **2.3. Davranışsal İktisadın Amacı ve Önemi**

Erken ve yakın dönem davranışsal iktisat incelendiğinde erken dönem davranışsal iktisatçıların yerleşik iktisat teorisini reddederek yeni bir ekol arayışında oldukları; yakın dönem davranışsal iktisatçıların ise var olan teorinin davranışsal

iktisadın katkılarıyla geliştirilmesini öne sürdükleri görülmektedir. Günümüzde iktisadi hamlelerin daha iyi anlaşılması ve yorumlanması için faydalanan davranışsal iktisat, ekonomi ve kamu politikaları yapımının pek çok alanında kullanılmaktadır.

Davranışsal iktisat çalışmalarında insan zihninin düşünce sürecindeki çeşitli bilişsel yanlılıklarından (cognitive bias) faydalanılmaktadır. Psikolojinin bir dalı olan bilişsel bilim çalışmalarında 200'den fazla bilişsel yanlılık tespit edilmiştir (Benson, 2016). Bu bilişsel yanlılıklardan sosyal bilimlerin pek çok alanında faydalanılmaktadır. Bilişsel yanlılıkların ekonomide ve kamu politikalarında etkin kullanımı sayesinde bireylerin karar, davranış ve seçimlerinin yönlendirilmesiyle davranışsal iktisat ve davranışsal maliye çalışmaları çeşitlilik kazanmıştır. Bu çeşitlilik ekonomi ve kamu politikalarının pek çok alanında gerek sosyal gerekse iktisadi kararların yönlendirilmesi ve etkinleştirilmesi için büyük fırsatlar sunmaktadır. Bireysel emeklilik sistemine yönlendirme, obezite ve sigarayla mücadele, organ ve kan bağışını artırma, enerji tasarrufuna yönlendirme, vergi uyumunu artırma, tüketici tercihlerini yönlendirme, finansal alışkanlıkları değiştirme gibi pek çok konuda yapılan çalışmalar buna örnek gösterilebilir. İnsanların seçim, karar ve davranışlarının etkinleştirilmesiyle iktisadi ve sosyal konularda uygulanacak yöntem ve politikalarından en yüksek fayda elde edilebilmektedir.

Davranışsal iktisada olan ilginin ve yapılan çalışmaların hızla artması, alana yönelik yayın ve konferansların artarak araştırmacılara verilen ödüllerin çoğalması alanın önemini ortaya koymaktadır. Günümüzde psikolojik temellere dayalı model ve varsayımların iktisadi davranışları daha sağlıklı analiz ederek güçlü tahminler ortaya çıkaracağı ve daha iyi iktisat politikaları ortaya koyabileceği düşünülmektedir (Ruben ve Dumludağ, 2018: 33). Hızla gelişen ve önem kazanan bir alan olması ve bilişsel yanlılıkların bireylerin algılarını yönlendiren bir yapıya sahip olduğunun fark edilmesi iktisadi çalışmalarda davranışsal araçlardan faydalanılması gerekliliğini gözler önüne sermektedir.

## **2.4. Davranışsal İktisatla Bağlantılı Diğer Disiplinler**

Pek çok alanda olduğu gibi davranışsal iktisat da çeşitli disiplinlerden etkilenmekte ve faydalanmaktadır. Davranışsal iktisadın etkilendiğı temel disiplinler olarak psikoloji, deneysel iktisat, nöroiktisat, davranışsal finans ve oyun kuramı karşımıza çıkmaktadır.

### **2.4.1. Psikoloji**

Psikoloji bilimi davranışsal iktisadın oluşumunda en büyük rolü oynayan alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Davranışsal iktisat ortaya çıkmadan evvel iktisat ve psikolojinin ilişkili olduğu çalışmaların alanı “ekonomik psikoloji” ya da “psikolojik ekonomi” isimleriyle adlandırılmıştır. Literatürde iki terimin birbirinin yerine kullanıldığı durumlar mevcuttur.

Ekonomik psikoloji, ana akım iktisatçılar tarafından insan ilişkileri, güven, anti-sosyal davranışlar gibi psikolojik konuların kısıtlı optimizasyon ya da oyun teorisi gibi kuramlarla modellenebileceğı bir kavram olarak görölmektedir. Psikologlara göre ise ekonomik psikoloji, davranışsal psikoloji deneylerindeki insan ve hayvan tepkilerinin anlaşılmasında ekonomik kavramların uygulanması olarak tanımlanmaktadır. Diğer kavram olan psikolojik iktisat ise davranışsal iktisadın yerine kullanılmıştır (Earl, 2005: 910-911).

İktisat ve psikoloji biliminin ortak inceleme konusu olan insan davranışları davranışsal iktisadın temel inceleme alanını ortaya koymaktadır. Yerleşik iktisadın iktisadi çalışmalarda psikolojik ve sosyolojik faktörleri de inceleme konusu yapması rasyonel insanın bilişsel sapma ve kısıtlarını açıklayarak daha etkin analizler yapılma imkânını oluşturmuştur. Temelde psikoloji ve iktisadın entegre olmasıyla ortaya çıkan davranışsal iktisat, ekonomideki insan davranışlarını psikolojik temellere dayandırarak daha gerçekçi ve güçlü tahminler ortaya koyabilmektedir.

### **2.4.2. Deneysel İktisat (Experimental Economics)**

20. yüzyıla kadar iktisat bilimi, astronomi ve meteoroloji bilimlerinde olduğu gibi gözleme ve yoruma dayanan bir bilim dalı olarak ele alınmıştır (Smith, 1976: 274). Ancak 19. yüzyıl itibariyle psikoloji biliminde kullanılmaya başlanan deneysel yöntemler, teorik çalışmalara ait verilerin doğruluğunun ölçülebilmesi ve

gerektiğinde tekrar edilebilir olması sayesinde iktisat biliminin de ilgisini çekmiştir. İlk psikolojik deney çalışması 1897 yılında Wilhelm Wundt tarafından Almanya Leipzig’de kurulmuş olan laboratuvarda gerçekleştirilmiştir (Karakelle, 2022: 9). İktisat biliminde yapılan ilk deneysel çalışma ise 1940’lı yıllarda Edward Chamberlin’in Harvard Üniversitesi lisansüstü öğrencilerine yaptığı piyasa deneyleri olarak kabul edilmektedir (Saral, 2018: 341-342).

Deneysel iktisat; disiplinlerarası bir alt dal olduğundan psikoloji, sosyoloji, nöroloji, bilgisayar bilimleri ve bilişsel bilim gibi bilim dallarıyla ilişkili olarak karar vericilerin iktisadi kararlarını gözlemlemeyi amaçlamaktadır (Aydın ve Ağan, 2017: 47). Bu sayede deneysel iktisat, iktisadi çalışmalarda alternatif bir metot olarak kullanılmanın aksine; tamamlayıcı ve katkı sağlayıcı bir işleve sahip olmuştur (Soydal, Mızrak ve Yorgancılar, 2010: 220). 20. yüzyılın ortalarından itibaren iktisat ve psikoloji biliminin entegre olduğu çalışmaların artması sayesinde davranışsal iktisat ortaya çıkmış; bu çalışmalarda da deneysel yöntemlerin kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır.

Kontrollü saha veya laboratuvar ortamlarında karşılıklı etkileşim içerisinde insan tutum ve davranışlarını inceleyen deneysel iktisat, davranışsal iktisat teori ve modellerinin en önemli test etme yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Akın ve Urhan, 2010: 20). 2002 yılında Vernon L. Smith laboratuvar deneylerini iktisada entegre ettiği çalışmaları sayesinde Nobel Ekonomi Ödülü’nü almaya hak kazanmıştır (Nobel Foundation, 2002). Bununla birlikte 2011, 2013, 2017, 2019, 2020 ve 2021 yılında verilen Nobel Ekonomi Ödülleri de deneysel yöntemler içeren çalışmalara verilmiştir (The Nobel Foundation).

### **2.4.3. Nöroiktisat (Neuroeconomics)**

Nöroiktisat iki ayrı topluluğu aynı anda etkileyen bir dizi faktörlerin örtüşmesi sonucu ortaya çıkan bir daldır. Bir grup davranışsal iktisatçı ve bilişsel psikolog, neoklasik tercih teorilerini test ederek geliştirebilmek için işlevsel beyin görüntülerini incelemiştir. Diğer bir grup olan bilişsel sinirbilimci ve fizyologlar ise sinir ağlarının algoritmik modellerini test edip geliştirebilmek adına ekonomik seçim teorilerinden faydalanmıştır. Bu iki farklı topluluğun ortak bir hedef için geliştirdiği

alışmalar vasıtasıyla disiplinlerarası bir alan olan nöroiktisat ortaya çıkmıştır (Glimcher vd., 2009: 7).

Genel itibariyle nöroiktisat, iktisadi insan varsayımını sorgulamak amacıyla bireylerin iktisadi tercihlerini nroobilim tekniklerini kullanarak inceleyen bir dal olarak tanımlanmaktadır (Demirel ve Artan, 2016: 2). Bir yanda 1930’lu yıllardan itibaren şekillenen neoklasik iktisadın, iktisadi modellerde insan davranış ve tercihlerini açıklamada yetersiz kalması; diğerk yanda 1990’lı yıllardan itibaren bilişsel nroobilim alanında teknolojik gelişmelerin artmasıyla insan beyninin çalışma prensibinin farklı yöntemlerle incelenebilmesi nroiktisadın oluşumunda büyük rol oynamıştır. PET (pozitron emilim tekniği), f-MRG (fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme), EEG (elektroensefalografi), TMI (transkraniyal magnetik görüntüleme) gibi beyin görüntüleme yöntemleri, fizyolojik ve psikofiziksel araçlarla yapılan gözlem ve ölçümler, genetik testler, hormon ölçümleri gibi biyolojik ölçüm yöntemleri nroiktisadi çalışmalarda kullanılmaktadır (akar ve Neyse, 2018: 407-413).

Davranışsal iktisadın karar ve tercihleri incelerken deneysel iktisattan faydalanması, nroiktisadi davranışsal iktisatla ilişkili kılmaktadır. İktisadi karar alma ve tercih süreçlerini inceleyen davranışsal iktisat çalışmaları için yapılan deneylerde, beyinin müdahalesiz bir şekilde görüntülenebilmesini sağlayan çeşitli nöroiktisat yöntemlerinden de önemli ölçüde faydalanılmaktadır.

#### **2.4.4. Davranışsal Finans (Behavioural Finance)**

Davranışsal finans; yatırımcıların karar alma sürecinde istatistiki ve matematiksel analizlerin aksine, psikolojik ve sosyolojik bulgulardan etkilendiğini ortaya koyan bir daldır (Shiller, 2003: 83). Yatırımcıların rasyonel olduğunu varsayan geleneksel finansın aksine davranışsal finanstaki psikolojik, duygusal, sosyolojik ve bilişsel açılardan yatırımcıların gerçekte nasıl davrandığı inceleme konusudur. Yatırımcıların karar alırken piyasa koşullarındaki bilgi yerine; inançları ve irrasyonel tercihlerine yönelmesi akılcı ve kendi çıkarı doğrultusunda hareket eden insan varsayımını çürütmektedir.

Yatırımcıların kazanma ve kaybetme noktasında karar vermelerinin en belirleyici unsuru kendi davranışlarıdır (Göçer ve Karaca, 2019: 8). Bu noktada ortaya çıkan davranışsal finans, yatırımcı davranışlarının etkilendiği noktaları inceleyerek finans piyasalarındaki fiyat hareketlerinin daha iyi anlaşılabilmesine katkı sağlamaktadır (Doğan ve Faikoğlu, 2016: 9). Davranışsal finansın ana temeli Daniel Kahneman ve Amos Tversky tarafından ortaya atılan risk ve belirsizlik altında karar verme davranışını inceleyen beklenti teorisi kuramına dayanmaktadır (Aydın ve Ağar, 2017: 48-49). Yatırımcıların aşırı güven ve kayıptan kaçınma gibi ön yargılara sahip olması alınacak kararları yanlış yönlendirebilmektedir. Aşırı güven, yatırımcının yapmayı planladığı bir yatırımda getiri ve risk üzerindeki beklentilerini olması gerekenden daha fazla artırabilmektedir. Kayıptan kaçınma durumunda ise yatırımcılar kayıplarına kazançlarından daha fazla değer atfettiğinden piyasada belirlenen referans fiyata göre kayıp yaratan varlıkları ellerinde tutup kazanç sağlayan yatırımlarıysa satma eğilimi göstermektedir (Yönder, 2018: 168, 177).

İktisadi karar ve tercihlerinde insanların her zaman rasyonel olmadığını; pek çok psikolojik, sosyolojik, bilişsel ve içsel faktörden etkilendiğini ortaya koyan davranışsal iktisat, bu noktada davranışsal finans ile iç içedir. Davranışsal finans çerçevesinde finans alanında yatırımcıların kararlarını incelemek için yapılan çeşitli deney ve çalışmalarda, tıpkı davranışsal iktisattaki gibi bireylerin bu faktörlerden etkilenecek karar aldığı görülmektedir. Bu açıdan davranışsal finans, davranışsal iktisadın finans kolundaki çalışmalarını içeren bir alt dal olarak değerlendirilebilir.

#### **2.4.5. Oyun Teorisi (Game Theory)**

Oyun teorisi; rekabet, belirsizlik ve eksik bilgi koşullarında farklı amaç ve çıkarları olan iki ya da daha fazla oyuncunun karşı tarafın stratejilerini göz önüne alarak karar verme durumlarını inceleyen matematiksel bir yaklaşımdır (İnci Kuzu ve Karakaş, 2021: 126). Disiplinlerarası bir yaklaşım olan oyun teorisi gerekli verileri elde etmek için deneysel yöntemlerden sıklıkla faydalanmaktadır. Davranışsal yaklaşım çerçevesinde oyun teorisinde; tercihler, bilgi, inanç ve beklentiler gibi mikro temellerin, matematiksel biçimsellikten ayrılmadan psikolojik faktörlerin modellere dahil edildiği bir yaklaşımdır (Akın ve Urhan, 2018: 283).

Oyun teorisinde oyuncuların dikkatli bir şekilde gözlemlenmesinden ziyade yaptıkları iç gözlem ve tahminleri önemlidir (Camerer, 2003: 3). Oyuncular alacakları kararların birbirinin refahını etkileyeceğinin bilincindedir. Bu nedenle iktisadi kararlarda oyuncuların rasyonel davranması beklenmektedir. Ancak durum her zaman bu şekilde işlemeyebilir. Oyuncular birbirinin davranışları ya da stratejileri hakkında sınırlı bilgiye sahip olabilmektedir. Bu durumda uygulayacakları stratejiler ya da olası sonuçlar hakkında tahmin yürütmeleri gerekmektedir (Demiröz, 2021: 224). Oyun teorisinde; ultiatom oyunu, diktatör oyunu, kamu malı oyunu, güven oyunu, tekrarlı oyunlar ve koordinasyon oyunları gibi çeşitli oyun yöntemleri ile deney düzeneklerini oluşturulmaktadır (Akın ve Urhan, 2018: 289-313). Bu oyun yöntemlerinde oyuncular arasında çatışma ve iş birliği olasılıkları mevcuttur.

Oyuncuların sınırsız rasyonellik çerçevesinde, içinde bulunduğu stratejik durumu doğru şekilde anlayarak, tamamen şahsi çıkarlarını gözeterek hareket etmesi beklenmektedir. Bu varsayımlar altında belirli durumlarda teorik oyun tahminleri başarılı olsa bile bazı durumlarda tutarsız sonuçlar ortaya çıkabilmektedir (Akın ve Urhan, 2018: 284). Bu deney düzeneklerinde psikolojik ve davranışsal yöntemlerin kullanımı ve oyuncuların gözlemlenmesiyle davranışsal iktisatta olduğu gibi insanların gerçekte nasıl davrandığı ve kararlarında ne kadar rasyonel olduğu inceleme konusu olmaktadır.

## **2.5. Davranışsal İktisatla İlgili Temel Kavramlar**

Davranışsal iktisat alanında faydalanılan bazı temel kavramlar mevcuttur. Aşağıda sırasıyla bu dört temel kavrama değinilmiştir.

### **2.5.1. Beklenen Fayda Teorisi**

Fayda yaklaşımı, insanların herhangi bir mal veya hizmet satın alacağı zaman, o mal veya hizmetten elde edeceği faydayı düşünerek karar vermesine dayanmaktadır. Beklenen fayda teorisinin temeli 1738 yılında Daniel Bernoulli'nin paranın psikolojik değeri ya da çekiciliğini (kavram günümüzde fayda olarak tanımlanmaktadır) inceleyen çalışmasına kadar dayanır (Kahneman, 2019: 315). Tüketicilerin amacının beklenen fayda maksimumu olduğu görüşü faydacılığın öncüsü olan Jeremy Bentham'la şekillenmeye başlamıştır (Bentham, 1789). John

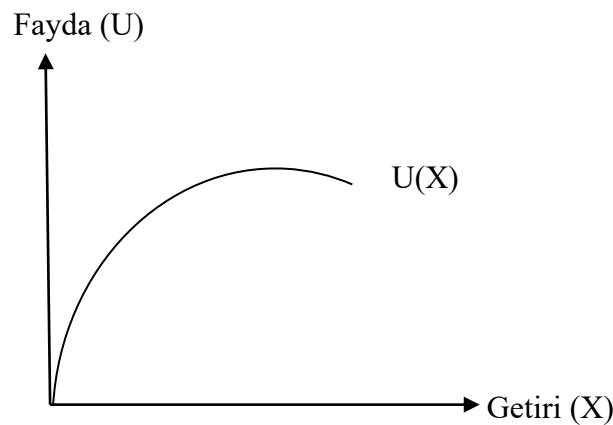
Von Neumann ve Oskar Morgenstern'in beklenen fayda teorisi ise insanların o mal veya hizmeti alırken gelecekte elde edeceği faydayı hesaplayarak karar vermesi olarak tanımlanmaktadır (Von Neumann ve Morgenstern, 2004; Şener, 2015: 38). Burada fayda kavramının başına eklenen “beklenen” terimi, ertelenen bir risk ya da belirsizlik unsurunu ima etmektedir (Wilkinson ve Klaes, 2012: 86). Beklenen fayda teorisine göre insanlar, karar verirken seçenekleri arasında en yüksek beklenen faydayı sağlayacak olan seçeneği tercih etmelidir.

Beklenen fayda teorisi 1979 yılında Kahneman ve Tversky tarafından ortaya atılan beklenti teorisine kadar risk ve belirsizlik altında karar verme konusunda faydalanılan bir teori olmuştur. Bernoulli'nin modelinde beklenen fayda teorisi;

$$BF = \sum_{i=1}^n u(x_i)p_i \quad \text{şeklinde gösterilmektedir.}$$

Burada  $p_i$ ,  $x_i$  sonucunun meydana gelme olasılığını,  $u(x_i)$  ise  $x_i$  sonucunu elde etmenin faydasını göstermektedir. Bernoulli, insanların belirli bir miktar paraya ekonomik durumu kötüyken ekonomik durumunun iyi olduğu zamana göre daha fazla değer atfettiği sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle insanların serveti arttıkça o paradan elde ettiği marjinal fayda da azalmaktadır (Trepel, Fox ve Poldrack, 2005: 35-36). Marjinal fayda azaldığından ortaya aşağıdaki gibi içbükey bir fayda fonksiyonu çıkmaktadır.

**Grafik 2.1 :** Beklenen Fayda Teorisinde Fayda Fonksiyonu



**Kaynak:** Aydın ve Ağan, 2017: 15.

Beklenen fayda teorisi üç temel ilkeye dayanmaktadır. Bu ilkeler; beklenti, varlık entegrasyonu ve riskten kaçınma ilkeleridir (Kahneman ve Tversky, 1979: 263-264).

**Beklenti ilkesi;** bir olasılığa ait toplam faydanın, o olasılığın beklenen faydasına eşit olmasıdır.

**Varlık entegrasyonu ilkesi;** beklenen fayda teorisine bir olasılığın kabul edilebilmesi için; o olasılığın, kişinin sahip olduğu varlıklarla birleşmesi durumunda ortaya koyacağı faydanın, o olasılığı tercih etmeden önceki faydasını aşması gerektiğidir. Bu ilkeye göre fayda fonksiyonunun kapsamı, kazançlar ya da kayıplardan ziyade kişinin nihai varlık durumudur.

**Riskten kaçınma:** İnsanlar riskli olasılıklar yerine, sonucu belirli olan olasılıkları tercih etmektedir. Bu nedenden dolayı beklenen fayda teorisine göre fayda fonksiyonu içbükey bir yapıdadır.

Bu uzun ömürlü teori son değişim durumunu ve referans noktasını hesaba katmadığı için Kahneman tarafından hatalı bir teori olarak düşünülmektedir. Aşağıda Bernoulli'nin teorisinin eksikliklerini kanıtlayan örnekler verilmiştir (Kahneman, 2019: 17-320).

### **Örnek 1:**

Ali ve Ayşe bugün 5 milyon TL'lik bir varlığa sahip olacaktır. Ancak dün Ali'nin 1 milyon, Ayşe'nin ise 9 milyon TL'si mevcuttu. Hem Ali hem de Ayşe eşit derecede mutlu mudur ve elde ettikleri fayda aynı mıdır?

Bernoulli'nin teorisine göre insanların varlıklarının faydasına göre mutluluk seviyeleri belirlenmektedir. Bu noktada ikisi de aynı varlığa sahip oldukları için eşit derecede mutlu olmaları gerekmektedir. Ancak burada mutluluk seviyesini belirleyen şu anki varlık durumları değil, varlıklarındaki son değişim durumudur.

### **Örnek 2:**

Mert'in şu anki varlığı 1 milyon TL, Merve'nin şu anki varlığı ise 4 milyon TL'dir. İkisine de biri riskli ve diğeri kesin iki seçenek arasında tercih yapma şansı sunulmaktadır.

**Riskli seçenek;** sonuç olarak eşit olasılıkla 1 milyon lira ya da 4 milyon liraya sahip olmak

**Kesin seçenek;** kesin olarak 2 milyon liraya sahip olmak

Mert için bu seçenekler varlığını kesin olarak ikiye katlamakla aynen korumak arasındaki farktan ibarettir. Merve içinse varlığının kesin olarak %50'sini ya da %75'ini kaybetmek arasındaki farktır. Bu noktada Mert olayı kazançlara bakarak değerlendirirken, Merve ise kayıplarını ön planda tutmaktadır. Bernoulli'nin modelinde referans noktası fikri eksik olduğu için beklenen fayda, Mert için kârlı, Merve içinse kötüdür. Bu nedenle model Mert'in her koşulda kârlı olacağı için riskten kaçınarak kesin sonucu seçmesini açıklayabilmektedir. Ancak Merve'nin risk alarak %50 şans ile 4 milyon TL'sini elde tutma girişimini açıklayamamaktadır.

Teoriyi inceleyince bu tip hataların farkına varan Kahneman ve Tversky, Bernoulli'nin insan psikolojisini hesaba katmayan ve insanları her koşulda rasyonel hareket ettiğini varsayan beklenen fayda teorisine alternatif olarak, belirsizlik ve risk altında karar vermeye yönelik beklenti teorisini geliştirmişlerdir.

### **2.5.2. Beklenti Teorisi**

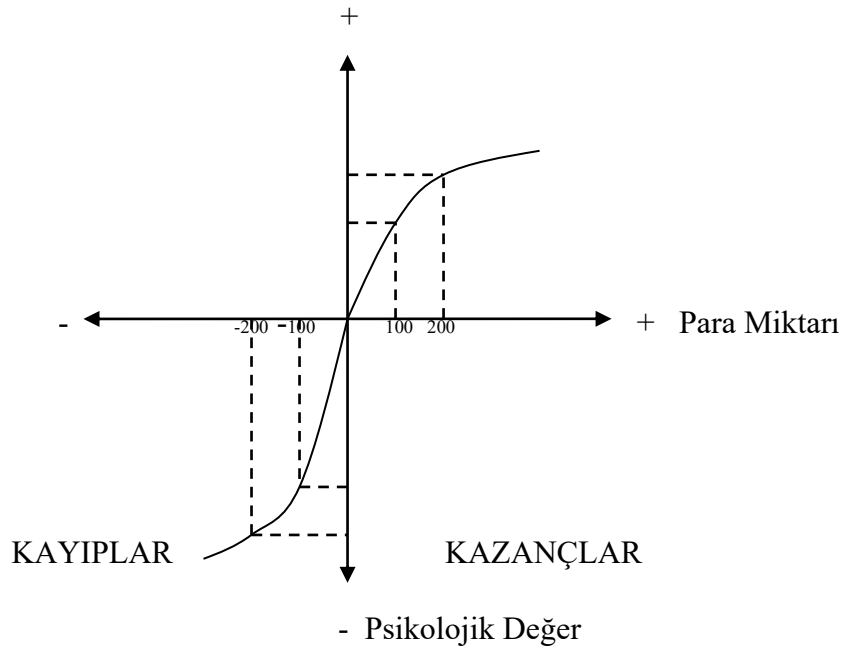
Kahneman ve Tversky tarafından 1979 yılında "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk" isimli çalışmayla öne sürülmüş olan beklenti teorisinde; insanların sosyal, psikolojik ve duygusal eylemlerinin iktisadi karar alma sürecinde önemli bir yeri olduğu ifade edilmektedir. Beklenti teorisi davranışsal eğilimleri, insanları sistematik olarak gerçekleştirecekleri rasyonel davranışlardan uzaklaştıran bir aktör olarak görmektedir (Aydın ve Ağan, 2017: 49).

Beklenti teorisinde, seçeneklerin insanlara sunulmuş şekline göre insanların verdikleri cevapların değiştiği görülmüştür. Bir olaya ait seçeneklerde, kazanç ya da kayıpların vurgulanması insanların o olaya dair tercihlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Doğan ve Faikoğlu, 2016: 5). İzolasyon etkisi olarak adlandırılmış olan bu eğilim, aynı seçenekler farklı şekillerde sunulduğu zaman tutarsız tercihlere yol açabilmektedir. Kesinlik etkisinde ise; insanlar kesin kazanç sunan tekliflerde riskten kaçınmaya, kesin kayıplara neden olabilecek seçeneklerdeyse risk almaya meyilli olmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979: 263). Kahneman ve Tversky'ye

göre beklenti teorisinin merkezinde mali sonuçların değerlendirilmesinde çok önemli rol oynayan üç bilişsel özellik bulunmaktadır. Bunlar (Kahneman, 2019: 325-326);

1. Mali sonuçların kazanç ya da kayıp durumunu belirleyebilmek için referans noktası gereklidir. Referans noktasının üzerinde olan sonuçlar kazançları, referans noktasının altında kalan sonuçlar ise kayıpları temsil etmektedir.
2. Varlık değişimleri ve duyusal boyutlara ait değerlendirmelerde azalan duyarlılık ilkesi geçerlidir. Örneğin; 900 lira ile 1000 lira arasındaki öznel fark, 100 lira ile 200 lira arasındaki öznel farktan daha küçük bir değere sahiptir.
3. Mali seçeneklerde riskten kaçınmak gerekmektedir. Birbirleriyle kıyaslandıklarında kayıplar kazançlardan daha büyüktür ve kayıplara kazançlardan daha fazla değer atfedilir.

**Grafik 2.2 : Beklenti Teorisinde Kayıp ve Kazançların Değeri**



**Kaynak:** Kahneman, 2019: 326.

Beklenti teorisinde bireyler fayda yerine değer fonksiyonunu kullanmaktadır. Değer fonksiyonunda bireyler baz aldıkları referans noktasına göre meydana gelecek olan değişimleri dikkate almaktadır. Grafikte “S” şeklinde görülen bu değer fonksiyonu, kazançlar ve kayıplar için azalan duyarlılık seviyesini temsil etmektedir. Bu eğri simetrik bir yapıya sahip değildir. Grafikte görüldüğü üzere kayıpların yarattığı psikolojik etki, kazançların yarattığı etkiye göre daha fazla olmaktadır (Kahneman, 2019: 327). İnsanlar kayıplara, kazançlardan daha fazla değer atfettikleri için genel olarak kayıptan kaçınma eğilimi göstermektedir.

Beklenti teorisi insanların karar verme sürecini düzenleme ve değerlendirme olarak ikiye ayırmaktadır. Düzenleme aşamasında karar verilecek seçenekler kolay ve anlaşılır bir hâle getirilerek özetlenmektedir. Değerlendirme aşamasındaysa ilk aşamada özetlenmiş olan seçenekler arasından tercih yapılmaktadır. Burada karar verme sürecini etkileyen önemli etmenlerden biri karar ağırlıklıdır. Karar ağırlıkları bahis durumundaki ihtimalleri nasıl algıladığımızı göstererek gerçek ihtimallerle tutarsız olabilmektedir. Milli piyango kazanmak gibi düşük ihtimalleri gerçekte olduğundan daha olasıymış gibi algılamak bu duruma örnek olarak gösterilebilir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 28).

Beklenti teorisiyle bilişsel ve duygusal yanlılıkların, sosyolojik etmenlerin iktisadi karar alma sürecindeki etkilerini inceleyen çalışmalar önem kazanmıştır. Tversky ve Kahneman, Beklenti Teorisi’ni geliştirerek “Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty” (“Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty) isimli bir çalışma daha yayınlamışlardır (Tversky ve Kahneman, 1992: 297). Bu sayede karar alma mekanizmalarını konu alan iktisadi çalışmalar, beklenti teorisinin getirilerinden faydalanarak davranışsal ve deneysel iktisat çalışmalarının artmasına önemli katkı sağlamıştır.

### **2.5.3. İkili Sistemler**

Kahneman, ikili sistemleri açıklarken Keith Stanovich ve Richard West’in 1. sistem ve 2. sistem olarak önerdiği terimlerden faydalanmaktadır (Stanovich ve West, 2000: 658). İnsanların düşünme biçimlerini ve düşüncelerinin ne derecede gerçeklerle örtüştüğünü anlayabilmek için bu ikili sistemlerden faydalanılmaktadır

(Kuşseven, 2022: 18). Sistem 1; sezgisel, otomatik, hızlı ve zahmetsiz bir şekilde çalışmaktadır. Sistem 2 ise; işlemleri 1. sisteme nazaran daha yavaş ve zahmetli bir şekilde gerçekleştirir ve bilinçli olarak izlenip kontrol edilmesi zordur (Kahneman, 2019: 26-27). Kısaca 1. sistem içgüdüsel tepkilerimizi ifade ederken; 2. sistem bilinçli olarak yaptığımız eylem ve düşünceleri kontrol etmektedir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 24).

Otomatik yani sezgisel bir sistem olan 1. sistem, içgüdüsel bir yapıya sahiptir. Beklemediğimiz bir anda bize top fırlatıldığında hemen eğilmemiz, şirin bir yavru köpek gördüğümüzde gülümsememiz gibi durumlar otomatik sistemi kullanmamızdan kaynaklanmaktadır. Düşünsel ya da rasyonel bir sistem olan 2. sistem ise daha önceden düşünülmüş ya da öğrenilmiş şeyleri referans alan bilince dayalı bir sistemdir (Thaler ve Sunstein, 2018: 34). 1. sistem; sezgiler, niyetler, izlenimler ve hisler aracılığı ile 2. sistem için öneriler üretmektedir. Eğer 2. sistem bu önerileri desteklerse; sezgi ve izlenimler inançlara, diğer dürtüler de bilinçli eylemlere dönüşebilmektedir. Eğer 1. sistem zorlanırsa, içinde bulunduğu sorunu çözebilecek daha ayrıntılı işlemleri destekleyebilmesi için 2. sisteme yönelmektedir. Kısaca insanların düşünerek yani 2. sisteme başvurarak yaptığı eylemlerin çoğu 1. sistemden kaynaklanmaktadır. 2. sistem, 1. sistem zora girdiğinde yönetimi ele alıp, sonuca ulaşan bir yapıya sahiptir (Kahneman, 2019: 31). Aşağıda Tablo 2.1’de 1. ve 2. sistemlere ait genel özellikler verilmiştir.

**Tablo 2.1 : İkili İşleme/Kavrama Sistemi**

| 1.Sistem (Otomatik Sistem) | 2.Sistem (Düşünsel Sistem) |
|----------------------------|----------------------------|
| Kontrolsüz                 | Kontrollü                  |
| Çaba gerektirmeyen         | Çaba gerektiren            |
| Çağrışımsal                | Çıkarımsal                 |
| Hızlı                      | Yavaş                      |
| Bilinçsiz                  | Bilinçli                   |
| Beceriye Dayalı            | Kurallara dayalı           |

**Kaynak:** Thaler ve Sunstein, 2018: 34.

Tablodan da anlaşıldığı üzere 1. sistemi kullanmak daha kolaydır. Birinci sistem karar vermeyi kolaylaştırır. 1. sistemin bilinen durumlara karşı öngörülerini doğru, zorlayıcı durumlara karşı ilk tepkileri ise hızlı ve genellikle uygundur (Kahneman, 2019: 32). İnsanların bu otomatik sisteme güvenerek eylemlerde bulunması çoğu zaman yanılgılara da neden olabilmektedir.

Davranışsal iktisat çalışmalarında kullanılan bilişsel kısayollar da 1. sistemin varlığından ve bu sisteme çok fazla güvenerek hareket etmekten ortaya çıkmaktadır. Bu sistem en kısa ve kolay yolu seçmeye meyilli olduğundan kendisine yöneltilen sorulara karşı mantıklı bir cevap aramadan yanlış cevaplar verebilmektedir. Bu nedenle ikili sistemler, davranışsal ve deneysel iktisadın çalışma konularında değerlendirmesi gereken temel unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **2.5.4. Sınırlı Rasyonellik**

Neoklasik iktisat iktisadi aktörlerin seçim yaparken, karar verirken ve fayda-zarar analizlerinde tam bilgi sahibi, akılcı ve tamamen rasyonel olduğunu varsaymaktadır. Ancak davranışsal ve deneysel iktisat çalışmaları, insanların uygulamada yerleşik iktisadın tanımladığı şekilde hareket etmediğini ortaya koymaktadır. İnsanların tam bilgi sahibi olmaması, duygusal, sosyal ve psikolojik etmenlerden etkilenmesi gibi durumlarda hedefine ulaşabilecek kararlar verememesi sınırlı rasyonellik olarak tanımlanmaktadır (Akdere ve Büyükboyacı, 2018: 108).

Kahneman ve Tversky, 1984 yılında yapmış oldukları deney çalışmalarında insanların risk ve belirsizlik altında farklı psikolojik etmenlerden etkilenebildiğini ve tutarsız tercihlerde bulunabildiğini ortaya koymuştur (Kahneman ve Tversky, 1984: 343-344). Herbert A. Simon, rasyonel ve iktisadi insan kavramını sınırlı bilgi ve yeteneğe sahip bir aktör olarak revize etmeyi önermiş, böylece sınırlı rasyonellik kavramı yavaş yavaş literatürde yer edinmeye başlamıştır (Simon, 1955: 114).

**Tablo 2.2 : Tam Rasyonel İnsan ve Gerçek İnsan**

| <b>Tam Rasyonel İnsan</b>    |          | <b>Gerçek İnsan</b>        |
|------------------------------|----------|----------------------------|
| Tam bilgi sahibi             | <b>X</b> | Eksik bilgi sahibi         |
| Geleceği tam tahmin edebilen | <b>X</b> | Geleceği eksik tahmin eden |
| Her şeyi hatırlayan          | <b>X</b> | Unutkan                    |
| Duygulara mesafeli           | <b>X</b> | Duygusal                   |
| Yanılmayan                   | <b>X</b> | Yanılabilen                |
| Değişimi öngörebilen         | <b>X</b> | Değişimi öngöremeyen       |
| Tam irade sahibi             | <b>X</b> | Yetersiz irade sahibi      |

**Kaynak:** Demir, 2013: 68.

İnsanların yetersiz bilgiyle ve kısıtlı süre zarfında karar vermeleri gereken durumlarda daha hızlı ve az bilişsel çaba gerektiren 1. sistemi kullanmaları sınırlı rasyonelliğe yol açarak onları sistematik ve öngörülebilir hatalara yönlendirebilmektedir. Davranışsal iktisatta insanın sınırlı bir rasyonaliteye sahip olması, özellikle karar ve tercihleri baz alan konular için önemli bir araştırma konusudur. İnsanların bilişsel kapasitelerinin sınırlı olması ve genellikle karar vermek için kısıtlı sürelerinin olması, onları bilişsel kısa yollara yönlendirmektedir. Bu nedenle insanlar, bir karar ya da tercih aşamasında en kısa sürede çözüme ulaşabilmek için o durumu kendi anlayabildikleri seviyeye indirgeyerek hareket etmektedir.

İnsanların sınırlı rasyonaliteye sahip olduğu göz önüne alınarak iktisadi çalışmaların gerçekleştirilmesi, gerek makro ve mikro iktisat çalışmalarında gerekse kamu politikaları tasarımında daha iyi tahminlerde bulunulmasına katkı sağlamaktadır. Bu sayede var olan ya da yeni oluşturulacak iktisadi kararlar için daha optimum öneriler gerçekleştirilebilmektedir.

## 2.6. Davranış Bilimlerinde Kullanılan Temel Yaklaşımlar

Davranış bilimlerinde 200'den fazla bilişsel yanlılıktan faydalanılmaktadır. Bizlere içsel ve dışsal faktörleri göstermede yardımcı olan bu yanlılıklar özellikle karar alma aşamasında insanları manipüle ederek istenilen durumlara yönlendirmek için kullanılmaktadır (Ariely, 2015: 17). Bu kısımda özellikle davranışsal iktisat ve davranışsal maliye çalışmalarında davranışsal içgörü aracı oluşturmak amacıyla faydalanılan 29 adet yaklaşımdan bahsedilecektir.

### 2.6.1. Çapa Etkisi (Anchoring Effect)

İnsanların bir durum hakkında karar verirken önceden edindikleri bilgi ve izlenimlerin kararlarını etkilemesi durumuna çapa etkisi denir. Doğruluğu hakkında bir fikrimiz olmasa dahi öncesinde bize verilen bir bilgi ya da sayı, o konu hakkındaki tahmin ve kararlarımızı şekillendirmektedir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 31).

Çapa etkisi sadece başlangıç noktasına dair herhangi bir bilgi verildiğinde değil, tahmini yapılmamış bir hesaplama durumunda da gerçekleşebilmektedir. İki gruptaki deneklerden aşağıdaki işlemleri tahmin etmeleri istenmiştir.

Grup 1:  $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8 = ?$

Grup 2:  $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1 = ?$

Artan şekilde sıralanmış çarpma işleminde denekler ortalama 512 sonucuna ulaşırken; azalan şekilde sıralanmış olan çarpma işleminde ortalama tahmin 2.250 olmuştur. Doğru cevabın 40.320 olduğu bu deneyde, insanlar tahminlerini ayarlama yoluyla gerçekleştirmektedir. Genellikle yetersiz kalan bu ayarlamalar, tahminlerde azımsamaya yol açarak çapayı gerçek değerden çok fazla uzaklaştırmaktadır (Tversky ve Kahneman, 1974: 1128).

Daha önceki eylemlerimizde etkileşime girdiğimiz, algıladığımız ya da öğrendiğimiz bir veri zihnimize çapa attığından gelecekteki kararlarımızda da o veriyi referans noktası olarak kabul etme eğiliminde bulunabiliriz. Bu durumun yapılan deney ve çalışmalarda bir zihinsel ön yargı hatası ortaya çıkarabildiği görülmektedir.

Dan Ariely ve arkadaşlarının yapmış olduğu bir deneyde 55 yüksek lisans öğrencisine sosyal güvenlik numaralarının son iki hanelerini sayfanın başına not aldıkları, çeşitli ürünlerin yer aldığı bir ürün listesi vermiştir. Öğrencilerden listede bulunan ürünlerin yanına sosyal güvenlik numaralarının son iki hanesini fiyat olarak yazmaları istemişlerdir. Eğer kişinin sosyal güvenlik numarasının son iki hanesi yirmi beş ise her ürünün yanına 25 \$ yazmalıdır. Ardından bu ürünler için bu fiyatları verip vermeyecekleri sorularak her bir ürün için vermeye razı oldukları fiyatları yazmaları istenmiştir. Değerlendirme sonucunda sosyal güvenlik numaralarının son iki hanesi küçük olanlar aynı ürüne en düşük teklifi yaparken; son iki hanesi büyük olanların en yüksek fiyat teklifinde bulunduğu görülmüştür (Ariely, 2019: 49-52).

Kısacası bilinen bir noktaya çapa atmak tahminlerimizi o yönde şekillendirmektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 39). Zihnin az ya da çok, ucuz ya da pahalı veya ilk ya da son olarak algıladığı temel bilgilere çapa atması insanların manipüle edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle tahminlerimiz önemli ölçüde sapmaya uğrayarak olması gereken değerden çok uzaklaşabilmektedir.

### **2.6.2. Bulunabilirlik (Uygunluk) Etkisi (Availability Heuristic)**

Karar alırken akla gelen ilk bilgiye daha sık rastladığını kabul ederek, sonradan edinilen bilgiler yerine ilk bilgiye güvenip, o bilgiyi doğru kabul etme eylemine bulunabilirlik etkisi denir. Bir başka tanımda ise bulunabilirlik etkisi, olayların sıklığını belirleyebilmek için örneklerin akla gelme kolaylığını kullanmak olarak tanımlanmaktadır (Kahneman, 2019: 151). Örneğin; orta yaşlı birinin kalp krizi geçirme ihtimali nedir diye sorulduğunda, bu soruya cevap verenler muhtemelen kendi çevresindeki insanlardan ve deneyimlerden yola çıkarak bu soruyu cevaplayacaktır (Duman, 2018: 21).

Beyinde seçilen bilgilerin kodlanması ve saklanması, bu bilgilere farklı erişim, bu bilgilerden doğan farklılıklar ve motivasyonel etkiler bulunabilirlik etkisini artırıcı nedenlerdir (Ross ve Sicoly, 1979: 323). Kolay ile doğrunun çelişebildiği bu bilişsel yanlılıkta, insanlar bir konu hakkında karar vermeleri gerektiğinde o konuyu araştırmaya dair yeterli zaman ya da kaynağa sahip

olamayabilir. Bu nedenle insanlar sahip oldukları düşük kaliteli bilgi nedeniyle yanlış karar ve düşüncelere yönelebilmektedir.

İnsanların risk değişmemesine rağmen bir ay içinde iki uçağın düştüğünü öğrendikleri haberler nedeniyle karayolu ulaşımına yönelmesi, art arda başarıya ulaşan bir yöneticinin kendinden aşırı emin olması nedeniyle başarısızlığı aklına getirmemesi, çok fazla casus filmi seyreden birinin her yerde tuzaklar görmesi gibi örnekler bulunabilirlik etkisinin birer sonucudur (Kahneman, 2019: 159). Bu gibi tahminlerin kullanımı insanların daha kolay ve hızlı karar vermelerini sağlasa bile çoğu zaman insanları doğru sonuca ulaştırmamaktadır.

### **2.6.3. Sürü Psikolojisi (Herd Behaviour)**

İnsanların inanç, düşünce ve zevklerinden bağımsız olarak toplumun çoğunluğunun, bir konuya dair davranış şeklini benimseyerek hareket etmesine sürü psikolojisi denir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 32). İnsanlar uyum sağlama arzusuyla birbirlerinden kolayca etkilenebilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 73-76). Sürü psikolojisi moda, müzik, sosyal medya, siyasi ve finansal kararlar, tüketici davranışları gibi pek çok alanda ön plana çıkmaktadır. Genellikle insanların belirsizlik altında olduğu ve karmaşık kararlar vermeleri gerektiğinde ortaya çıkan sürü davranışı, insanlara popüler olanı takip etmenin doğru olduğunu düşündürmektedir. Bir toplulukta kabul görebilmek için çoğunluğun tercih ettiği bir şeyin en iyi seçenek olduğunu düşünerek hareket etmek insanları her zaman doğru sonuca ulaştırmamaktadır.

1950’li yıllarda sosyal psikolog Solomon Asch insanların başkalarının kararlarını görmeden karar vermelerini gerektiren bir test uygulamıştır ve tek başına teste giren deneklerin test sonuçlarında neredeyse hiç hata çıkmamıştır. Ancak teste eklenen ve kasıtlı olarak yanlış cevap veren denekler, bu durumdan haberi olmayan diğer denekleri de etkilemiştir. Denekler, doğru cevabı bilseler dahi bir süre sonra gruba uyarak yanlış cevaplar vermeye başlamışlardır. Bu durum kamuda ya da özel sektörde kararlı ve ısrarcı insanların, grupların fikirlerini istediği yöne çekebileceğini göstermektedir. Bu noktada Asch, bir grupta kabul görebilmek için ve grubun kişinin

kendisinden daha iyi bildiğine inanması nedeniyle sürüye uydukları kanısına ulaşmıştır (Asch, 1955: 31-35).

Teksas'ta yapılan bir başka deneyde yayaları incelemek için günlük kıyafet ve takım elbise giymiş bir denek kullanılmıştır. Çalışmada denek takım elbise giyerken trafik ışıklarına uymadan karşıya geçmiştir. Ardından aynı denek bu sefer sıradan kıyafetlerle ışık ihlali yaparak karşıya geçmiştir. Her iki durumda da deneklerin arkasından karşıya geçerek ışık ihlali yapan yayalar sayılmıştır. Çalışmada iyi giyinimli deneğin arkasından yürüyen yayaların sayısının, sıradan giyinimli yayanın arkasından yürüyen yayalara göre 3,5 kat daha fazla olduğu gözlemlenmiştir (Lefkowitz, Blake ve Mouton, 1955: 704-706).

İnsanların çoğunluk karşısında doğru bildiği şeyler hakkında bile şüphe duyması sürü psikolojisinin seçim ve kararları etkileyen önemli bir bilişsel yanlılık olduğunu koymaktadır. Bu nedenle insanlar tercih ve kararlarında hata yapma eğiliminde bulunabilmektedir.

#### **2.6.4. Hazır Bulunan Seçeneklere Yatkınlık (Default Effect)**

Yaşamımızın büyük bir kısmında önümüze hazır olarak sunulan seçenekleri tercih etme davranışına hazır bulunan seçeneklere yatkınlık denir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 33). İnsanların çoğu zaman kendilerine sunulan seçenekleri değiştirmeden kullandığı görülmektedir. Yeni bir telefon veya bilgisayar aldığımızda cihazdaki uygulama sıralarını, uyarı sesleri ve temasını değiştirmeden kullanmak buna en basit örneklerden biridir. Hazır seçenekleri tercih etmeye yatkın olmak pek çok alanda topluma ya da kendimize fayda sağlayacak etkiler yaratabilir.

Bazı ülkelerde bireysel emeklilik sistemine katılmak ya da organ bağışçısı olmak için ekstra bir onay gerekmemektedir. Vatandaşlar, devlet tarafından otomatik olarak sisteme katılmakta ve bağışçı olarak kabul edilmektedir. Kişi dilerse sistemden çıkmak için başvuruda bulunabilmektedir. Ancak pek çok insan bu otomatik seçeneği değiştirmeye çaba göstermemektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 219-221). Bu sayede otomatik katılım gerçekleşen ülkelerdeki organ bağışçısı sayısı, insanların gönüllü organ bağışçısı olarak başvuru yapması gereken ülkelerden daha fazla olmaktadır.

İnsanların otomatik olarak dahil olduğu emeklilik sistemleri, sistemden ayrılma seçenekleri olsa dahi daha yüksek katılım oranı ortaya koymaktadır. ABD (Amerika Birleşik Devletleri), Meksika, Şili, İsveç ve Danimarka’da yapılan araştırmalar insanları emeklilik sistemine otomatik olarak kaydetmenin ve insanlara diledikleri zaman vazgeçebilme fırsatı sunmanın, genel emeklilik katılım oranını %61’den %83’e yükselttiğini göstermiştir. Bu sayede 400.000 kişi daha emekli maaşına sahip olmuştur (Service vd., 2015: 9-11).

Bu yöntem sayesinde en temel örneklerden olan emeklilik sistemine kayıtlı kişi sayısı ve organ bağışçısı sayısı, otomatik katılım yapmayan ülkelere göre daha çok artış göstermektedir. Politika yapıcılar bu yöntem sayesinde varsayılan bir seçeneği uygulamaya sokarak istedikleri kamu politikasının gerçekleşme olasılığını artırıcı etki sağlayabilir.

### **2.6.5. Kayıptan Kaçınma (Loss Aversion)**

Sahip olunan bir şeyi kaybetmenin vereceği mutsuzluğun, o şeye sahip olmanın verdiği mutluluktan daha fazla olması durumundan ötürü insanlar kayıptan kaçınma eğilimi göstermektedir. Bu nedenle insanlar kazançları için riskten kaçınırken, kayıpları için ise risk almaya gönüllü olmaktadır (Thaler, 2019: 39).

Örneğin; yazı gelirse 50 TL kazanılacağı, tura gelirse 50 TL kaybedileceği bir bahis durumunu inceleyelim.  $V$  şu anki varlık durumunu ifade etsin. Bu durumda %50 olasılıkla  $V+50$  TL ya da  $V-50$  TL olan iki seçenek mevcuttur. Ancak psikolojik olarak 50 TL kaybedecek olmanın yaratacağı mutsuzluk, 50 TL kazanacak olmanın yaratacağı sevinçten daha ağır basmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1984: 342).

Yapılan bir deneyde öğrencilerin yarısına büyük çikolatalar, diğer yarısına ise kahve kupaları verilmiştir. Öğrencilerden değeri aynı olan iki üründen birini seçmeleri istenmiştir. Deneyin ikinci aşamasında isteyen öğrencilerin kendi aralarında çikolata ve kupalarını değiştirebilecekleri söylenmiştir. Ancak deneklerin sadece %10’u takas yapmaya gönüllü olmuştur (Thaler ve Sunstein, 2018: 52).

Yapılan başka bir çalışmada öğretmenlerin bir kısmına ikramiyeleri dönemin başında ödenmiştir ve eğer öğrencilerinin notlarında önemli derecede bir düzelme

olmazsa ikramiyeleri geri iade etmeleri istenmiştir. Deney sonunda başarısızlık durumunda ikramiyesini iade etmesi beklenen öğretmenlerin öğrencilerinin notları, ikramiyesini dönem sonunda alan öğretmenlerden daha yüksek olmuştur (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 34).

Kahneman ve Tversky risk ve kayıplardan kaçınmayı incelemek için şu iki senaryoyu incelemiştir.

**Birinci Senaryo:**

%100 olasılıkla 900 TL kazanmak mı?

%90 olasılıkla 1000 TL kazanmak mı?

**İkinci Senaryo:**

%100 olasılıkla 900 TL kaybetmek mi?

%90 olasılıkla 1000 TL kaybetmek mi?

Çoğunluk ilk senaryoda %100 olasılıkla 900 TL kazanmayı tercih etmiştir. İkinci senaryoda ise tercih edilen seçenek %90 olasılıkla 1000 TL kaybetmek olmuştur. İlk senaryodakinin aksine insanlar ikinci senaryoda risk alma eğilimi göstermiştir. Birbirine benzeyen bu iki senaryoda yapılan tercihler, insanların kayıplara kazançlardan daha fazla değer atfettiğini ortaya koymaktadır (Kahneman, 2019: 323).

Örneklerde görüldüğü üzere insanlar kayıplara, kazançlardan daha fazla değer atfederek riskten kaçınma davranışı ortaya koymaktadır. Kaybetme duygusu, kazanma duygusuna göre daha baskın ve akılda kalıcıdır. Bu nedenle insanlar bir şeyi kaybettiğinde, kazandığı zaman duyduğu sevinç duygusundan daha fazla acı çekme eğilimi göstermektedir.

### **2.6.6. Sahiplik Etkisi (Endowment Effect)**

Kayıpların yarattığı üzüntünün aynı miktardaki kazançların yarattığı mutluluktan daha fazla olması durumuna sahiplik etkisi denir. Sahip olunan bir eşyadan vazgeçmek genellikle zor olduğu için insanlar sahip olduğu eşyayı satarken satın aldığı anda ödeyeceği tutardan daha fazla değer biçme eğilimi göstermektedir

(T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 34). Bu nedenle sahiplik etkisi insanların sahip olduğu şeylere duygusal olarak bağlandıklarını ortaya koymaktadır.

Dan Ariely ve arkadaşının yapmış olduğu bir çalışmada, Duke Üniversitesi öğrencilerine, üniversite öğrencileri arasında çok popüler olan okul basketbol takımının final maçı için yeterli sayıda bilet olmadığından biletler kura yoluyla dağıtılmıştır. Deneyde bileti olan ve olmayan öğrenciler aranarak bileti olanlara biletini kaçta satacağı, olmayanlara ise ellerinde fazla bilet olduğu söylenerek satın almak isterse bilet için ne kadar ödeyeceğı sorulmuştur. Bileti olanlar satmak için ortalama 2.400 \$ isterken, bilet almak isteyenler ise ortalama 170 \$ teklifte bulunmuştur. Deney sonucunda insanların sahip oldukları şeylere duygusal ve maddi olarak daha fazla değer atfettiğı; bu nedenle bir şeyi kaybetmenin verdiği mutsuzluğun, kazanmanın vereceğı hazzdan daha fazla olduğu görülmektedir (Ariely, 2019: 141-145).

Richard L. Peterson, davranışsal finansla ilgili bir seminerinde sahiplik etkisini anlatırken katılımcıların yarısına rastgele kalem dağıtarak bir deney çalışması gerçekleştirmiştir. Kalem dağıtmadığı diğer katılımcılardan ise objektif olarak kalemlerin niteliklerini yazmalarını istemiştir. Denekler sahip oldukları nesneye ait beğendikleri özellikleri yazdıklarında sahiplik etkisi artarken; o nesneye ait objektif özellikleri yazdıklarında bu etkinin azaldığı görülmektedir. Ardından kalem dağıttığı deneklerden kalemleri için bir satış fiyatı; kalemi olmayan deneklerden de bir alış fiyatı belirlemelerini söylemiştir. Maliyeti 1,5 \$ olan kalem için kalemsizler ortalama 1.5 \$ teklif ederken; kalem sahipleri ortalama 5,5 \$ istemiştir (Peterson, 2020: 274).

Özellikle insanlar kendi montajını yaptığı ürünlere, hazır satılan ürünlere göre daha fazla değer vermektedir. IKEA etkisi olarak da bilinen bu etki, sahiplik etkisini çaba sarf edilmesi durumunda daha da artırmaktadır (Norton, Mochon ve Ariely, 2012: 454-455). Örneklerden de anlaşıldığı üzere sahiplik etkisi insanların sahip olduğu nesnelere gerek duygusal gerekse maddi olarak daha fazla değer atfetmeye yönlendirmektedir. Bu durum o şey için çaba sarf edildiğı durumda ya da o şeyi kaybetme olasılığı ortaya çıktığında daha da artış göstermektedir.

### **2.6.7. Statüko Etkisi (Status Quo Effect)**

Mevcut durumu korumak ve istikrarı bozmamak adına bilinçli ya da bilinçsiz olarak yapılan tercihlerin sonucuna statüko etkisi denir (Samuelson ve Zeckhauser, 1988: 8). İnsanlar çeşitli nedenlerle statüko tuzağına düşme eğilimi göstermekte; seçimlerinde statükoyu referans noktası olarak kabul edebilmektedir.

Yaptırdığımız sağlık sigortaları, kaydolduğumuz bireysel emeklilik sistemleri, internet abonelikleri, telefon tarifeleri, ücretli dijital platform üyelikleri gibi abonelikler genellikle her yıl sonunda yenilenmektedir. Çoğunlukla insanlar bu abonelikler için çok fazla düşünmemekte ve yaptıkları planları değiştirmeyerek bulundukları mevcut tarifeleri korumaktadır. Özellikle vatandaşlarını yatırım ya da tasarrufa yönlendirmek isteyen devlet; her yıl otomatik yenilenen planları, insanların kendilerinin yenilemesi gereken planlar yerine tercih etmektedir.

Statüko eğiliminin kötüye kullanıldığı durumlar olabilmektedir. American Express yıllar önce Cass R. Sunstein'e bir mektup göndererek istediği beş dergiye üç ay boyunca abone olabilmek teklifi sunmuştur. Sunstein de dergi okuyacak çok fazla vakti olmamasına rağmen bu fırsattan faydalanmak istemiştir. Üç ayın sonunda ücretsiz abonelik dolmasına rağmen üyeliği normale dönmüş ve yaklaşık on yıl boyunca okuma fırsatı olmadığı dergilerin ödemesini yapmıştır (Thaler ve Sunstein, 2018: 53). Erteleme, dikkat eksikliği gibi durumlar insanların içinde bulunduğu durumu korumasına neden olmaktadır. Bu durum da statüko etkisini kullanan ticari kuruluşlara fayda sağlarken tüketiciler için olumsuz etkilere neden olabilmektedir.

### **2.6.8. Çerçeveleme Etkisi (Framing Effect)**

Karar alma sürecinde bilginin farklı sunumundan ötürü insanların farklı seçimlere yönlendirilmesine çerçeveleme etkisi denir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 35-36). Bir olay örgüsüyle ilgili çerçeve çizilirken karar vericilerin normları, kişisel özellikleri ve alışkanlıkları gibi faktörler de göz önünde bulundurulmalıdır (Duman, 2018: 15). İnsanlara değişik şekillerde sunulan benzer seçenekler, farklı tepki ve geri dönüşler alabilmektedir.

Örneğin; enerji tasarrufu konusunda iki seçenek sunulduğunu düşünelim.

**a)** Eğer enerji tasarrufu yöntemlerini kullanmaktaysanız bir yılda 500 TL tasarruf etmiş olacaksınız.

**b)** Eğer enerji tasarrufu yapmazsanız bir yılda 500 TL kaybedeceksiniz.

Burada b seçeneği kayıpları ifade ettiği için ve insanlar kayıplara kazançlardan daha fazla değer atfettikleri için b seçeneğini kullanmak enerji tasarrufu politikalarında daha etkili olmaktadır (Thaler ve Sunstein, 2018: 55).

Bir başka örnekte ise şu iki durum incelenmiştir.

**a)** Konser için tanesi 90 TL'den iki bilet alan kadın, konser yerine geldiğinde cüzdanını açıp biletlerinin kaybolduğunu görmüştür. Konseri dinlemek için iki bilet daha alacak mıdır?

**b)** Kadın konsere katılmak için 90 TL'lik biletlerden iki adet alma niyetindedir. Konser yerine vardığında bilet almak için ayırdığı parayı çıkarmak üzere cüzdanını açar ve hayretler içinde 180 TL'nin kaybolduğunu, kredi kartının ise yanında olduğunu görür. Kadın biletleri alacak mıdır?

Soruları cevaplayanlar karşılaştıkları seçenek için sunulan çerçeveye bağlı olarak farklı cevaplar vermişlerdir. Çoğunluk, ilk seçenekteki kadının biletleri kaybettiye yenisini almadan geri döneceğini; ikinci seçenekte ise biletleri kredi kartıyla alarak konsere katılacağını düşünmektedir. Burada oluşturulan çerçeve her koşulda harcanacak tutar aynı olsa bile farklı zihinsel hesapların yapılmasına neden olmuştur. İlk seçenekte biletlerin kaybolması oyun hesabında iki katlık bir maliyet algısına neden olacaktır. Ancak ikinci seçenekte nakit paranın kaybolması konser ile alakalı değil bir genel gelir hesabı kaybı olarak algılanmaktadır. Bu nedenle ikinci seçenekte karar verirken genel gelirdeki bir eksilmenin kadını ekonomik olarak zorlayıp zorlamayacağı göz önünde bulundurulmaktadır (Kahneman, 2019: 429)

Bireylerin olaylara karşı olan risk algısı, olayların sunuş biçimiyle yönetilebilmektedir. Olayların farklı çerçevelerle sunulması kazanç ya da kayıp algısını etkileyebilmektedir. Bu nedenle insanlar gerçekleşmesi kesin görünen seçenekleri, gerçekleşmesi ihtimal dahilinde olan seçeneklere tercih edebilmektedir.

Aşağıda üniversite öğrencilerine uygulanan bir deneyin senaryoları verilmiştir. Deneyde, ABD’de 600 kişinin ölmesinin beklendiği bir salgın hastalığa karşı hazırlık senaryoları verilmiştir. İlk gruba a, ikinci gruba ise b seçeneklerindeki senaryolar uygulanmıştır.

a) 1. senaryo seçilirse: 200 kişi hayatta kalacak. (Deneklerin %72’si kabul etmiştir.)

2. senaryo seçilirse: 1/3 olasılıkla herkes hayatta kalacak, 2/3 olasılıkla kimse kurtulmayacak. (Deneklerin %28’i kabul etmiştir.)

b) 3. senaryo seçilirse: 400 kişi ölecek. (Deneklerin %22’si kabul etmiştir.)

4. senaryo seçilirse: 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek, 2/3 olasılıkla herkes ölecek. (Deneklerin %78’i kabul etmiştir.)

Her iki senaryoda da 1. ve 3. seçenekle 2. ve 4. seçenek aynı olasılıkları ortaya koymaktadır. Denekler hayatta kalmaya odaklanan a seçeneğinde riskten kaçınmış; ölüm olasılığından bahseden b seçeneğinde ise risk almışlardır. Bu durumda seçenekler aynı olsa bile olayın sunuş şekli farklı çerçeveler yoluyla değiştirildiğinden, deneklerin kararları da farklılık göstermiştir (Tversky ve Kahneman, 1981: 453). Örneklerden de görüldüğü gibi çerçeveleme etkisiyle sunulan seçenekler insanları istenen seçeneğe yönlendirebilmektedir. Bu sayede iktisadi seçenekler sunulurken ve kamu politikaları uygulanırken beklenen sonuçlara ulaşılabilmek için bu yöntemden faydalanılabilir.

### **2.6.9. Yemleme Etkisi (Decoy Effect)**

Sunulan esas iki seçeneğin yanına karar alıcıyı yanıltmak amacıyla diğer iki seçeneğin birinden daha kötü olan üçüncü bir seçenek ekleyerek verilecek kararı manipüle etmeye yemleme etkisi denir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 37). Karar alıcıları iki seçenekten birine yönlendirmek isteyen bu yöntemle üçüncü seçenek bir yem gibi kullanılmaktadır. Asimetrik olarak baskın bir seçim olan bu tuzak etkisi sayesinde insanlar istenilen seçeneğe yönlendirilebilmektedir.

Örneğin; küçük boyu 3 TL, büyük boyu 7 TL olan bir kahve firmasının büyük boy kahve satışları artırılmak istemektedir. Firmanın araya ekleyeceği 6,5 TL’lik orta

boy içecek seçeneği, tüketicileri 50 kuruşluk fark nedeniyle 7 TL olan büyük boy seçeneğine yönlendirici bir yemleme etkisi oluşturmaktadır.

Dan Ariely, Economist dergisinin abonelik örneğinden yola çıkarak yemleme etkisine dair bir deney ortaya koymuştur. Derginin abonelik tipleri aşağıda verildiği gibidir.

a) Economist.com aboneliği – 59 \$

b) Dergi aboneliği – 125 \$

c) Dergi ve web sitesi aboneliği – 125 \$

Ariely, 100 MIT Sloan İşletme Okulu öğrencisine hangi seçeneği seçmek istediklerini sorduğunda 16 öğrenci web sitesi aboneliğini, 84 öğrenci ise hem dergi hem de web sitesi aboneliğini seçmiştir. Yalnızca dergi aboneliği olan b seçeneğini seçen hiç kimse olmamıştır. Ardından yem seçeneği olan b seçeneği deneyden çıkarılarak deney tekrar yapılmıştır. İkinci deneyin sonucunda a seçeneği 68, c seçeneği ise 32 öğrenci tarafından seçilmiştir (Ariely, 2019: 27-32). Örneklerde de görüldüğü gibi ortaya atılan bir tuzak seçenek, karar vericileri seçilmesi istenilen esas seçeneğe yönlendirmektedir. Tuzak seçeneğin olmadığı durumla kıyaslandığında yapılan tercihler arasında ciddi fark oluşabilmektedir. Yemin ortaya koyduğu bu etki, insanları rasyonel kararlarından caydırabilmektedir.

#### **2.6.10. Son Tarih Belirleme Etkisi (Setting Deadline Effect)**

Teslim tarihleri hayatımızın çoğunluğunda yaygın bir yere sahiptir. Pek çok alanda, pek çok işi tamamlamak için verilen bir son teslim, son başvuru ya da son ödeme tarihi gibi tarihler mevcuttur. Alışverişlerde sınırlı süreli indirim kuponları ve kampanyalar, iadelerde ve garantilerde son geçerlilik tarihleri bulunmaktadır. Bir yere başvurmak, vergi ya da fatura ödemek gibi diğer pek çok alanda bizlere sunulan son tarihler o işi tamamlamak için önemli bir etkiye sahiptir (Altmann, Traxler ve Weinschenk, 2017: 1). Son tarih belirlemenin yarattığı etki kişiden kişiye değişiklik gösterebilmektedir.

Dan Ariely ve arkadaşının yaptığı çalışmada, öğrencilerden dönem boyunca yapacakları üç ödevin son teslim tarihlerini kendilerinin belirlemesini istenmiştir.

Normal şartlar altında akılcı olan seçenek tüm ödevleri dönemin son dersinde teslim etmektir. Birinci sınıftaki öğrenciler üç ödevin teslim tarihini kendileri belirleyerek dönem içine yaymışlardır ve eğer teslim tarihini geciktirirlerse ceza almayı kabul etmişlerdir. İkinci sınıftaki öğrencilere belirli bir son teslim tarihi verilmemiştir. Tek yapmaları gereken dönemin son dersine kadar ödevlerini teslim etmektir. Üçüncü sınıftaki öğrencilere ise üç ödevi de teslim etmeleri için dönem içine yayılmış belirli son teslim tarihleri verilmiştir. Sonuç olarak; kendilerine her ödev için belirli son teslim tarihleri verilen üçüncü sınıftaki öğrenciler en başarılı notları almıştır. Birinci sınıfta bulunan öğrenciler orta seviyede notlar alırken, hiç tarih belirlememiş olan ikinci sınıftaki öğrenciler en düşük notları almışlardır. Ariely'e göre deneyden çıkarılan sonuç, özgürlüğü sıkı bir şekilde kısıtlamanın erteleme sorununa karşı en etkili çözüm olacaktır (Ariely, 2019: 127-131).

2006 yılında ABD nüfus sayımı çalışanı Elizabeth Martin, bir deney çalışması hazırlamıştır. Her on yılda bir federal hükümet tarafından bir nüfus sayımı yapılması gerekmektedir. Çoğunluğu posta yoluyla yapılan sayım, eğer postaya cevap gelmezse adrese gönderilen sayım memuru tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu deneyle Martin, 2010 yılı sayımında postalara dönüş oranını artırmak ve görevli memur sayısını azaltarak tasarrufa gitmek amacıyla çeşitli iyileştirmeler geliştirmiştir. Sayım anketinin tasarımını değiştirmek, cevap yollamayanlar için detaylı ceza hükümlerinden bahsetmek ve hatırlatma postaları yollamak bunlardan bazılarıdır. En son olarak çalışmayı daha da basitleştirerek, seçilen 50 eyalette 28.000'den fazla haneye göndermiştir. İki gruba bölünerek gönderilen postaların yarısının teslim tarihi diğer yarısından bir hafta daha kısa olacak şekilde belirlenmiştir. Bu sayede son teslim tarihi kısa olan grubun postaları cevaplaması diğer gruba göre yüzde iki puanla daha fazla olmuştur ve formların doğruluk oranı diğer gruptan daha fazladır. Bu yöntem sayesinde fiziki memur sayısı azaltılarak 150 milyon \$ değerinde tasarruf sağlanmıştır (Cox, 2021: 1-2).

Yapılacak işler ve verilecek kararlarla ilgili bir son tarih belirlenmediği zaman insanlar erteleme davranışı gösterebilmektedir. Özellikle öz kontrolü düşük, zaafları yüksek bireylerde sıklıkla görülebilen bu davranış, son tarih belirleme

yöntemiyle kontrol altına alınabilmektedir. Bu sayede basit bir yöntemle etkili sonuçlar elde edilebilmektedir.

### **2.6.11. Temsiliyete Bakarak Karar Verme (Representative Heuristic)**

Belirsizlik altındayken bir olayın gerçekleşme ihtimaliyle ilgili fikir yürütmemiz gerektiğinde, olayın gerçekleşme olasılığına o tarife uygun stereotiplere bakarak karar vermeye temsiliyete bakarak karar verme denir (Kahneman, 2019: 174). Bir karar verme davranışında benzerlik ve olayın görülme sıklığı arasındaki makas genişledikçe rasyonaliteden sapmalar ortaya çıkabilmektedir.

Örneğin; Sally isimli hayalî bir kadın hakkındaki deneyde; Sally'nin 30 yaşında, bekâr, çok zeki ve açık sözlü bir kadın olduğu; felsefe eğitimi alıp, öğrencilik zamanında sosyal adalet ve ırk ayrımcılığı gibi konularla ilgilendiği, nükleer karşıtı gösterilere katılım gösterdiği anlatılmıştır. Bu açıklamanın ardından deneklerden Sally için sekiz muhtemel meslekten hangisini yapıyor olabileceğini tahmin etmeleri istenmiştir. Verilen en önemli cevaplar “banka veznedarı” ve “feminist ve banka veznedarı” olmuştur. Fakat “feminist ve banka veznedarı” seçeneğini seçenlerin oranı daha yüksek çıkmıştır. Normal durumda sadece banka veznedarı olmasının istatistiki olasılığı daha yüksektir, ikinci seçenek ise bu seçeneğin bir alt kümesidir. Ancak burada denekler temsiliyete bakarak karar verdiklerinden ötürü, karakter tanımının yarattığı etki nedeniyle mantıksal olarak yanlış kararlar verilebilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2018: 43).

Temsiliyete bakarak yapılan değerlendirmelerin çoğu doğruluk payı içerebilmektedir ve bu bilişsel kısa yola dayanan tahminler doğru çıkabilmektedir. Ancak temel oran bilgisi göz ardı ediliyorsa sonuç yanıltıcı olacaktır. Örneğin; New York metrosunda bir kadın yolcunun New York Times gazetesi okuduğunu gördünüz.

- a) Kadın doktora mezunudur.
- b) Kadın üniversite mezunu değildir.

Verilen bu iki seçenekten hangisi daha iyi bir tahmin olabilir? Temsiliyete baktığınızda kadının doktora mezunu olma ihtimali daha çekici gelecektir. Fakat bu akıllıca bir tahmin değildir. Çünkü genel kitleye bakıldığında New York metrosunu kullanan kişilerin üniversite mezunu olmama ihtimali çok daha yüksektir (Kahneman, 2019: 177).

Temsiliyete bakarak karar verme bireylerin yanlış kararlar vermesine neden olabilmektedir. Tahmin yürütülmesi gereken durumların benzerlik oranı arttıkça o duruma karşı rasyonel düşünme oranı azalabilmektedir.

### **2.6.12. Kendine Hizmet Eden Sapma (Self-serving Bias)**

Kendine hizmet eden sapma, kişinin öz saygısını korumak ve devam ettirmek adına saptırılmış bir bilişsel süreçtir (Forsyth, 2008: 429). Okul sınavında alınan yüksek bir not, iş yerinde alınan bir teşvik ödülü gibi olumlu durumlarda kişi genellikle bunu kendi başarısı olarak yorumlamaktadır. Tam tersi düşük not alması ya da iş yerinde sıkıntı yaşaması gibi durumlar ise kişiye göre kendisinden kaynaklı değildir. Kişiye göre bu olumsuz durumlar öğretmen ya da işveren tutumundan, sınavın zorluğundan ya da kötü şans gibi durumlardan kaynaklanmaktadır.

Vergi ahlakı ve kendine hizmet eden sapmayı incelemek için yapılan bir çalışmada vergi kaçırma fırsatına sahip olan bireylerin, vergi kaçakçılığını daha az ahlak dışı olarak değerlendirdiği görülmüştür. Çalışmaya göre vergi kaçakçılığına ilişkin ahlaki değerler kişinin kendisine hizmet eden bir ön yargıya sahip olmaktadır (Blaufus, 2015: 93). Benzer şekilde şirketler de yıllık kurumsal performanslarını açıklarken kendine hizmet eden sapmanın etkisinde kalmaktadır. Eğer performans sonuçları olumlu ise bu başarı içselleştirilirken, olumsuz sonuçlar çevredeki dış etkilere yüklenmektedir (Tsang, 2002: 52).

Beynimiz sahip olduğu bilgileri basitleştirerek kullanma eğiliminde olduğu için kendine hizmet eden sapma yanlılığı günlük hayatta pek çok konuda karşımıza çıkmaktadır. Çoğunlukla iyi, olumlu ve güzel başarıları kendimize ya da içinde bulunduğumuz duruma atfederken; tam tersi durumlarda dış çevre ve etmenleri sorumlu tutabilme eğilimi sergilemekteyiz.

### 2.6.13. Odaklanma Etkisi (Focusing Effect)

Bir konu hakkındaki kararlar çoğunlukla sahip olunan bilgilerden yola çıkarak verilmektedir. Bu durum verilecek olan kararlar ilgili belli açılara odaklanmaktan kaynaklanabilmektedir. Verilecek kararların genel yapısından çok, kendimize göre önemli noktalarının üzerinde durarak sonuca varılması durumuna odaklanma etkisi denir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 40). İnsanlar genel durum yerine kendi odaklandıkları ayrıntılara önem verdikleri zaman yanlış tahminlerde ve hatalarda bulunabilmektedir.

Kahneman ve Schkade, yaptığı bir çalışmada Kaliforniyalıların mı yoksa Orta Batı Amerikalıların mı daha mutlu olduğunu ölçmeye çalışmışlardır. Kaliforniyalıların daha mutlu olduğunun düşünülme nedeni olarak iklimi öne sürülmüştür. Çalışma o bölgedeki öğrenciler üzerinde yapılmıştır ve Kaliforniya’da yaşayan öğrencilerin iklimden memnun oldukları, Orta Batı Amerika’da yaşayan öğrencilerin ise iklimden şikâyet ettikleri görülmektedir. Ancak yaşam memnuniyeti anketi tamamlandığında, iki bölgenin sonuçları da birbirine çok yakın çıkmıştır. Kahneman ve Schkade’ye göre burada yapılan hata iklimin, yaşam memnuniyetiyle olan ilişkisi için abartılı bir inançla karar vermiş olmaktır (Kahneman, 2019: 466-467).

Örneğin; sabah tartıştığı patronu tarafından işten çıkarılan biri odak noktasını tartışmaya verdiği için neden olarak tartışmayı düşünebilmektedir. Ancak işten çıkarmanın gerçek nedeni çalışanın uzun süreli devam eden performans düşüklüğüdür. Çalışan, tartışmaya odaklı olduğu için kendi hatasını görememektedir. Yeni bulacağı işte de bu olaya odaklanarak kendi performans başarısını göz ardı ettiği için aynı durumla karşılaşma olasılığı olabilecektir. Odaklanma etkisi tuzağına yakalanmamak için zihnimizde yer edinmiş ya da odaklandığımız bilgilerle hareket etmek yerine daha rasyonel ve mantıklı düşünerek karar vermemiz gerekmektedir.

### 2.6.14. Projeksiyon Sapması (Projection Bias)

Geleceğe yönelik karar alırken doğru öngörülerde bulunamadığımız için içinde bulunduğumuz koşulların karar ve tahminlerimizi etkilemesine projeksiyon sapması denir (Loewenstein, O’Donoghue ve Rabin, 2003: 1211). Kişinin mevcut

durumundan duygusal tatmin sağlama isteği uzun vadedeki hedeflerini olumsuz etkilemektedir (Kamilçelebi, 2019: 63). İnsanlar mevcut tercih ve zevklerinin devam etmesini bekledikleri için gelecekteki değişim olasılığını göz önünde bulundurmaktan kaçınmaktadır.

Örneğin; hafta içinden pazar sabahına arkadaşlarla bir kahvaltı ayarlamak ama pazar sabahı yataktan çıkmak istememek, akşam bisiklet sürmeye karar vermek ama akşam olduğunda televizyon başında olmanın daha cazip gelmesi gibi durumlar projeksiyon sapmasının en genel örneklerindendir (Dolan, 2014: 117). Zevkler ve duygular uzun vadede öngörülmeven şekilde değişebildiği için insanlar gerçekleştiremeyecekleri planlar yapabilmektedir.

İnsanlar mevcut tüketimin faydasının son tüketilen birime bağlı olduğu algısına sahiptir. Bu nedenle aşırı tüketim ya da iştaha bağlı mallarda doygunluğa ulaşacak olsalar bile projeksiyon sapması tuzağından ötürü yanılabilmektedirler. Tatilin son gününün de ilk günü kadar eğlenceli olacağını düşünerek uzun tatiller satın alma, restoranların çabuk doyabileceklerini görmezden gelen müşterilerine yiyebildiğin kadar ye politikası ile yemekler sunması, seyahat ya da okuma için vakit bulamayan bir profesyonelin emekli olunca yapacağı seyahat ve okumalardan büyük mutluluk duyacağını düşünmesi gibi durumlar insanların yanlış tahminlerde bulunabileceği örneklerdendir (Loewenstein vd., 2003: 1236). Projeksiyon sapması etkisi, insanları uzun vadeli kararlar verirken hata yapma eğilimine yönlendirmektedir. Bu nedenle uzun vadeli kararlar alırken içinde bulunulan durumun koşulları ile gelecekte planlanan durumun koşullarını kıyaslayarak karara varılmalıdır.

### **2.6.15. Zihinsel Muhasebe ve İrade (Mental Accounting)**

İnsanların finansal eylemlerini düzenlemek, uygulamak ve değerlendirmek için kullandıkları bilişsel sisteme zihinsel muhasebe denir (Thaler ve Sunstein, 2018: 69). Özellikle aile bütçesi yapmak, zihinsel muhasebenin en temel sistemlerinden biridir. İnsanlar günlük hayatında bilerek ya da farkında olmadan pek çok zihinsel hesaplama yapmaktadır.

Örneğin; 4.000 TL'ye bir bilgisayar ve 40 TL'ye bir kitap almak için bir alışveriş merkezine gittiniz. Bilgisayar satıcısı size on beş dakika yürüme mesafesinde olan başka bir şubelerinde kampanya olduğunu, oradan bilgisayarı 3.980 TL'ye alabileceğinizi belirtti. Aynı şekilde kitap satıcısı on beş dakika yürüme mesafesindeki başka bir şubelerinden kitabı 20 TL'ye satın alabileceğinizi söyledi. İktisadi açıdan baktığımızda rasyonel bir insandan her iki üründen de 20 TL tasarruf sağlayacağını düşünerek ürünleri on beş dakikalık yürüme mesafesinde olan dükkanlardan alması beklenmektedir. Ancak gerçek yaşamda durum böyle değildir. Tamamen aynı sonuçlara sahip iki farklı seçenek insanlarda farklı tercihlere yol açabilmektedir. Kitap için 20 TL'lik bir indirim, kitap için yarı fiyatına düşmüş algısı yaratırken, 4.000 TL'lik bir bilgisayarda 20 TL'lik bir indirim çok ufak gözükerek insanları başka şubeye götürmeye yeterli olmayabilmektedir (Thaler, 1999: 186).

Zihinsel muhasebe yaparken para harcama konusunda yaptığımız hataların farkında olmak; para harcama yapımızı tanıyarak, onu kullanma yöntemlerimizi yeniden tasarlayıp daha makul bir hâle getirebilmemizi sağlamaktadır (Ariely ve Kreisler, 2020: 68). Thaler'e göre zihinsel muhasebenin; kararların alınış sürecinin değerlendirilmesi, faaliyetlerin belirli hesaplara ayrılması ve bu hesapların değerlendirilme sıklığı olmak üzere üç bileşeni mevcuttur (Thaler, 1999: 184). Farklı finansal kararların ayrı zihinsel hesaplarda yürütüldüğü zihinsel muhasebe, finansal kaynakların verimli bir şekilde değerlendirilmesini kısıtlayabilmektedir.

Örneğin; tatile gitmek için 5.000 TL bütçe ayırdığımızı düşünelim. O dönemde tatile gitmeyi düşündüğümüz yer için ekstra %10 indirim kampanyası olsun. Artık hesabını yaptığımız tatil 4.500 TL'ye düştü ve siz beklenmedik indirim sayesinde 500 TL kâra geçtiniz. İndirim sayesinde elde edilen bu 500 TL kazanç, rasyonel olarak başka bir finansal harcama ya da yatırıma yönlendirilmelidir. Ancak bu para tatil hesabı olarak zihninizde yer edindiği için, elimizde kalan ekstra 500 TL tatilde normal şartlarda harcamayacağımız lüks bir yemeğe ya da ekstra bir harcamaya yönlendirilebilmektedir.

Kişilerin bu tarz zihinsel muhasebe hatalarına düşmemesi için mevcut finansal varlıklarını ihtiyaç olmadıkça ayrı hesaplara bölmemesi gerekmektedir.

Varlıkları toplamda tek bir hesaptan değerlendirmek zihinsel muhasebe hatalarını en aza indirebilmektedir.

### **2.6.16. Hale Etkisi (Halo Effect)**

Bir kişinin, gözlemleyemediği ya da kesin bilgi sahibi olmadığı özellikleri de dahil her şeyini beğenme ya da beğenmeme eğilimine hale etkisi denir (Kahneman, 2019: 97). Hale etkisi kişilere ya da durumlara karşı olan bakış açımızı biçimlendirerek onlara karşı doğru ya da yanlış ön yargılar oluşturmamıza neden olmaktadır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 45).

Aşağıda Solomon Asch'in yaptığı bir deneyde A ve B isimli iki kişiye ait kişilik özellikleri verilmektedir.

A: Zeki – Çalışkan – Atılgan – Ciddi – İnatçı – Kıskanç

B: Kıskanç – İnanç – Ciddi – Atılgan – Çalışkan – Zeki

Bu iki kişiye ait özellikler veriliş sırasına göre incelendiğinde A'nın, B'den daha olumlu özelliklere sahip olduğu gözükmemektedir. Listede ilk söylenen özellikler, sonradan gelen özelliklere yüklenen anlamı değiştirici etki yaratabilmektedir. Bir kişiye ait özellikler çoğunlukla gelişigüzel sıralanarak söylendiğinde, hale etkisinin yarattığı izlenimlerin ağırlığı nedeniyle kişilerin zihinlerinde farklı düşüncelerin oluşmasına neden olabilmektedir (Asch, 1946: 270-272).

Landy ve Sigall'in yapmış oldukları bir çalışmada ise erkek öğrencilerden kadın yazarlar tarafından yazılmış makaleleri değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışmanın ilk grubundakilere, makaleyi yazan kadınlara ait bir çekici bir de sıradan görünümlü yazar fotoğrafı eklenmiş makaleler verilmiştir. Diğer gruptaki deneklere verilen aynı makalelere yazar fotoğrafları eklenmemiştir. Makaleler ile ilgili yapılan değerlendirmelerde çekici yazar fotoğrafının olduğu makale olumlu değerlendirme alırken; sıradan bir görünüme sahip olan fotoğrafın eklendiği makale en düşük değerlendirme puanına sahip olmuştur. Fotoğrafsız verilen makaleler ise orta seviyede bir puan almıştır (Landy ve Sigall, 1974: 299).

Deneylerde de görüldüğü üzere hale etkisi yaşamımızın pek çok noktasında düşüncelerimizi etkilemektedir. İnsanlara ve durumlara karşı bakış açımızı

yönlendiren bu psikolojik ön yargı, çoğunlukla yanlış kararlar vermemize neden olmaktadır. Bir kişi ya da duruma ait zihnimizde oluşan hale etkisi, o kişi ya da durumun diğer iyi özelliklerle ilişkili olduğunu düşünmemize neden olmaktadır. Özellikle yakından tanımadığımız kişiler ve içinde bulunmadığımız durumlar hakkında bu etki ön plana çıkmaktadır. Başarılı ve yakışıklı bir ünlünün akıllı, kibar ve eğlenceli olabileceği; yeni tanıştığımız güzel ve kibar bir kadının cömert ve yardımsever olabileceği gibi düşüncelerin aklımıza gelmesi hale etkisinden kaynaklanmaktadır.

### **2.6.17. Hiperbolik İndirgeme (Hyperbolic Discounting)**

Bir karar verirken insanların en kısa sürede elde edebileceği düşük miktarlı seçeneği uzun dönemde elde edebileceği yüksek miktarlı seçeneğe tercih etmesi hiperbolik indirgeme olarak tanımlanmaktadır (Gowdy, Rosser Jr. ve Roy, 2013 : S97). Sunulan seçeneklerin tercih edilmesi elde edilecek sonucun rasyonelliğinden çok şimdiki zamana ne kadar yakın olduğuyula ilişkilidir.

İnsanların bugün yaptığı tercihlerin sonuçları ne kadar uzun sürede ortaya çıkarsa bu sonuçların göz ardı edilmesi daha kolay olabilmektedir. Günlük yaşamda kredi kartıyla alışveriş yaparken nakit harcamaya göre daha rahat harcama yapılması, taksitli alışverişlerin uzun vadede bedava etkisi oluşturmaları gibi durumlar birer hiperbolik indirgeme örneği olarak karşımıza çıkmaktadır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 47). Hiperbolik indirgeme durumunda bir seçeneğin algılanan değeri onu ne kadar çabuk elde edeceğimizle ilgili olduğu için insanlar tercihlerinde zaman içerisinde tutarsızlık gösterebilmektedir.

Bir yıl sonra 1.000 TL mi almayı tercih edersiniz, yoksa bir yıl bir ay sonra 1.100 TL mi almayı? Çoğu insanın bu soruya verdiği cevap 13 ay sonra 1.100 TL almaktır. Ancak soru, şu an 1.000 TL mi almayı tercih edersiniz yoksa bir ay sonra 1.100 TL mi almayı diye sorulduğunda, verilen cevap genellikle şu an 1.000 TL almaktır. Her iki örnekte de bir ay bekleyerek 100 TL kazanç elde edilecektir fakat zamana bağı olarak verdiğimiz kararlar değişiklik göstermektedir. Bu tarz seçeneklerle karşılaştığımızda dürtülerimize ne kadar hâkim olursak hatalardan

kaçınma ve mantıklı kararlar verme olasılığımız o kadar yüksek olmaktadır (Dobelli, 2013: 155-158).

### **2.6.18. Seçim Mimarisi (Choice Architecture)**

Seçeneklerin nasıl sunulacağını planlayarak, insanların seçimlerine yön verecek şekilde ayarlama yapılması durumuna seçim mimarisi denir (Thaler ve Sunstein, 2018: 109). Herhangi bir zorlama olmadan insanları bilinçli dürtülerle yönlendirmek seçim mimarisinin temel kullanım amacıdır.

Etkili bir seçim mimarisinde; seçmeye yatkın olduğumuz hazır seçenekler kullanılarak, hatayı kabul edip bunu lehimize kullanarak, geri bildirimle insanların gelişimine katkı sağlayarak, planlama sayesinde kıyaslamaları kolaylaştırarak, karmaşık seçimleri planlayarak bunları basitleştirmek için stratejiler geliştirerek, doğru teşvikleri doğru kişiler üzerinde uygulayarak olumlu sonuçlar elde etmek amaçlanmaktadır. (Thaler ve Sunstein, 2018: 100-130).

Kullanıcı merkezli seçim ortamlarının oluşturulmaya çalışıldığı seçim mimarisi yanlılığı, iyi kamu politikaları oluşturmaktan herhangi bir tüketim ürününün sunuşuna kadar pek çok alanda kullanılmaktadır (Thaler, 2019: 384). Açık büfede sunulan sağlıklı ve daha az sağlıklı yiyeceklerin sırası, marketlerdeki rafların dizilimleri, web sitelerinin tasarımları, bize uygun sunulan tedavi seçenekleri ve sağlık sigortaları gibi pek çok durum seçim mimarisi örnekleridir.

Her zaman seçim mimarisi yanlılığı insanların çıkarlarını gözetmeyebilir. Örneğin; bir restoran sahibi menüsünde kârlı ya da bozulmak üzere olan ürünleri daha kalın ya da dikkat çekici biçimde yazarak insanları satmak istediği ürünlere yönlendirebilmektedir (Thaler, Sunstein ve Balz, 2014: 430). Bu gibi çıkarıcı dürtüler seçim mimarisi yanlılığının kötüye kullanılabileceğini göstermektedir.

### **2.6.19. Batık Maliyet Etkisi (Sunk Cost Fallacy)**

Belirli bir süreçten vazgeçilmek istenmesine rağmen harcama ve katedilen yol nedeniyle sürece devam edilmesinin kişiye verdiği zarara batık maliyet etkisi denir (Dobelli, 2013: 13-15). Okuduğunuz 400 sayfalık bir kitabın 50. sayfasına geldiğinizde kitaptan sıkıldığınız hâlde ona para verdiğiniz için okumanız, bir filmi

beğenmediğiniz hâlde bilete para harcadınız diye izlemeye devam etmeniz, bir işi sevmediğiniz hâlde iki yıl tecrübe edindiniz diye o işte çalışmaya devam etmeniz, her şey dahil otel konaklamalarında ödenen para boşa gitmesin diye daha fazla yemek yeme gibi tüm durumlar batık maliyet etkisi örnekleridir.

Batık maliyet etkisi insanları “Bir kez bu yola girdik.” Mantiğıyla başlangıçta verdiği isabetsiz kararların peşinden gitmeye teşvik etmektedir (Demir, 2013: 103). Bu etki özellikle yatırım kararlarında daha sık ortaya çıkmaktadır. Yanlış bir yatırıma başlandığında o yatırımı sonlandırmak, maliyeti ne kadar yüksek olursa olsun daha kârlı ve akılcı olacakken; yatırıma devam etme durumu daha baskın gelmektedir. Fransız ve İngilizlerin, Concorde jetlerinin karlı olmadığını anlamasına rağmen yatırıma devam etmeleri bilinen meşhur örneklerden biridir (Baliga ve Ely, 2011: 35). Bu nedenle batık maliyet yanılgısı Concorde etkisi olarak da adlandırılmaktadır (Dawkins ve Brockmann, 1980: 892).

Geçmişte verilmiş olan bir kararın doğruluk seviyesi batık maliyetin ortaya çıkmasında önemli bir yere sahiptir. Verilen karar ne kadar hatalı ise ortaya çıkan maliyet o derece yüksek olmaktadır. Ancak bu maliyetin etkisi belirli bir süre devam etse de zamanla unutulmaktadır (Thaler, 2019: 80). İnsanların batık maliyet etkisine maruz kalmamaları için geçmişte aldıkları kararların yerine gelecekte karşılaşacakları fayda ve zararları hesap etmeleri gerekmektedir.

#### **2.6.20. Plasebo Etkisi (Placebo Effect)**

Latince “memnun edeceğim” anlamına gelen plasebo; telkin gücü ile çalışan, inanç ve koşullanmaya dayalı bir yöntemdir (Ariely, 2019: 184-186). Plasebo etkisi genellikle tıpta iki grup üzerinde uygulanan ve birinci gruba ilgili ilacın verildiği ya da tedavinin yapıldığı; ikinci gruba da ilacın verilmiş ya da tedavinin uygulanmış gibi yapıldığı bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Plasebo etkisi ile ilgili örneklerle tedavi, ilaç kullanımı, fiyat-kalite ilişkisi gibi pek çok alanda rastlanmaktadır.

Dr. Cobb, 1955 yılında plasebo etkisini ölçmek için gerçek ameliyat yapılan ve yapılmayan hastaların iyileşme durumunu incelemek adına kontrollü bir göğüs ameliyatı deneyi gerçekleştirmiştir. İlk gruba cerrahi işlem uygulanmış, ikinci gruba

da sadece kesik gerçekleştirilerek ameliyat yapılmış gibi gösterilmiştir. İki gruptaki hastalar üç ay boyunca rahatlama yaşamış, üç aylık rahatlamanın ardından iki grubun da göğüs ağrısı şikayetleri geri gelmiştir. Yapılan deney iki grup arasında da bir fark olmadığını göstermiştir (Ariely, 2019: 181-182).

Plasebo etkisinden fiyat ve kalite ilişkisi konusunda da faydalanılmaktadır. Tüketimden önceki kaliteyle ilgili beklentiler ve fiyatla ilgili ipuçları prestijli bir imaj sergilediğinde özellikle genç tüketiciler arasında plasebo etkisi oluşturarak satın alma olasılığını artırabilmektedir (Kim ve Jang, 2013: 307). Örneğin; lezzeti ve içeriği aynı bir kahvenin, biri sıradan ve normal fiyatlı; diğeri lüks ve pahalı iki kafede içildiğini düşünün. Plasebo etkisinin verdiği izlenimden ötürü lüks mekanda tüketilen ürün hem kalite hem de statü olarak tüketicisinde daha iyi bir izlenim oluşturabilmektedir. Bu durumda aynı ürün plasebo etkisinin temelindeki inanç, beklenti ve koşullanma neticesinde insanlara farklı bir izlenim ve fayda oluşturabilmektedir.

#### **2.6.21. Bedavanın Etkisi (Zero Price Effect)**

Bedava olan şeyleri, sıfır maliyetli gözükmesi ve yüksek derecede cazip gelmesi nedeniyle karşı konulmaz kılan duruma bedavanın etkisi denir (Ariely, 2019: 71). 2 alana 1 bedava kampanyaları, bedava ürün tanıtımları için uzun süren kuyruklar, haftanın belli günlerinde bedava olan müzeler, belirli limitlerin üzerine kargo bedava kampanyaları gibi pek çok bedava durum insanlara çekici gelmektedir.

İnsanlar bedava bir mal için aşırı reaksiyon gösterebilmektedir. Bedava bir malın değeri sıfır fiyat olmaktan ziyade içsel bir değer kazanmaktadır (Akkuş, 2018: 388). Bir malı 5 TL'den 0 TL'ye düşürmek, 10 TL'den 5 TL'ye düşürmekten daha etkilidir. Bu nedenle bedava bir ürün ya da hizmetin çekim gücü daha yüksektir.

İnsanlar ihtiyaçları olmadığı halde, bedava olduğu için bir üründen fazladan almaya meyilli olabilmektedir. Gerçekte bedava etkisi çoğu zaman sıfır maliyetli değildir. Bedava olduğu için kuyrukta bir yiyecek tanıtımını beklemek, müzelerin bedava olduğu günlerde yoğun kalabalık ve uzun sıralarla karşılaşmak durumlarında orada harcadığımız zamanla başka bir işi halledebileceğimizi bilmek aslında bir maliyet oluşturmaktadır.

### **2.6.22. Bağlam (Görelilik) Etkisi (Context Effect)**

Çevresel faktörlerin uyarıcı olarak insan algısına katılması ve uygun alternatiflerle kıyas yapma durumu oluşturmalarına bağlam etkisi denir (Ariely, 2019: 44). İnsanlar bağlama ait çevre, statü veya içinde bulunulan gruptaki bilgilerden faydalanarak bir yargıya varma eğilimi göstermektedir.

Örneğin; 60 TL olan iki kazak düşünelim. Birinci kazağın etiketinde %40 indirim ile 100 TL'den 60 TL'ye düştüğü, ikincisinde ise herhangi bir indirim ya da kampanya olmadan sadece ürünün fiyatının 60 TL olduğu yazmaktadır. Her iki gömleğin etiketinde ne yazarsa yazsın, esas olan iki gömleğin de nihai fiyatının 60 TL olduğudur. Ancak günlük hayatta görelilik durumu bizleri aldatarak, yanlış kıyaslamalar ya da fırsat maliyeti hesaplamaları yapmaya yönlendirebilmektedir (Ariely ve Kreisler, 2020: 40-41). Kısacası bağlam etkisi yaşamımızın pek çok alanında karşımıza çıkan zihinsel bir mekanizmadır ve bizi uyararak kısıtlı ya da yanlış alternatifler arasında seçim yapmaya yönlendirmektedir.

### **2.6.23. Aşırı Güven Etkisi (Overconfidence Effect)**

İnsanların kararlarının doğruluğunu ve bilgisinin kesinliğini sistematik olarak abartma eğiliminde bulunması aşırı güven etkisi olarak tanımlanmaktadır (Dittrich, Güth ve Maciejovsky, 2001: 2). Daha çok risk almaya teşvik eden aşırı güven, insanların denetim becerilerini abartmasına neden olmaktadır (Demir, 2013: 96). Bu nedenle insanlar kendi yeteneklerini olduğundan daha iyi görerek yanlış kararlar alabilmektedir.

Yapılan araştırmalarda sürücülerin %90'ının orta üstü bir şoför olduğunu düşünmeleri, insanların orta üstü bir espri yeteneğine sahip olduklarını düşünmeleri gibi genel durumlar “ortanın üstü” etkisini ortaya koymaktadır (Thaler ve Sunstein, 2018: 49). Bu etki insanların kendilerine duydukları güvenden kaynaklanmaktadır.

İnsanlar aşırı güven sonucunda temel iki hatayla karşılaşmaktadır. İlk hata; başarılı oldukları durumları hatırlayıp başarısız oldukları durumları unutma eğiliminde olmalarıdır. İkinci hata ise; elde ettikleri başarı şans eseri oluşmuş olsa bile bunun kendi yetenekleri sayesinde gerçekleştiğini düşünmeleridir (Aydın ve

Ağan, 2017: 62). Bu hatalar insanların kendilerine daha fazla güvenmelerine neden olurken; verilen kararlarda hata yapma olasılığını artırabilmektedir.

#### **2.6.24. Bilişsel Çelişki (Cognitive Dissonance)**

İnsanların tutum, inanç veya değerleriyle çelişen yeni bilgiler edinmeleri durumunda, bu bilgileri çeşitli şekillerle daha tutarlı hâle getirmeye çalışmaları bilişsel çelişki olarak adlandırılmaktadır (Festinger, 1962: 93). İnsanlar inançları ve davranışları uyuşmadığında çeşitli zihinsel çatışmalar yaşayabilmektedir.

Leon Festinger, ortaya koyduğu bu teoride uyum ve uyumsuzluk kavramlarını birlikte kullanmıştır. Ona göre uyumsuzluk durumunda psikolojik olarak rahatsız hisseden kişiler uyumsuzluğu azaltmak ve uyum sağlayabilmek için kendini motive edecektir. Bu sayede kişi uyumsuzluğu artıracak bilgi ve durumlardan kaçınma eğiliminde olacaktır. Kısacası bilişsel bir uyumsuzluk kişiyi uyum sağlamaya yönlendirme konusunda motive edici bir etki ortaya koymaktadır (Festinger, 1957: 3).

Bilgi edinme sürecinin uzunluğu ve vazgeçme maliyetinin büyüklüğü insanların içinde bulunduğu davranış ve tutumu değiştirmesini zorlaştırabilmektedir. Bu nedenle insanlar çatışma durumunda o davranışı değiştirmek yerine sahip olduğu inanç ve bilgiyi değiştirme eğiliminde bulunabilmektedir (Demir, 2013: 99-100). Bu durum insanların inançlarını değiştirerek yaptığı davranışları haklı çıkarmaya çalışmasına neden olmaktadır.

Bilişsel çelişki eğilimi, insanları mantıksız olarak nitelendirilebilecek çeşitli hatalar yapmaya yönlendirebilmektedir (Wilkinson ve Klaes, 2012: 135). Bu durum özellikle finansal piyasalarla ilgilenen yatırımcıların kararlarında sıkça görülmektedir. Yatırımcılar değeri düşen bir hisse senedini iyi değerlendirebilmek ya da piyasada çıkan olumsuz haberlerden etkilenmemek adına bazı rasyonel olmayan davranışlarda bulunabilmektedir. Kâr elde edeceği düşüncesiyle alınan hisse senetlerini, değeri düşmesine rağmen kâr elde edeceği beklentisine inanarak elde tutmaya devam etmek ya da piyasalarda diğer yatırımcıları takip ederek sürü davranışı sergilemek bilişsel çelişki eğiliminin sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın ve Ağan, 2017: 80).

### **2.6.25. Geçmiş Görüş Yanılgısı (Hindsight Bias)**

Geçmiş görüş ya da geri görüş yanılgısı insanların, meydana gelmiş bir olayın ya da olmuş bir şeyin gerçekleşme ihtimalinin yüksek olduğunu önceden tahmin ettiğini iddia ettiği bir bilişsel yanlılıktır (Fischhoff, 1975: 288). Genellikle “ben demiştim, en başından beri biliyordum” gibi kalıplarla ifade edilen geçmiş görüş yanılgısı, bir olay gerçekleştikten sonra insanların farkında olmadan o olaya ilişkin tahminlerinin değişmesine neden olmaktadır.

Gerçekleşen bir olaya karşı insanları, sanki o olayı daha önceden tahmin ettiği yanılgısına düşüren bu yanlılık, olay olmadan önce hiç akla gelmemiş olan gerekçeleri daha önceden bilinen deliller olarak değerlendirebilmektedir (Demir, 2013: 114). Çoğu zaman farkında olmadan gerçekleşen bu durum, zihnin gerçekleşmiş olay ya da duruma karşı bir kısa yol oluşturup yanılgıya düşmesine neden olmaktadır.

Thaler yaptığı bir deneyde, dönemin başında sınıfındaki öğrencilerden borsanın iki ay içindeki durumunu tahmin etmelerini istemiştir. Öğrencilerin büyük bir kısmı piyasaların düşüşte olacağı yönünde tahminde bulunmuştur. Beklenenin aksine iki aylık süreçte piyasalar yükselişe geçmiştir. Thaler, tekrar öğrencilerinden tahminlerini hatırlamalarını istemiştir. Ancak öğrencilerin büyük çoğunluğu piyasaların yükselişe geçeceği tahmininde bulunduklarını söylemiştir (Thaler, 2000: 138). Görüldüğü gibi insanlar gerçekleşmiş bir olay için öncesinde farklı tahminlerde bulunmuş olsa bile o olay gerçekleştikten sonra sonucu önceden bildiğini sanabilmektedir.

### **2.6.26. Züppe Etkisi (Snob Effect)**

Ekonomide yüksek gelirli insanların bir ürüne olan taleplerinin düşük gelirli insanlara göre ters orantılı olması durumu züppe etkisi olarak tanımlanmaktadır (Eğilmez, 2020). Züppe etkisinde bir lüks tüketim malına olan talebin artması, o malı tüketen yüksek gelirli insanların taleplerinin azalmasına yol açmaktadır.

Züppe etkisi insanların farklı ve ayrıcalıklı olma arzusuyla sürüden ayrılma aracı olarak nitelendirilmektedir (Leibenstein, 1950: 189). Züppe etkisi, insanların

daha az satın alınabilen ve yüksek popülaritesi olan ürünlere yönelerek sürü etkisinden kaçınmasına neden olmaktadır (Ergün, 2021: 814). Hem sosyal hem de kişisel etkiler barındıran züppe etkisi bireylerin lüks tüketimini etkileyen değişkenler barındırmaktadır.

Örneğin; bir A marka saat fiyatı çok yüksek olduğu için normal saatlere göre daha düşük talebe sahiptir. Ürünün fiyatı düştüğünde bile diğer normal saatlere göre pahalı olduğu için saat talep görmemektedir. Ancak ürünün fiyatı arttıkça saati almak isteyenlerin sayısı da artmaktadır. Çünkü artık bu saate daha az kişi erişeceği için ürün artık önemli bir statü sembolü haline gelmektedir (Eğilmez, 2019). Züppe etkisi nedeniyle insanlar pahalı ve lüks malları elde ederek statü sahibi olabilmek için gelir seviyesini aşan harcamalarda bulunabilmektedir.

#### **2.6.27. Para Aldanması (Money Illusion)**

Para aldatmacası, para illüzyonu ya da para yanılsaması, herhangi bir para biriminin değerinin arttığını ya da azaldığını algılayamama durumu olarak tanımlanmaktadır (Fisher, 1930: 4). Kısaca paranın nominal yani üzerinde yazan değeri ile gerçek değeri arasındaki fark para aldatmacası olarak adlandırılmaktadır (Eğilmez, 2016). İnsanlar çoğunlukla fiyatlar ve diğer para birimleri değişirken kendi para birimlerinin bu durumdan etkilenmediğini düşünerek para aldatmacasından etkilenebilmektedir.

Para aldatmacasından etkilenen bir kişi piyasada fiyatlar iki kat arttığında parasal gelirin de iki kat arttığını düşünerek bir zenginlik hissine kapılabilmekte, bu durum kişinin tüketim alışkanlıklarını değiştirebilmektedir (Kitapçı, 2017: 96). Günlük yaşamda nominal gelir ve fiyatların aynı oranda artması aslında kişinin gelirin aynı kaldığının göstergesidir. Ancak insanlar gelirleri arttığandan dolayı kendilerini daha zenginleşmiş hissedebilmektedir.

I. Dünya Savaşı'nın ardından 1922 yılında Irving Fisher ve Frederick W. Roman, Almanya'da tesadüfen tanıştığı yirmi dört kadın ve erkeğe para aldatmacası konusunda yaptıkları çalışmalara veri toplayabilmek adına çeşitli sorular sormuşlardır. Bir dükkan sahibi kadın savaştan bu yana para birimi %98 değer kaybedip fiyatlar elli kat artmasına rağmen ürünlerinin fiyatını belirlemede

enflasyonu hesaba katmamıştır. Fırsatçı olarak görölmek istemeyen kadın, Fisher’a sattığı gömleğin yerine yenisini almasının ona sattığından daha pahalıya geleceğini ifade etmiştir. Fisher ona o zaman neden düşük bir fiyata sattığını sormadan evvel kadın o gömleği ucuza aldığını ifade ederek kâr elde ettiğinden bahsetmiştir. Fisher bu örnek ile o dönemdeki satıcıların enflasyonu hesaba katmayarak korkunç bir para aldatmacasının kurbanı olduklarını ifade etmiştir (Fisher, 1930: 5-8).

### **2.6.28. Mali Aldanma (Fiscal Illusion)**

Mali aldanma, mali illüzyon ya da mali yanılsama terimi, James Buchanan’a göre ilk kez 1903 yılında Amilcare Puviani’ni tarafından kullanılmıştır. Ona göre otorite, mümkün olduğu kadar mali illüzyonlar yaratarak vergi mükelleflerinin ödeyeceği vergilerin gerçekte daha az külfetli olduğunu düşünmelerini sağlamaya çalışmaktadır (Buchanan, 1999: 127-130). Kamu gelirlerinin mükellefler tarafından tam olarak bilinmemesi durumunda mükellefler kamu kesiminin düşük bir maliyetle çalıştığını düşünebilmektedir. Bu nedenle mükellefler, kamu harcamalarının artırılması konusunda itirazda bulunmayabilmektedir. Bu durumda hükümetler topladıkları vergileri daha düşük göstermek için vergi gelirlerini gizleyerek mükellefler üzerinde bir illüzyon etkisi yaratabilmektedir (Eğilmez, 2016). Kısaca mali aldanma, mükelleflerin kamu gelirleri ve vergi miktarları konusunda yeterli bilgiye sahip olmamalarından dolayı otoritelerin vergi gelirlerini kolayca artırabilmesi durumudur.

1955-1994 yılları arası Birleşik Krallık’ta hükümet harcamaları üzerinden yapılan bir çalışma vergi yapısının belirli özelliklerinin, seçmenlerin kamu mallarını finanse etmek için ödedikleri vergileri azımsadığını göstermiştir. Genellikle mükelleflerin zihninde görünmez bir niteliğe sahip olan dolaylı vergiler, mali aldanma konusunda büyük rol oynamaktadır. Bu çalışmada da hükümetin harcama artışını finanse etmedeki en verimli vergisinin dolaylı vergiler olduğu görülmüştür (Gemmell, Morrissey ve Pinar, 1999: 702).

### **2.6.29. Ültimat, Diktatör ve Güven Oyunları**

Davranışsal iktisat ile ilgili yapılan çalışmalarda güvenilir ya da güvenilmez davranışları ortaya koyabilmek için çeşitli yöntemlerden faydalanılmaktadır.

İnsanların karar verirken nasıl davrandığı, çıkar çatışmalarının nasıl çözüleceği, stratejik davranışların ekonomik ve sosyal sonuçlara etkisi gibi konulara cevap arayan oyun teorisi, oyunların nasıl oynanması gerektiğini analiz eden bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Akin ve Urhan, 2018: 280). Ültimat oyunları, diktatör oyunları ve güven oyunları bu yöntemlerden bazılarıdır.

Ültimat oyunları, birkaç tur oynanan ve her turda araştırmacı tarafından katılımcılara verilen paraların, katılımcıların birbirine gönderme fırsatı olduğu bir oyun türüdür. Teklife cevap veren katılımcı, teklifi yapan katılımcının önerdiği tutarı kabul edebilir ya da reddedebilir. Eğer teklif kabul edilirse para teklif edildiği tutarda bölüşülür, kabul edilmezse her iki katılımcı da araştırmacının verdiği paradan pay alamaz. Her iki oyuncu da oyuna katılmadan önce teklifi kabul etmesi ve reddetmesinin sonuçları hakkında bilgi sahibidir (Thaler, 1988: 195-198). Yerleşik iktisat teorisine göre araştırmacı tarafından verilen tutar katılımcıların teklifine göre tutar ne olursa olsun kabul edilmelidir. Çünkü reddetme durumunda iki tarafta herhangi bir ödeme alamayacak ve bu iktisadi insan için rasyonel bir karar olmayacaktır.

Ancak yapılan çalışmaların çoğunda cevaplayanlar adil olduğunu düşünmedikleri bir teklifi cezalandırma maliyetine katlanarak reddedip her iki tarafın da kazanç sağlamasını engellemektedir. Haksız bir teklifte bulunduğu düşünülen teklif veren, cevaplayan tarafından cezalandırılma dürtüsüne yenik düşebilmektedir (Peterson, 2020: 252). Yapılan çalışmalar ültimat oyunlarında genellikle %20'nin altında olan teklif tutarlarının reddedilme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır (Thaler, 2019: 168).

Diktatör oyunu, ültimat oyunundan farklı olarak iki oyuncudan yalnızca birinin verdiği karara göre sonuçlanmaktadır. İki oyuncudan biri araştırmacı tarafından diktatör diğeri ise alıcı olarak seçilmektedir. Diktatör olarak seçilen katılımcıya, araştırmacı tarafından belirli bir tutarda para verilir ve parayı alıcı ile bölüşmesi istenir. Diktatörün bölüşeceği tutar konusunda sınırlama yoktur. İsterse alıcıya hiç para vermeyebilir, bir kısmını verebilir ya da hepsini verebilir. Genellikle ortalama %20 civarında teklifte bulunulan bu oyunda, yapılan her teklif saf bir diğerkâmlığı temsil etmektedir (Akin ve Urhan, 2018: 287).

Güven oyununun temeli ise 1995 yılında Berg ve arkadaşlarının yaptığı yatırım oyunu çalışmasına dayanmaktadır. Güven oyununda rastgele eşleştirilen iki katılımcı mevcuttur. Araştırmacı tarafından her iki oyuncuya da belirli miktarda para verilmektedir. İlk katılımcı parasının bir kısmını ya da tamamını diğer katılımcıya gönderebilir ya da dilerse hiç para göndermeyebilir. Bu esnada araştırmacı tutar sıfır olsa bile onu üçe katlayarak diğer katılımcıya ulaştırır ve bu eylem hakkında ilk katılımcıyı bilgilendirir. İkinci katılımcıya ise isterse ilk katılımcıdan gelen paranın bir kısmını birinci katılımcıya geri iade edebileceği söylenmiştir (Brülhart ve Usunier, 2012: 20). Rasyonel ve faydacı olması beklenen bireylerin karşı tarafa herhangi bir para göndermemeleri gerekmektedir. Ancak deneye katılanların neredeyse tamamı ikinci katılımcıya para göndermiştir. İkinci katılımcılar da oluşan güven sayesinde karşı tarafa yaklaşık olarak ilk başta verilen paranın yarısını geri göndermiştir (Akın ve Urhan, 2018: 301-302). Güven oyunları ile sosyal ve iktisadi kararlarda çeşitli etmenlerin güveni nasıl etkilediği ölçülmektedir. Bu sayede insan davranışlarının yerleşik iktisada göre beklenenin aksine ne gibi sonuçlar ortaya koyabileceği gözlemlenmektedir.

## **2.7. Davranışsal Maliye**

Psikoloji biliminin temel inceleme konularından olan davranışsal yaklaşımlardan diğer pek çok alanda faydalandığı görülmektedir. İktisat bilimi de bunlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle tüketici davranışları, pazarlama yöntemleri gibi pek çok konuda faydalanılan bu yaklaşımlar, kamu politikalarının yapımında da kullanılmaktadır. Bu sayede kamu politikalarıyla ilgili yapılan davranışsal çalışmalar da davranışsal maliyenin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Davranışsal maliye, davranışsal iktisattan farklı olarak kamu ekonomisi ve kamu politikaları üzerine yapılan çalışmaları ele almaktadır. Davranışsal maliyenin oluşumunda en etkili çalışmalardan biri Richard H. Thaler ve Cass R. Sunstein tarafından 2008 yılında yayınlanan “Dürtme (Nudge) Sağlık, Zenginlik ve Mutluluk İçin Alınan Kararları Geliştirmek Üzerine” isimli kitap olmuştur. Kitapta yer alan vergiye uyumu artırma, enerji tasarrufunu artırma, organ bağışını artırma, obeziteyle mücadele, etkili finansal kararlar verme, geri dönüşüme teşvik etme, tasarruf yapmaya teşvik etme gibi pek çok kamu politikasını geliştirmeye yönelik örnek,

davranışsal maliyenin çalışma alanına girmektedir. (Thaler ve Sunstein, 2018). Bu araçlar sayesinde insan davranışları değiştirilerek ya da yönlendirilerek karmaşık toplumsal sorunlar çözümlenebilmekte; bu sayede sosyal refah artırılabilir. Bu

Davranışsal yaklaşımların kamu politikalarında kullanılması, insanların özgür tercihlerde bulunabilmeleri ve kısıtlayıcı kamu müdahalelerinden korunmasını sağladığı için bu yaklaşımlar belirli koşullar sağlandığında ve insanlara bireysel karar verme özgürlüğü sunulduğunda olumlu sonuçlar vermektedir (Yılmaz ve Canbazer, 2020: 1836). Politika yapımında kullanılan davranışsal içgörüler, uygulanacak politikaların daha iyi tasarlanmasına katkı sağlayarak arzu edilen hedeflere ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Rapoport, Rojas Méndez ve Scartascini, 2020: 2). Sağlanan bu faydalar sayesinde kamu politikalarında davranışsal maliye uygulamalarının kullanımı önemli bir yer edinmeye başlamıştır.

## **2.8. Davranışsal Maliyenin Gelişimi**

Yerleşik iktisat teorisine göre insanların karar alırken rasyonel ve tam bilgi sahibi olduğu düşünülmektedir. Ancak yapılan pek çok çalışma, uygulamada durumun böyle olmadığını gözler önüne sermektedir. Bundan dolayı pek çok politika yapıcı, insanların bilişsel sınırlarının farkına vararak kamu politikalarında davranışsal içgörülerini alternatif bir araç olarak benimsemektedir (Bhargava ve Loewenstein, 2015: 96). 19. yüzyıldan itibaren bilgi üreticileri çalışmalarını deneysel verilere dayandırmaya başlamış, toplumu ve sorunları anlamak için; deneysel, niceliksel ve politika odaklı çalışmalara yoğunlaşmışlardır (Dunn, 2018: 34).

Vergi, savunma, enerji, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik gibi pek çok alanda kamu politikalarından faydalanılmaktadır. Davranışsal iktisattan ve araçlarından faydalanarak kamu politikalarını oluşturmak adına dünya üzerinde 200'den fazla kamu kurum ve kuruluşu, özel kuruluş ve kâr amacı gütmeyen araştırma kurumları çalışmalar yürütmektedir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 129). Bu kurum ve kuruluşlar yürüttükleri çalışmalar vasıtasıyla kamu politikalarında büyük tasarruflar sağlayarak davranışsal içgörü araçlarının tüm dünyada kullanımının yaygınlaşmasını sağlamışlardır.

### 2.8.1. Birleşik Krallık'ta Davranışsal İlgörü Takımı

Davranışsal maliye çalışmalarını yürütebilmek adına hükümet içerisinde oluşturulan ilk birim 2010 yılında Birleşik Krallık'ta kurulmuştur. İngiltere Kabine İşleri Başkanlığı içerisinde David Cameron tarafından kurulan ve Nudge Unit ve BIT olarak da bilinen The Behavioral Insight Team (Davranışsal İlgörü Takımı), uygulanacak politika müdahalelerini test etmek için deneysel bir yaklaşım kullanmaktadır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 129).

Politika yapıcılarını davranışsal ilgörülerin faydaları hakkında bilgilendirmek, yürütülen çalışmalarla kamu hizmetlerini iyileştirmek gibi temel amaçlarla yola çıkan BIT, dünyanın pek çok yerinde küresel ve sosyal amaçlara hizmet eden bir topluluğa dönüşmüştür (BIT, 2022). Böylece dünya çapında sağlıktan eğitime, enerjiden vergiye pek çok alanda çalışmalar gerçekleştirerek davranışsal maliye çalışmalarını ortaya koyan öncü yapılardan biri olmuştur.

**Tablo 2.3 :** MINDSPACE Kontrol Tablosu

|                          |                                                                                      |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Messenger (Haberci)      | Bilgiyi kimin ilettiğinden büyük ölçüde etkileniyoruz.                               |
| Incentives (Teşvikler)   | Teşviklere verdiğimiz tepkiler, öngörülebilir zihinsel kısayollarla şekillenir.      |
| Norms (Normlar)          | Başkalarının yaptıklarından güçlü bir şekilde etkileniriz.                           |
| Defaults (Varsayılanlar) | Önceden ayarlanmış seçeneklerin “akışına uygun” hareket ederiz.                      |
| Salience (Belirginlik)   | Yeni olan ve bize uygun görünen şeyler dikkatimizi çeker.                            |
| Priming (Hazırlama)      | Eylemlerimiz genellikle bilinçaltı ipuçlarından etkilenir.                           |
| Affect (Etkilemek)       | Duygusal çağrışımlarımız eylemlerimizi güçlü bir şekilde şekillendirebilir.          |
| Commitments (Bağlılık)   | Kamuya verdiğimiz sözlerle tutarlı olmaya ve karşılıklı eylemde bulunmaya çalışırız. |
| Ego (Benlik)             | Kendimizi daha iyi hissetmemizi sağlayacak şekilde hareket ederiz.                   |

**Kaynak:** Dolan vd., 2010: 8.

Birleşik Krallık Kabine Ofisi, BIT kurulmadan evvel politika tasarımı süreci boyunca MINDSPACE adını verdiği bir çerçeve geliştirerek bunu raporlaştırmıştır. Bu çerçeve politika tasarım sürecinde bir kontrol listesi işlevi sunarak insan davranışı üzerinde etkili ve zorlayıcı olmayan dokuz davranış biçimini temel almaktadır (Dolan vd., 2010: 8). Burada amaç insanları zorlamak yerine, onların fikirlerini değiştirerek davranışlarını değiştirmelerini sağlamaktır. Tablo 2.3’de bu dokuz davranış biçimi gösterilmiştir.

MINDSPACE ile geleneksel politika araçlarının yanında tamamlayıcı ve geliştirici bir etki ortaya koymak amaçlanmaktadır. Ardından BIT’in kurulmasıyla birlikte 2012 yılından itibaren kamu politikası tasarımında daha basit bir metot olan ve MINDSPACE’ten etkilenen EAST çerçevesi desteklenmiştir. Easy (kolay), Attractive (cazip), Social (sosyal) ve Timely (zamanında) kelimelerinin kısaltması olan EAST; kamu politikası yapımında daha etkili, kolay ve ulaşılabilir bir çerçeve olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle davranışsal içgörülerin çalışmalara uyarlanmasında EAST’in kullanılmasına karar verilmiştir (Service vd., 2014: 3-8). Her iki çerçeve tasarımı da kamu politikalarına davranışsal içgörülerin entegre edilmesini kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Böylece yürütülen çalışmaların kolaylaştırılması ve istenilen hedeflere ulaşılabilmesi amaçlanmaktadır.

Dünyanın pek çok yerinde pek çok kamu kurumu ve özel kurumlarla birlikte çalışan ve pek çok çalışmaya imza atan BIT; akademisyenler, eski devlet memurları ve politika uzmanlarından oluşan bir ekiple çalışmalarını yürütmektedir. Bunun yanı sıra Harvard, Oxford, Cambridge gibi çeşitli üniversitelerle iş birliği içinde olan BIT, düzenli raporlar, internet bültenleri ve akademik yayınlar ortaya koymaktadır (BIT, 2022).

İki yıllık deneme süresinin sonunda yarım milyon sterlin bütçeyle faaliyete geçen ekip, bütçesinin 22 katı tasarruf gerçekleştirmeyi başarmıştır. Bu sayede davranış bilimleri, ülkedeki çeşitli kamu kurumlarında da kullanılmaya başlanmıştır. Ekip iki yıl sonundaki başarılı çalışmaları sayesinde inovasyon şirketi olan Nesta ile birleşerek hükümet ve çalışanlarının ortak olduğu bir şirkete çevrilmiştir (Zeina vd., 2019: 128-129). Birleşik Krallık’ta yürütülen çalışmaların olumlu sonuçları, dünya genelinde davranış bilimlerinin kamu kurumlarında kullanılmasının önünü açmıştır.

### **2.8.2. ABD’de Sosyal ve Davranış Bilimleri Ekibi**

ABD’nin genelinde 2000’li yıllardan bu yana davranış bilimleri artan bir şekilde çalışmalara dahil edilmektedir (Zeina, vd., 2019: 147). Barack Obama, 2009 yılında, “Dürtme (Nudge) Sağlık, Zenginlik ve Mutluluk İçin Alınan Kararları Geliştirmek Üzerine” kitabının yazarlarından Cass R. Sunstein’i “The Office of Information and Regulatory Affairs” birimine yönetici olarak atamıştır (Ireland, 2013).

2015 yılında Obama, Beyaz Saray Teknoloji ve Bilim Ofisine bağlı Social and Behavioral Sciences Team’i (Sosyal ve Davranış Bilimleri Ekibi) kurarak kamu politikalarında davranışsal içgörü araçları kullanımını artırmayı hedeflemiştir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018, 129). Kamu refahının artırılmasına adına Obama, idari departmanlara ve ajanslara davranışsal içgörülerin etkisinin test edilip değerlendirilmesini ve elde edilen bulguların daha iyi kullanılması için gerekli talimatları vermiştir (Obama, 2015). Bu talimatlar vasıtasıyla davranışsal içgörü araçlarının kamu çalışmalarında kullanımı resmiyete bürünmüştür.

Obama, görevi bırakmadan evvel tüm kamu projelerinde bu yöntemlerinin kullanılmasıyla ilgili bir kanunu onaylamıştır. Böylece kamu politikalarında davranışsal içgörü araçlarının kullanımının popülaritesi daha da artırmıştır (Şimşek, 2018, 3).

### **2.8.3. Dünyadan Diğer Örnekler**

Birleşik Krallık ve ABD’nin elde ettiği başarılı sonuçların ardından dünyada pek çok ülke davranışsal içgörü araçlarını kamu çalışmalarında kullanmak için çeşitli birimler ve iş birlikleri kurmaya başlamıştır. Avustralya hükümeti tarafından 2016 yılında kurulan ve BETA olarak bilinen “Behavioural Economics Team of the Australian Government” (Avustralya Hükümeti Davranışsal Ekonomi Ekibi), sunulacak kamu hizmetlerinin tamamında davranışsal içgörü araçlarını kullanmayı hedefleyen ilk birim olmuştur. Bu oluşumla beraber The Victorian Behavioural Insights Unit de faaliyete geçmiştir. Aynı yılda Avustralya vergi idaresi de kendi bünyesinde bir davranışsal içgörü çalışmaları ekibi kurmuştur. Ardından 2017

yılında sosyal hizmetler birimi de kendi davranışsal içgörü ekibini oluşturmuştur (Zeina vd., 2019: 14).

Bunların yanında Nudge Unit Greece (Yunanistan Dürtme Birimi), Design Lab Tunisia (Tunus Tasarım Laboratuvarı), Behavioural Insights Singapore (Davranışsal İçgörüler Singapur), Behavioral Insights Unit Qatar (Davranışsal İçgörüler Birimi Katar), Sustainable Energy Authority in Ireland (İrlanda Davranışsal İçgörüler Birimi Sürdürülebilir Enerji Kurumu) gibi pek çok kamu oluşumu mevcuttur (Özdemir, 2019). Almanya, Fransa, Kanada, Danimarka, Hollanda, Almanya, Peru, Singapur gibi pek çok ülke de davranışsal içgörülerin başarısından etkilenecek kamu çalışmalarında faydalanmak üzere çeşitli birimler kurmuşlardır (Zeina vd., 2019).

Hükümet oluşumları dışında 2014 yılında kurulan European Nudging Network (Avrupa Dürtme Ağı), OECD (The Organization for Economic Co-Operation and Development, İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilat) ve HEC Paris Üniversitesi oluşumlarıyla iş birliği içinde ISSP (Initiative for Science Society and Policy, Bilim Toplumu ve Politikası Girişimi) vasıtasıyla yönetilmektedir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 129).

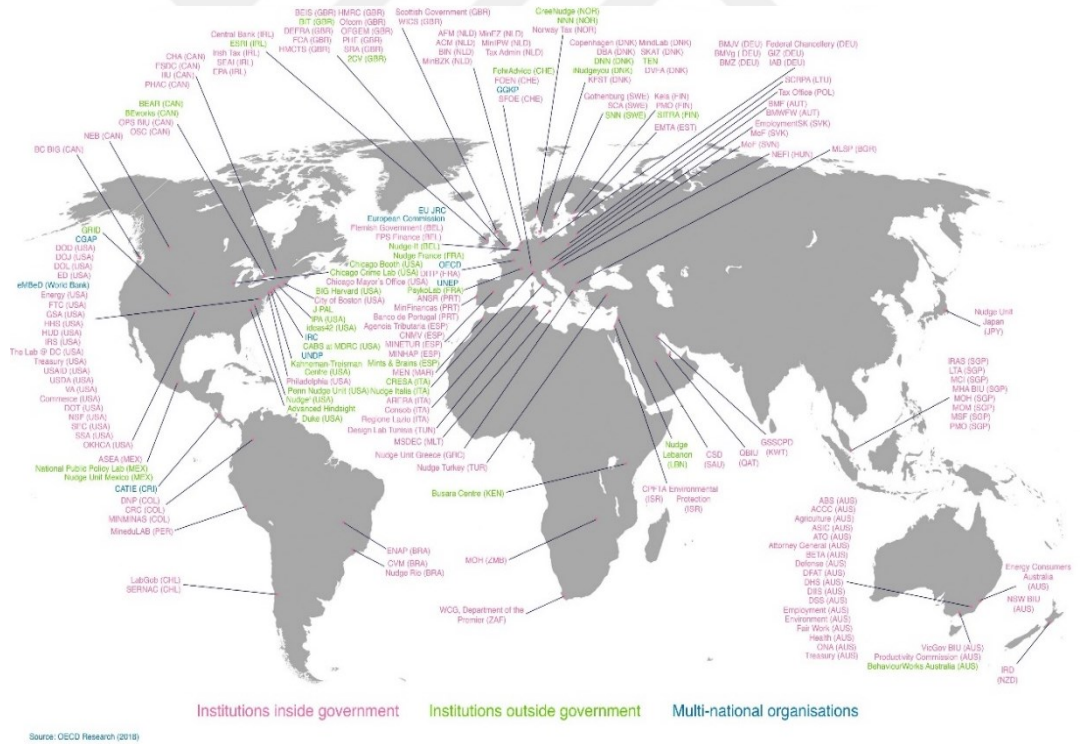
Irrational Labs, Kenya Busara Center, BEworks, Behavia gibi danışmanlık şirketleri de davranışsal içgörü uygulamaları konusunda danışmanlık hizmeti sunmaktadır. Bunların yanı sıra davranışsal içgörü; OECD, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Avrupa Komisyonu, eMBED (Mind, Behavior and Development Unit, Zihin, Davranış ve Gelişim Birimi) gibi çok uluslu oluşumlar tarafından da benimsenen bir araç olmuştur (Özdemir, 2019: 255-256).

2015 yılında Dünya Bankası'nın yayınladığı Dünya Kalkınma Raporu'nun konusunu davranışsal bilimler oluşturmuştur. O dönemde kurulan ve faaliyete geçen eMBED aracılığı ile Dünya Bankası bünyesinde 65 ülkede 85'i aşkın projeye imza atılmıştır (Dalton, 2018). 2008 yılında Harvard'da kurulan ve kâr amacı gütmeyen Ideas42 ise dünyada kurulan ilk davranışsal çalışma laboratuvarıdır. 2013 yılında Harvard'da bu konuyla ilgilenen bir grup öğrenci ve akademisyen bir araya gelerek

BIG olarak bilinen Behavioral Insights Group'u (Davranışsal İlgörüler Grubu) kurmuşlardır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 129-130).

Dünyada ortaya çıkan bu oluşumlar kamu kurumlarına bağlı olabildiği gibi danışmanlık şirketleri, üniversiteler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve çok uluslu organizasyonlar bünyesinde de faaliyet gösterebilmektedir. Bu kurum ve kuruluşlar bireysel tasarrufları artırma, vergi politikalarını iyileştirebilme, ticari teşvikleri artırma, çevre koruma ve enerji tasarrufu, organ ve kan bağışını artırma, bireysel emekliliği artırma gibi pek çok konuda büyük katkı sağlayarak sosyal refahı artırıcı etkiler ortaya koyabilmektedir. Aşağıda Şekil 2.1'de dünyada faaliyet göstermekte olan 200'ü aşkın davranışsal içgörü birimleri gösterilmektedir.

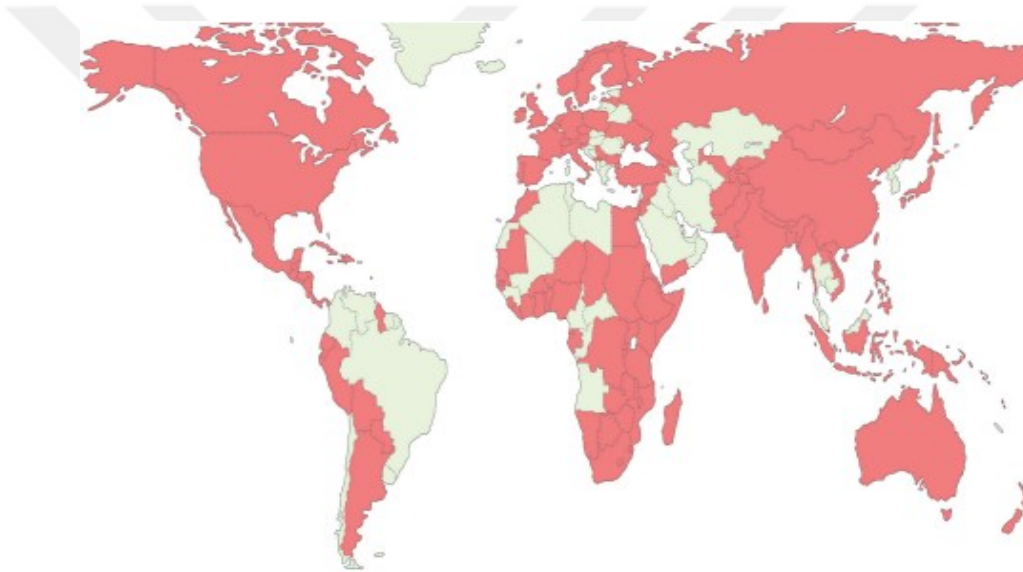
**Şekil 2.1 : Dünyada Faaliyet Gösteren Davranışsal İlgörü Birimleri**



Kaynak: OECD, 2022.

Şekil 2.2’de ise davranışsal içgörüler kamu politikası tasarımında kullanan ülkeler işaretlenmiştir. Yapılan araştırmada dünyanın %70’inden fazlasının kamu politikası tasarımında modern davranışsal yaklaşımlardan faydalandığı görülmektedir (Whitehead vd., 2014: 22). Davranışsal içgörü araçlarının kullanıldığı çalışmaların ortaya koyduğu faydalı sonuçlar, kısa zaman içinde dünyaya yayılarak organizasyonel bir yapının oluşumuna katkı sağlamıştır.

**Şekil 2.2 :** Dünyada Kamu Politikası Tasarımında Faaliyet Gösteren Davranışsal İçgörü Birimleri



**Kaynak:** Whitehead vd., 2014: 22.

#### **2.8.4. Türkiye’de Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı – Nudge Turkey Projesi**

Türkiye’nin davranışsal kamu politikalarına verdiği önem yakın geçmişe dayanmaktadır. Türkiye’de Bilgi Üniversitesi’nde iktisat alanında deneysel çalışmaları yürütebilmek için 2009 yılında kurulan BELIS (Bilgi Economics Lab of İstanbul), 2015 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nde kurulan Davranışsal ve Deneysel Laboratuvar, 2020 yılında faaliyete geçen Galatasaray Üniversitesi Davranışsal ve Deneysel Ekonomi Laboratuvarı gibi laboratuvarlar alanla ilgili akademik çalışmaların yürütüldüğü merkezlerdendir.

Türkiye’de çalışmalarına 2015 yılında başlanan ve 2017 yılının sonunda Ekonomi Bakanlığı’nın (Yeni ismiyle Ticaret Bakanlığı) bünyesinde Davranışsal Aksiyon Takımı isimli ve Nudge Turkey olarak da bilinen bir birim kurularak davranışsal içgörü araçları birer politika aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Özdemir, 2019, 249). Birleşik Krallık Türkiye Büyükelçiliği ve EY (Ernst and Young) Türkiye şirketinin destekleri ile kurulan ve “Türkiye’de Ekonomik Reformların Güçlendirilmesi: Davranışsal Tekniklerin Kamu Politikası Yapım Süreçlerine Entegrasyonu” projesini yürüten birimin, davranışsal ve yapısal gelişim alanlarına çözüm sağlayabilecek uygun davranışsal kamu müdahalelerini tasarlaması hedeflenmiştir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 165).

Davranışsal Kamu Politikaları Birimi Türkiye’de kamu tarafından gerçekleştirilen ilk rastgele kontrol deneylerini gerçekleştirmiştir. Bununla beraber Ekonomi Bakanlığı’na bağlı “Senin Kararın! (mı?) Kamu Politikası Tasarımında Davranışsal Yaklaşım” isimli bir kitap da yayınlamışlardır. Kitapta davranışsal kamu politikaları tasarımı konusunda yürütülen çalışmalara yer verilmiştir (Ekonomi Bakanlığı, 2018). Bunların yanında Nudge Turkey, davranışsal kamu politikaları eğitimi başlığıyla Marmara Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi’nde Nudge Bootcamp etkinlikleri de düzenlemiştir.

2018 yılında Ekonomi Bakanlığı’nın kaldırılmasıyla Davranışsal Aksiyon Takımı, Ticaret Bakanlığı bünyesinde İhracat Genel Müdürlüğü’ne bağlı olan Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı altında faaliyetini sürdürmüştür. Birimin İhracat Genel Müdürlüğüne devri ile davranışsal içgörü araçlarının dış ticaretle ilgili kamu politikalarında öncelikli olarak çalışmalarını sürdürmesi beklenmiştir (Yılmaz ve Canbazer, 2020: 1842).

Türkiye’de bu takıma ait çalışmaların sunulduğu Ticaret Bakanlığı öncülüğünde gerçekleştirilen 1. Ulusal Davranışsal Kamu Politikaları Konferansı da 5 Kasım 2019 yılında gerçekleştirilerek diğer kamu kurumlarına da davranışsal içgörü araçlarının kamu politikası tasarımına uygulanması konusunda bilgilendirme yapılmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019). Konferansa 32 farklı bakanlık, kamu kurumu ve üniversiteden 280 kişi katılım göstermiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019: 46). Konferansta Davranışsal Aksiyon Takımı’nın “ihracata yönelik devlet destekleri

hakkında farkındalık yaratılması” ve “ihracata yönelik devlet destekleri kapsamında firmaların eksik belge tamamlama sürelerinin kısaltılması” konularında iki rastgele kontrol deneyi gerçekleştirdiğinden bahsedilmiştir.

Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı’nda, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Dairesi’nin uzman personeli tarafından Davranışsal Kamu Politikaları Tanıtım Sunumu gerçekleştirilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2020). Bu hamle ile davranışsal kamu politikası çalışmalarının diğer bakanlıklarda da uygulanmasının hedeflendiği düşünülmektedir.

## **2.9. Davranışsal Maliyenin Uygulama Yöntemleri**

Kamu ekonomisi ve kamu politikaları konusunda yapılan çalışmaları ele alan davranışsal maliye, davranışsal içgörü ve deneysel iktisat araçları vasıtasıyla çeşitli uygulamalar gerçekleştirmektedir. Bu uygulamalardan elde edilen sonuçlarla etkili bir kamu politikası tasarımına ulaşmak hedeflenmektedir. Aşağıda bu uygulama yöntemlerinden bazı örnekler verilmiştir.

### **2.9.1. İhale Tasarımı Deneyleri**

İhale bir diğer adıyla açık artırma deneyleri, davranışsal maliyenin çalışma konularından biridir. Özellikle özelleştirmeler ve kamu malı alımlarında karşımıza çıkan ihaleler; açık artırmanın çeşitli formatları, açık artırmalarda farklı kural denemeleri, farklı türdeki ürünlerin açık artırmalar üzerindeki etkisi gibi konularda davranışsal içgörü araçları yardımıyla deneysel çalışmalarda kullanılabilir (Aktan ve Yay, 2019: 25). 2020 Nobel Ekonomi Ödülü’nün sahibi olan Paul Milgrom ve Robert B. Wilson da açık artırma teorisini geliştirmek ve yeni açık artırma modelleri ortaya koymak için gerçekleştirdiği deneysel çalışmalarla ödülün sahibi olmuştur (The Nobel Foundation, 2020). Kamu politikası uygulayıcıları, ihale tasarımı deneylerinden faydalanarak etkin bir ihale süreci gerçekleştirebilmektedir.

### **2.9.2. Kamusal Mal Deneyleri**

Rekabetin ve dışlanmanın olmadığı bir mal türü olan kamu mallarında insanların, bireysel ve toplumsal çıkarları söz konusu olduğunda nasıl davranışlarda

bulunduğunu gözlemlemek için gerçekleştirilen deneyler kamusal mal deneyleri olarak adlandırılmaktadır. Kamu mallarının en önemli problemlerinden olan bedavacılık sorunu kamusal mal deneylerinin temel inceleme alanlarındandır.

İnsanların bir kamusal mal ve hizmetten faydalanma isteği, o mal ve hizmete bir bedel ödemesi gerektiğinde bedava faydalandığı durumdaki kadar yüksek olmamaktadır. Bu tip davranışların nedeni araştırmak ve sistemin işleyişini düzenleyebilmek adına kamusal mal deneyleri gerçekleştirilerek davranışsal maliye araçlarından faydalanılmaktadır (Urhan, 2015).

### **2.9.3. Pazarlık Deneyleri**

Pazarlık süreçleri de davranışsal maliye alanına giren konulardan biridir. Deneysel iktisadın araçlarından olan ultimatör, diktatör ve güven oyunu gibi oyunlar aracılığıyla pazarlık konusunda çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Aktan ve Yay, 2019: 22). Pazarlık deneylerinde özellikle bireylerin hakkaniyet arayışı, eşitsizlikten kaçınma durumu ve referans noktasına bağlı tercihleri deneyleri beklenenin ötesinde sonuçlara yönlendirebilmekte, bu da yerleşik iktisat teorisinde beklenen rasyonel ve akılcı insan varsayımının geçerli olmadığını tekrarlanabilir çalışmalar sayesinde pek çok kez gözler önüne serebilmektedir (Karagözoğlu ve Keskin, 2021: 20). Bu deneylerden çıkan sonuçlar davranışsal kamu politikalarında uygulanacak modellerin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

### **2.9.4. Karar Vermeyle İlgili Anomalilere Dair Deneyler**

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki insanlar iktisadi bir karar alırken psikolojik ve duygusal durumlarıyla karar mekanizmalarını yönlendirebilmektedir. Bu nedenle insanlar karar verirken davranışsal içgörü araçlarından büyük ölçüde etkilenmektedir.

Risk ve belirsizlik altında karar verirken insanların tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri kazanma ve kaybetme duygusunun gerçekleşme ihtimalidir (Yiğitbaş, 2021: 33). Bu ihtimaller dahilinde insanlar kayıptan kaçınma, sahiplik etkisi, temsiliyete bakarak karar verme etkisi, statüko etkisi gibi pek çok davranışsal içgörü aracından etkilenebilmektedir (Urhan, 2015). Bu nedenle davranışsal maliye

alışmaları neticesinde uygulanacak deneylerde bu araçların kullanımı, insanların karar verirken ne gibi etmenlerden etkilendiğini ortaya koymak adına büyük fayda sağlamaktadır.

### **2.9.5. Emek Piyasası Deneyleri**

Emek piyasası deneysel ve davranışsal iktisatçıların çalışma alanlarından biridir. Piyasa fiyatlarının üstünde verilebilecek maaşların çalışan performansına etkisi, çalışma-dinlenme süreleri arasındaki mübadele ilişkisi, iş arama modelleri ve bu modellerin test edilmesi gibi konular emek piyasası deneylerinin başlıca konuları arasında yer almaktadır (Urhan, 20015).

David Card, Joshua Angrist ve Guido Imbens deneysel metotları kullanarak asgari ücret, göç ve eğitimin işgücü piyasaları üzerindeki etkisini analiz ettiğı çalışmaları ile Nobel Ekonomi Ödülü'nün sahibi olmuştur (The Nobel Foundation, 2021). Görüldüğü gibi emek piyasasına ait kamu politikaları tasarımıında davranışsal ve deneysel yaklaşımların kullanımı, alana dair yeni ve faydalı çalışmaların ortaya çıkabilmesine katkı sağlamaktadır.

### **2.9.6. Varlık Piyasaları Deneyleri**

Pek çok alıcı ve satıcıyı barındıran bu piyasalar; bilginin dağılımı, asimetrisi ve etkinliği gibi konular dolayısıyla davranışsal maliyenin inceleme konularından biri olmaktadır (Urhan, 2015).

Varlık piyasaları çoğu zaman bir ekonomik kabarcık ya da varlık balonu tehdidi ile karşı karşıya kalmaktadır. Balonlar, piyasada alıcı ya da satıcı aktörleri irrasyonel davranış ve kararlara yönlendirebilmektedir. Bununla birlikte bu tip tutarsız balonlar piyasada davranışsal içgörü araçlarından örneklerin görülmesine de neden olabilmektedir (Aktan ve Yay, 2019: 25). Varlık sahipleri alım satım yaparken sürü psikolojisine girebilmekte ya da geçmiş görüş yanılgısıyla yaptıkları işlemin sonucunu sanki önceden biliyorlarmış gibi davranış sergileyebilmektedir. Bu durumda bu piyasalarda oluşabilecek durumların davranışsal ve deneysel metotlarla önceden test edilmesi alınacak kararlarda daha optimal sonuçlara ulaşılabilmesine katkı sağlayacaktır.

### **2.9.7. Endüstriyel Organizasyon Deneyleri**

Endüstriyel organizasyon deneyleri kamu sektörü ve özel sektörün piyasadaki yapısı, işleyişi ve kısıtlamalarının test edilmesini sağlamaktadır. Firmalar arası rekabet, kamunun müdahalesi, piyasanın gücü, ürün farklılaştırma gibi konularda yönetilebilen deneyler, piyasada oluşabilecek sonuçların etkisini önceden laboratuvar ortamında test edebilmeye olanak sağlamaktadır (Urhan, 2015).

Organizasyon düzeyindeki deneylere ait ilk çalışmalar Vernon L. Smith'in hocası olan Edward H. Chamberlin tarafından 1948 yılında gerçekleştirilmiştir (Chamberlin, 1948). Ardından Smith, Chamberlin'in çalışmalarını geliştirerek ve piyasa mekanizmalarını laboratuvar ortamında test edilebilir bir araç haline getirerek 2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü almaya hak kazanmıştır (The Nobel Foundation, 2002). Endüstriyel organizasyon deneyleri sayesinde piyasada yapılacak en ufak değişikliklerin ortaya koyabileceği etkiler incelenebilmekte, ortaya çıkabilecek sonuçlar tahmin edilebilmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DAVRANIŞSAL MALİYE YAKLAŞIMLARININ VERGİ UYUMUNA YÖNELİK ETKİLERİNİN SONUÇLARI - ÇEŞİTLİ ÜLKE UYGULAMALARI

#### 3.1. Davranışsal Maliye Yaklaşımlarının Kamu Politikalarına Etkisi

Kamu maliyesi; devlet ve kamu tüzel kişilerinin kamusal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ortaya koydukları faaliyetleri ve bu faaliyetlerin sınırlarını iktisadi ve sosyal açıdan inceleyen, bu birimlerin kamusal mal ve hizmetleri sunabilmesi adına yaptıkları harcamaları ve bu kamusal harcamaları finanse etmek için topladıkları gelirleri, bu gelir ve harcamalara ilişkin dengenin sağlanması ve tüm bu faaliyetlere ilişkin sonuçları iktisadi, mali, hukuki, ve siyasal açıdan inceleyen bir sosyal bilim disiplini (Susam, 2019: 2). Devlet toplumda yasaları yürürlüğe koyan, politikaları yapan ve kaynakları tahsis eden bir konuma sahiptir. Kamu politikası ise var olan bir toplumsal ihtiyaç ya da sorunu en uygun çözüm seçenekleriyle çözmek için kamusal aktörlerin ortaya koyduğu karar ve eylemler olarak tanımlanmaktadır (Gül, 2015: 8).

Eğitim, sağlık, savunma, enerji, sosyal güvenlik, çevre, vergi gibi birçok konuda gerçekleştirilen kamu politikalarının oluşum sürecinde çeşitli aktörler yer almaktadır. Bu süreçte yasama, yürütme, yargı resmî aktörleri; siyasi partiler, baskı grupları kamuoyu sivil aktörleri; diğer ülkeler, uluslararası kuruluşlar ise uluslararası aktörleri oluşturmaktadır (Sevük ve Akın, 2019: 171-180). Kamu politikasının bir alt çalışma alanı olan kamu politikası analizi ise; kamu politikalarının oluşumu, özellikleri, oluşturulma yöntem ve gerekçeleriyle uygulama sonuçlarına odaklanan bir yöntemdir (Gül, 2015: 10). Bu analizle politika yapıcılar etkili ve kullanışlı veriye ulaşarak; etkin, ihtiyaçlara yönelik ve kullanılabilir sonuçlar elde edebilmelidir. Davranışsal yöntemlerin iktisadi çalışmalara entegre edilmesiyle birlikte davranışsal yöntemlerden, kamu politikalarının oluşum sürecinde de faydalanılmaya başlanmıştır.

Davranışsal kamu politikası, davranışsal içgörülerin ve davranışsal iktisat araçlarının kamu politikası tasarım süreçlerine uygulanması olarak tanımlanmaktadır (Oliver, 2019: 917). David Halpern'e göre psikoloji ve davranış bilimlerinin, politika oluşum sürecinde kullanılırken faydalandığı üç önemli aşama mevcuttur. Bunlar algı çalışmasının gelişmesiyle deneysel psikolojinin gelişimi, sosyal psikolojideki gelişim ve bilişsel psikolojideki gelişimdir. Bu gelişimler sayesinde psikoloji ve iktisadın birbirine entegre edildiği çalışmalar yeni çalışma alanlarına, iş dünyasına ve hükümetlere yayılmıştır (Halpern, 2015: 24-30).

Özellikle ABD ve Birleşik Krallık'ta uygulanan çalışmaların başarılı sonuçlar ortaya koyması, davranışsal kamu politikalarının dünyadaki kamu kurum ve kuruluşlarında kullanılmasını yaygınlaştırmıştır. ABD'de David Halpern, Birleşik Krallık'ta Cass R. Sunstein gibi isimler davranışsal kamu politikalarının oluşumunda öncülük eden çalışmalar ortaya koymuşlardır. Davranışsal kamu politikalarını da içeren çalışmaları ile Richard H. Thaler'in 2017 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmesiyle alana olan ilgi daha da artmıştır. Bu sayede klasik kamu politikası tasarım sürecine, düşük maliyetli ve uygulaması kolay olan davranışsal yöntemlerin dahil edilmesiyle davranışsal maliye alanı ortaya çıkmıştır.

Davranışsal maliye uygulamaları hiçbir zorlama olmadan, basit ve ufak çaplı müdahaleler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Dünya genelinde yayımlanan çeşitli çalışmalarda pek çok konuda davranışsal maliye yaklaşımlarından faydalandığı görülmektedir. Ülkemizde ve dünyada bu çalışmalara ait konulara şu örnekler verilebilir (Yılmaz ve Canbazer, 2020: 1829; 1840);

- Vergi uyumunu artırma ve vergi politikalarını iyileştirme,
- Finansal okuryazarlık seviyesinin artırılması
- Bireysel emekliliğe katılımın artırılması
- Bireysel tasarrufların artırılması
- Ticari teşviklerden faydalanma oranının artırılması
- Yolsuzlukla mücadele
- İşsizliğin azaltılması
- Eğitime kaydolmanın ve devamlılığının sağlanması

- İşgücü piyasalarındaki verimliliğinin artırılması
- Enerji tasarrufunun artırılması
- Çevreyi koruma
- Organ ve kan bağışının artırılması
- Obezite ile mücadele
- Kredi kartı kullanımının rasyonelleştirilmesi
- Trafik kurallarına uyum oranının artırılması
- Doğal afet sigortalarına katılım oranının artırılması
- Sağlık kurumlarında randevu sisteminin kullanmasının artırılması
- Telekomünikasyon hizmetlerinde uygun tarifenin seçilmesinin sağlanması
- Tütün mamullerinin kullanımının azaltılması

Kamu politikalarının verimliliğini artırmak için yapılan bu davranışsal çalışmalar başarılı sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu olumlu etki sayesinde davranışsal maliye yaklaşımlarının yer aldığı çalışmalar hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılım göstermektedir.

### **Türkiye’den Örnekler:**

2018 yılında Türkiye’de 21 Mart Dünya Ormancılık Günü için “Daha Yeşil Bir Türkiye’yi Birlikte İnşa Edelim” isimli bir ağaçlandırma seferberliği başlatılmıştır. Bu seferberlikle Türkiye genelinde ve il bazlı Orman ve Su İşleri Bakanlığı’nın yatırımlarını anlatan bir broşür, bir adet karaçam ağacı tohumu ve cumhurbaşkanı tarafından kaleme alınan bir mektup posta yoluyla 23 milyon vatandaşa gönderilmiştir. Burada devlet tarafından çevreye verilen önem vurgulanmış, davranışsal yöntemlerle vatandaşların da bizzat çevreye katkı sağlaması amaçlanarak çevre koruma bilinci elde etmesi beklenmiştir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2018: 126-127).

Türk Kızılay’ı, gönüllü kan bağışını teşvik etmek ve kan vermeye yönelik motivasyonları artırmak amacıyla çeşitli davranışsal yaklaşımlardan faydalanmaktadır. Bağışçıların bağışladığı kanın kullanıldığına dair isme özel bilgilendirme mesajı gönderme, kan stoku düştüğünde bağışçılarına mesajla çağrıda bulunma ve kan bağışçısının ikametgah bölgesinde yeni bir kan bağışı etkinliği

olduğunda mesajla bilgi verme gibi yöntemlerden faydalanıp bağışçılarda süreklilik ve yüksek motivasyon sağlayarak kan bağış davranışını yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır (Türk Kızılay, 2018: 43).

2018 yılında Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, daha önce ihracat desteklerine başvurmamış ihracatçıları bu teşviklerden faydalandırabilmek adına bir rastgele kontrol deneyi çalışması gerçekleştirmiştir. Çalışmada 30.000 firma beş farklı gruba ayrılmıştır. Biri standart mesaj içeren dört farklı e-posta hazırlanarak dört gruba gönderilmiş, beşinci gruba herhangi bir e-posta gönderilmemiştir. Bu e-postalara proje kapsamında özel olarak oluşturulmuş ihracat destekleriyle ilgili bilgileri içeren [www.kolaydestek.gov.tr](http://www.kolaydestek.gov.tr) internet sitesinin linki de eklenmiştir. Ayrıca linke tıklayarak siteye giren ihracatçıları ekonomi bakanının davranışsal içgörü yöntemleriyle hazırlanmış mesajlar içeren bir teşvik konuşması karşılamaktadır. Kısa vadeli ikincil çalışma sonuçları gönderilen e-postaların %29 ile %36 arasında açıldığını; internet sitesi linkine ise %6 ile %15 arasında bir tıklanma gerçekleştiğini göstermiştir. Beklentinin üzerinde gerçekleşen bu çalışma ile desteklerden faydalanan firma sayısı artırılmak istenmiştir (T.C Ekonomi Bakanlığı, 2018: 108-116).

### **Dünyadan Örnekler:**

Sağlık alanında insanların daha fazla aktif harekette bulunmasını sağlamak için Avusturalya’da 646 kişiden oluşan 50 takıma Fitbits isimli adım ölçen cihazlar verilmiştir. Takımlar ikiye ayrılmış; ikinci gruptakilere kişiselleştirilmiş takım performans bildirimleri gönderilirken ilk gruba sadece genel liderlik tablosu bilgisi iletilmiştir. Deneyde kişiselleştirilmiş bildirimler alan ekip adım sayısını neredeyse %50 oranında artırarak daha iyi bir performans göstermiştir (BIT, 2016: 77).

Kanada’da 45 yaş ve üzeri emekli olmuş kişilerin %54’ünün herhangi bir mali planı olmadığı tespit edilmiştir. Bir emeklilik planı oluştururken ortaya çıkan dokuz davranışsal engel tespit edilip bu durumu ele alan otuz potansiyel strateji belirlenmiştir. Bunun yanında insanları Kanada hükümetinin çevrimiçi emeklilik geliri hesaplayıcısına yönlendirmek için teşvik mesajları gönderilmiştir. Mesajlarda “Emekliliğinizi kiminle geçireceğinizi hayal edin.” şeklinde gönderilen mesajı alan

grup, “Emekliliğiniz için hazırlanın.” mesajını alan gruptan daha yüksek oranda emeklilik hesaplayıcısına tıklamıştır. Bu mesaj yönteminin emeklilik planlamasının kısa vadeli faydalarına, emeklilikten sonra yapılacak faaliyetlere ve emeklilik planının basitliğine odaklanan yöntemlerden daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir (BIT, 2018: 13).

Birleşik Krallık’ta yeterli organ bağıışı sağlanamadığı için her gün ortalama üç kişinin öldüğü tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalar on kişiden dokuzunun organ bağıışını desteklediğini ancak üç kişiden birinden daha az oranda insanın bağıışçı olmak için kayıt yaptırdıkları tespit edilmiştir. Organ bağıışçısı sayısını artırabilmek için insanların sürücü belgesine başvururken ya da taşıt vergilerini öderken kullandıkları internet sitesinden faydalanılmıştır. Sitede kullanılan sekiz farklı resim ve mesaj aracılığıyla işlemi tamamlayan kişilerle rastgele kontrollü deney çalışması gerçekleştirilmiştir. Kullanılan sekiz farklı mesaj içeriği, kontrol grubuna kıyasla organ bağıışına kaydolma oranını önemli ölçüde artırmıştır (BIT, 2013). Basit bir müdahaleyle organ bağıışçısı sayısında ciddi bir artış sağlanmıştır.

2015 yılında Birleşik Krallık’ta gerçekleştirilen yetişkinlerin matematik ve İngilizce yeteneklerini geliştirmek için katıldıkları ileri eğitim kurslarına devamlılığını sağlamak amacıyla yaklaşık 2.000 öğrenci üzerinde bir deney çalışması gerçekleştirilmiştir. 19 yaş üzeri öğrencilerden oluşan bu grup kontrol ve deney grubu olarak ikiye ayrılmıştır ve deney grubuna on hafta boyunca davranışsal içgörü araçlarıyla hazırlanmış kısa mesajlar gönderilmiştir. Mesajlarda derslerin sağlayacağı faydalar, motivasyon artırıcı pozitif geri bildirimler, planlama ve destek içeriklerine yer verilmiştir. Bu sayede deneye katılan öğrencilerin derslere katılımı, katılmayanlara kıyasla %7 daha fazla olmuştur. Yine deney grubundaki öğrencilerin kursu bırakma olasılığı, kontrol grubundakilere göre %36 daha az olmuştur (OECD, 2017: 102-104).

Singapur’da ortalama her ay 10.000 kişi aşırı hız ya da kırmızı ışık ihlali nedeniyle cezaya çarptırılmaktadır. Ancak bu cezaların ödenmesinde yaşanan gecikmelerin insanlarda para, zaman ve stres açısından ekstra maliyetler yarattığı görülmüştür. Bu nedenle trafik cezası bildirimlerini basitleştirmek ve para cezalarının nasıl ödeneceğini kolaylaştırmak adına 36.000’den fazla kişi üzerinde bir

deney çalışması gerçekleştirilmiştir. Trafik cezası bildirim yöntemleri yeniden tasarlanarak bu sürücülere yeni bildirim yöntemi uygulanmıştır. Bu sayede mahkemeye gitme ve tutuklama kararı çıkarma oranlarında bir azalma görülmüş, trafik cezası ödeme oranları ciddi bir şekilde artış göstermiştir (BIT, 2018: 19).

ABD’de kamu kurumlarında kullanılan kağıt miktarını azaltmak için çalışanlar çift taraflı baskı seçeneğine yönlendirilmek istenmiştir. 2009 yılında yapılan bir araştırmada ABD’de devlet kurumlarında yılda ortalama 18 milyar sayfa baskı alındığı ortaya çıkmıştır. Hem çevreye hem de ekonomiye katkı sağlamak amacıyla baskı için kullanılan kağıt sayısı azaltılmak istenmiştir. Tarım Bakanlığı’nın Ekonomik Araştırmalar Servisi’nde gerçekleştirilen bu deneyde baskı alacak olan çalışanlara o aşamada bir açılır pencere uyarı mesajı ile çift taraflı baskı almayı özendirici bir mesaj eklenmiştir. Bu mesaj sayesinde çift taraflı baskı alma oranı artış göstermiştir (SBST, 2015: 46).

Birleşik Krallık’ta lise bitirme sınavından yüksek puan alan düşük gelirli öğrencilerin yüksek gelirli gruptaki eş değer puanlara sahip öğrencilerden daha düşük puanlı okulları tercih ettiği tespit edilmiştir. Bu durumun yoğun bir şekilde gerçekleştiği 300 okulda okuyan 11.104 öğrenci üzerinde bir rastgele kontrol deneyi çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada bu öğrencilerle benzer bir geçmişe sahip olan üniversite öğrencilerinin seçtikleri okulun kendilerine yaptığı katkıyı anlattığı mektuplar hazırlanmıştır. Üç gruba ayrılan öğrencilerin ilk grubuna hiçbir mektup gönderilmemiştir. Mektuplar ikinci gruptaki öğrencilerin evine, üçüncü gruptakilerin ise hem evine hem de okuluna gönderilmiştir. Deney sonucunda hem evine hem de okuluna mektup gönderilen öğrencilerin başarılı üniversitelere başvurma oranı hiç mektup gönderilmeyenlere kıyasla %17 artış göstermiştir (Sanders, Chande ve Selley, 2017).

2014 yılında Kosta Rika’da su kullanımının azaltılması amacıyla dört farklı gruba bölünen 5.626 hane halkına üç farklı davranışsal müdahale aracı uygulanmıştır. Birinci deney grubundaki kişilerin su tüketimleri komşularıyla kıyaslanmıştır. Komşusundan daha fazla su tüketen deneklerin faturalarına kızgın surat etiketi yapıştırılarak komşularından daha fazla su tükettiklerini belirten bir uyarı mesajı eklenmiştir. Tam tersi daha düşük tüketim gerçekleştirenlerin faturasına

ise glen surat etiketi yapıştırılarak bir tebrik mesajı eklenmiştir. İkinci deney grubundakiler de aynı uygulamaya maruz kalmıştır. Ancak burada yaşadıkları şehrin ortalama tüketim miktarı referans alınmıştır. Üçüncü gruptaki deneklere ise temmuz ayı faturalarının yanında bir de kart gönderilmiştir. Deneklerden bu karta kendi su tüketim miktarını ve yaşadıkları şehirde ortalama bir hanenin su tüketim miktarını not etmeleri istenmiştir. Bunun yanında kendilerine su tüketim miktarlarını azaltmaları için bir hedef koymaları belirtilmiştir. Ayrıca kartta yazılı olan “dış fırçalarken musluğu kapatmak” gibi altı adet su tüketimini azaltmaya yardımcı yöntemlerden bir ya da daha fazlasını işaretlemeleri istenmiştir. Deney sonucunda herhangi bir müdahalede bulunulmayan kontrol grubu dışında kalan tüm gruplarda su tüketiminde azalma meydana gelmiştir. Uygulamadan sağlanan tasarruf, uygulama maliyetinin çok üzerinde gerçekleşmiştir (OECD, 2017: 122-125).

Dan Ariely’e göre kamu politikalarını geliştirmek ve bir kamu politikasını gerçekleştirmeden önce birkaç küçük ya da zaman varsa büyük deney çalışması gerçekleştirmek daha akılcı bir yöntemdir. Bu sayede insanların gerçek davranışları hakkında daha çok bilgi elde edilebilir (Ariely, 2018: 266). Dünya genelinde kamu politikası uygulamalarında gerçekleştirilen davranışsal çalışmaların olumlu sonuçlar ortaya koyduğu görülmektedir. Karar alma süreçlerini etkileyen davranışsal içgörülerini anlamak politika yapımı süreçlerini kolaylaştırmaktadır. Pek çok alanda yürütölen düşük maliyetli, basit ve etkili çalışmalar sayesinde hem ekonomik hem de sosyal olarak önemli faydalar sağlanabilmektedir. Kamu politikalarının gerçekleştirilebilmesi için en önemli finansman kaynağı olan vergiler de davranışsal maliye yaklaşımlarının kullanıldığı çalışma alanlarının başında gelmektedir. Çalışmanın bir sonraki başlığında davranışsal maliyenin önemli bir inceleme konusu olan vergi uyumundan bahsedilerek konuyla ilgili dünya genelinde gerçekleştirilen çalışmalara değinilecektir.

### **3.2. Davranışsal Maliye Yaklaşımlarının Vergi Uyumuna Etkisi**

2005 yılında Türkiye Gelir İdaresi’nde mükelleflerin vergi bilincini artırmak ve vergi konusunda detaylı destek ve bilgi sunmak amacıyla “Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı” kurulmuştur. Teknolojinin gelişmesi ve bilgi paylaşım sürecinin

hızlanmasıyla Gelir İdaresi on dört yıllık süreçte mükellef hizmetlerini geliştirerek vergi uyumunu artırmaya yönelik çeşitli faaliyetler gerçekleştirmiştir. Bunlar (Türkay, 2021);

- gib.gov.tr internet sitesinin kullanıma açılması,
- Gelir idaresine ait sosyal medya hesaplarının oluşturulması
- Mektup, SMS, e-posta gibi iletişim araçlarından faydalanılması
- Vergi uyumunu teşvik etmeye yönelik broşür, afiş ve rehberlerin hazırlanması
- Vergi uyumuna ilişkin çeşitli konferans eğitim ve etkinliklerin düzenlenmesi
- Mükellef geri bildirim sisteminin oluşturulması
- İnteraktif vergi danışmanı uygulamasına geçilmesi
- Vergi İletişim Merkezi'nin (VİMER – 189) hizmete sunulması
- 1189 SMS'le Borç Bilgilendirme servisinin uygulanması
- Okullarda vergi bilincini artırmaya yönelik öğrencilere eğitimler verilmesi gibi faaliyetlerdir.

Dünya genelinde bu tip yöntemlerin yanında vergi uyumunu artırmak amacıyla davranışsal maliye yaklaşımlarından da faydalandığı görülmektedir. Bu yöntemler, davranışsal yaklaşımlarla geliştirilerek vergi uyumunu artırma konusunda bir araç olarak kullanılmaktadır. Ancak Türkiye'de davranışsal yaklaşımlardan vergi konusunda çok daha az faydalandığı görülmüştür (Seçilmiş ve Didinmez, 2016: 223). Buna rağmen 2021-2023 Yeni Ekonomi Programı'nda vergiye olan bilinci güçlendirmek ve gönüllü vergi uyumunu artırmak için davranışsal kamu politikalarından faydalanılacağı kamu maliyesi alanında alınacak tedbirler arasında yer almaktadır (T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2020). Bu durum davranışsal yaklaşımların Türkiye'de kamu otoritesi tarafından benimsendiğini ortaya koymaktadır. Ancak vergi uyumu konusunda yapılacak çalışmaların daha da artırılması gerekmektedir.

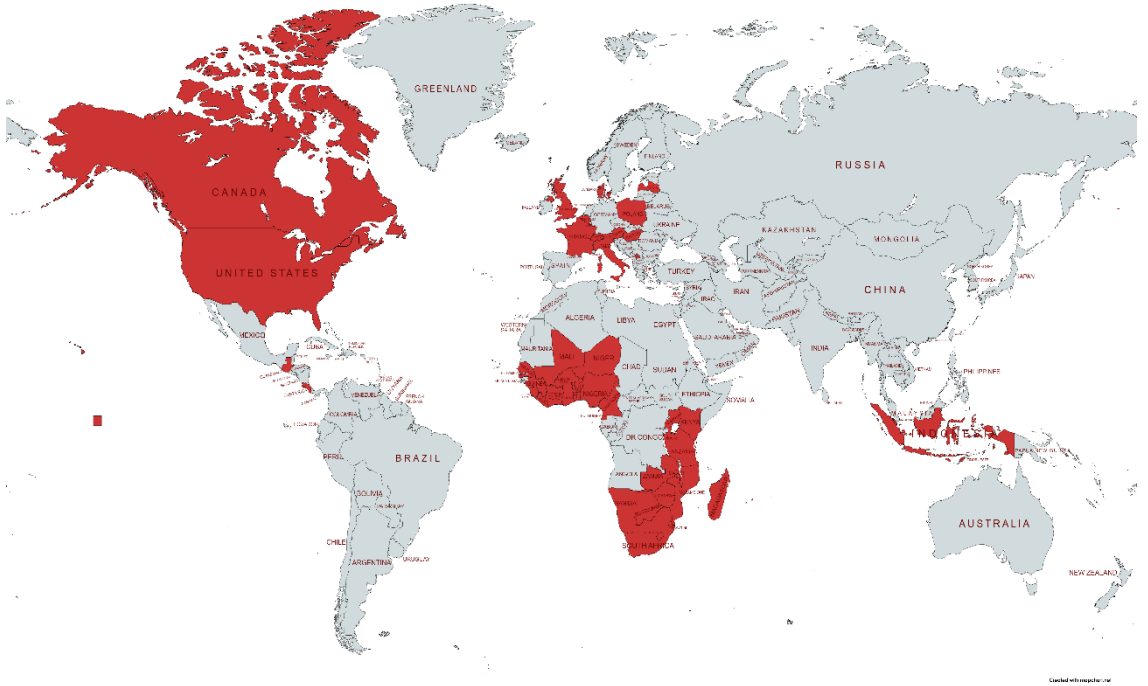
Tüm dünyada vergi konusunda gerçekleştirilen davranışsal yaklaşımlardan faydalanan çalışmaların vergi uyumunu artırmada önemli bir etkisi olduğu

görülmektedir. Vergi uyumunda kullanılan bu standart araçlar davranışsal yaklaşımlarla geliştirilerek daha etkili sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Bu kısımda davranışsal içgörü araçlarının bir kamu politikası ürünü olan vergi uyumu üzerindeki etkilerini gösteren çalışmalar incelenecektir. Dünyadan konuyla ilgili uygulanmış örnek çalışmalar sunularak, Türkiye’de de vergi uyumunu artırabilecek çözüm önerilerinde bulunulacaktır.

### 3.3. Dünya Örnekleri

Bu kısımda dünyadan 17 ülkeye ait davranışsal maliye yaklaşımlarıyla gerçekleştirilen vergi uyumu konulu çalışmalar incelenecektir. Dünya geneline yayılmış ve davranışsal maliye yaklaşımlarından etkin şekilde faydalanan Kosta Rika, Guatemala, Polonya, Letonya, Kosova, Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri, Danimarka, İsviçre, Avusturya, Endonezya, Sahraaltı Afrika, Fransa, Belçika, Macaristan, Kanada ve İtalya’dan çeşitli çalışmalar sunulmuştur.

**Şekil 3.1. : Seçilen Ülkelerin Harita Üzerinde Dağılımı**



### 3.3.1. Kosta Rika Örneği

Dünya Bankası'nın iş birliğiyle Kosta Rika hükümeti, firmaların vergi beyan oranlarını iyileştirmek adına bir çalışma başlatmıştır. Basit bir e-posta hatırlatıcısı yardımıyla bir deney gerçekleştirmişlerdir. Deney, 2014 yılında Kosta Rika'da vergi kaydı olup vergi beyannamesini vermeyen 49.757 firma üzerinde gerçekleştirilmiştir. Hükümet sisteminde kayıtlı olan firma iletişim bilgileri aracılığıyla mükelleflere doğrudan ulaşılarak, vergi beyanında bulunmayan mükellefler ciddi bir şekilde uyarılmıştır. Rastgele seçilen firmaların üçte ikisi seçilerek bu firmalara icra e-postası gönderilmiştir. Kalan üçte birlik gruba ise herhangi bir e-posta gönderilmemiştir. Gönderilen e-postaların özellikleri aşağıdaki gibidir (Brockmeyer vd., 2016: 2-3):

1. Mükellefin üzerindeki olası yaptırımlardan bahsederek firmanın kapatılması, denetim gerçekleştirilmesi ya da beyanda bulunmayan firma isimlerinin çevrimiçi olarak yayınlanması gibi cezaların belirgin olduğu birinci e-posta
2. Basit ve anlaşılır, kişiselleştirme yapılmış ve sosyal normları vurgulayıcı şekilde davranışsal olarak bilgilendirme yapan ikinci e-posta
3. Müşteriden, tedarikçiden ya da finansal hizmet sağlayıcılarından gelen rapor ve evrakların, uygun olmayan bir kişinin satış veya harcamalarını doğrulamak için kullanıldığını gösteren üçüncü şahıslara ait bilgilerin kullanıldığı üçüncü e-posta

Müdahale sonucunda, 2014 yılı için gelir vergisi beyan oranı e-posta gönderildikten sonraki beş hafta içinde %20 oranında artmıştır. Üçüncü şahısların bilgilerini içeren örneklerin yer aldığı e-postayı alan grubun beyan oranı ek olarak %2 oranında artış göstermiştir. Aynı zamanda vergi kaçırmaya eğilimli olduğu bilinen firmaların ise daha fazla doğru beyanda bulunduğu görülmüştür. Kosta Rika'da yapılan bu çalışmayla deney grubunda yer alan mükelleflerin daha sonraki yıllarda da beyanname verme oranları önemli ölçüde yüksek olmaya devam etmiştir (Brockmeyer vd., 2016: 4-7).

Bu çalışmada, mükelleflerin vergi beyannamelerini düzenli bir şekilde vermezlerse karşılaşacakları riskler açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmiştir.

Kişiselleştirilmiş e-posta örneğiyle mükellefin kendisine direkt hitapta bulunularak onda bu görevi gerçekleştirmesi adına bir sahiplik etkisi yaratılmıştır. Risk altında karar verme davranışı, sunulan tehditlerin yaratacağı kayıptan kaçındırıcı bir etki yaratarak, deney grubunun vergiye uyum sağlaması konusunda %20 oranında artış sağlanmıştır.

### 3.3.2. Guatemala Örneği

2011 ve 2015 yılları arasında Guatemala'nın GSYİH'sinin sadece %12'lik kısmını vergi gelirleri oluşturmaktadır. Bu oran diğer Latin Amerika ülkelerinin ortalamasının yarısından bile azdır (World Bank, 2014: 9). Bunun üzerine Dünya Bankası, BIT ve Guatemala Vergi İdaresi Başkanlığı ortak bir çalışma yürüterek davranışsal iktisat araçlarını kullanan bir kampanya başlatmışlardır. Deney için 2013 yılında gelir vergisini ödemeyen 43.387 kişi ya da firma rastgele seçilmiştir. Mükelleflerin bir kısmına beş mesajdan birini içeren mektuplar gönderilirken bir kısmına herhangi bir mektup gönderilmemiştir. Gönderilen beş mektup aşağıdaki mesajları içermektedir (Kettle vd., 2016: 11-14):

1. Hatırlatma: Nasıl yapılacağına dair hiçbir bilgi olmadan mükelleflere vergi beyanında bulunmaları için basit bir hatırlatma sunan birinci mesaj türüdür.

2. Davranışsal Tasarım: Verginin nerede beyan edileceğini ve taksitle ödeme imkânı olduğunu anlatan, “Eğer vergi beyanında bulunmazsanız, denetlenebilir ve kanunla belirlenmiş prosedürlerle karşılaşabilirsiniz.” şeklinde caydırıcı bir metin barındıran ikinci mesajdır.

3. Davranışsal Tasarım + Sosyal Norm: “Kayıtlarımıza göre Guatemalalıların %64,5’ü 2013 yılındaki vergilerini zamanında beyan etmişlerdir. Siz henüz vergi beyanında bulunmayan Guatemalalı azınlığın bir parçasısınız.” şeklindeki üçüncü mesajdır.

4. Davranışsal Tasarım + Kasıtlı Seçim: Mükellefe, “Daha önce verginizi beyan edemediğinizi düşündük. Ancak bu bildiri üzerine şimdi beyanda bulunmazsanız bu durumu aktif seçiminiz olarak kabul edeceğiz. Bu nedenden dolayı denetlenebilir ve kanunla belirlenmiş prosedürlerle karşılaşabilirsiniz.” şeklindeki dördüncü mesajdır.

5. Davranışsal Tasarım + Ulusal Gurur: “Siz bir Guatemala vatandaşıınız ve Guatemala’nın size ihtiyacı var. İyi bir vatandaş olup 2013 yılına ait gelir vergisi beyannamenizi gönderin. Ülkenizi destekleyecek misiniz?” şeklindeki beşinci mesajdır.

Gönderilen beş mektup sayesinde, tüm mektuplar vergi beyanında bulunma oranını artırarak vergi uyumunu sağlamıştır. Ancak kasıtlı seçim ve sosyal norm içerikli mektuplar hem vergi ödeme oranını hem de ortalama vergi tutarlarını artırmıştır. Bunun yanında vergi memurlarına davranış dersleri verilmiştir. Bu sayede vergi mükellefleriyle olan iletişim, tutum ve davranışlarında sürdürülebilir bir değişim yaşanmıştır. Uygun maliyetli bu yöntemle eğer örnekteki tüm mükelleflere ulaşılabilirse yaklaşık 760.000 \$ gelir elde edileceği hesap edilmiştir. Bu oran mektup gönderme maliyetinin 36 katına denk gelmektedir. Uygulanan bu çalışmaların etkisi bir yıl sonra bile devam edeceği öngörülmüştür. Böylece davranışsal maliye yaklaşımları Guatemala’da pek çok alanda faydalanan bir araç haline gelmiştir (Kettle vd., 2021: 27).

Bu deneyde gönderilen ikinci mektup ile mükelleflerin risk altında olduğu hissettirilerek, risk altında karar verme davranışı göstermeleri beklenmiştir. Üçüncü mektupta mükelleflerden sürüye uyma davranışı göstermesi beklenerek vergi beyanında bulunmayan mükelleflerin, %64,5’luk dilimde yer alan mükellefler gibi vergi beyanında bulunmaları beklenmiştir. Ayrıca sosyal normlar kullanılarak ve temsiliyete bakarak karar verme davranışıyla, mükellefin verilen oranı referans alması ve vergisini ödemesi gerektiği hissettirmeye çalışılmıştır. Dördüncü mektupta mükellefe vergi beyanında bulunması için takip edildiğini vurgulayan bir seçim mimarisi oluşturulmuştur ve bu seçimin sonucunda da ceza riski ile karşı karşıya olduğu belirtilmiştir. Beşinci mektupta ise vatandaşlık duyguları üzerinden sahiplik etkisi mükelleflere yüklenerek, vergi beyannamelerinin gönderilmesi amaçlanmıştır. Bu sayede basit ve düşük maliyetli bir yöntemle vergi uyumunda ekili bir artış sağlanmıştır.

### 3.3.3. Polonya Örneği

Dünya Bankası ve Polonya hükümeti, Polonya’da düşük olan vergi uyum oranını yükseltmek adına ortak bir çalışma yapmaya karar vermişlerdir. Vergi ödemeye geç kalan mükelleflere davranışsal araçları kullanarak bilgilendirici mektuplar gönderilmiştir. Deney için Polonya genelinde hem kentsel hem de kırsal alanda yaşayan rastgele seçilmiş ve 2015 yılı için vergilerini beyan eden ancak son teslim tarihine kadar borcunu ödememiş 149.925 bireysel vergi mükellefi seçilmiştir. Deneklere vergi ödemelerini hatırlatmak için ya ihtar mektubu ya da dokuz adet davranışsal iktisat araçları kullanılarak hazırlanmış mektuplardan biri gönderilmiştir. Özel olarak hazırlanan dokuz mektup farklı paragraflar içermektedir (World Bank, 2018: 1).

**Yumuşak mesaj içeriği:** Sosyal teşvikleri vurgulayarak vergi ödevini zamanında tamamlayan mükelleflerin sayısını içeren, sosyal normları kuvvetlendirmeyi amaçlayan bir mesaj yapısı mevcuttur. Verilen vergilerin savunmayı, ulaşımı ve okulları nasıl finanse ettiği açıklanarak, vergi gelirleri olmadan bu hizmetlerin sürdürülemeyeceği anlatılmıştır.

**Sert mesaj içeriği:** Yapılmayan vergi ödemelerinin mükellefin kasıtlı bir seçimi olduğunu vurgulayan bu mesaj içeriğiyle vergiye uyulmadığında ortaya çıkacak yaptırım ve cezalardan bahsedilmiştir.

Dokuz mektup bu iki ana mesaj içeriğinin karışımıyla oluşturulmuştur. Mektupların teslimat yöntemi de birbirinden farklı yapılmıştır. Bazı mektuplar mükelleflerin posta kutularına bırakılmıştır. Bazılarına mektuplar elden teslim edilmiştir. Teslim alındığına dair mükelleften imza alınarak, vergi dairesine teslim bilgisi iletilen iadeli taahhütlü posta aracılığıyla normal ihtar mektupları gönderilmiştir. Deneyin sonucunda davranışsal olarak bilgilendirilmiş mektuplar vergi ödeme teşviki ve ödeme tutarlarını artırma konusunda büyük etki yaratmıştır. En başarılı mektup vergiye uyumda %20,8 artış yaratmıştır. Normal postayla gönderilen mektuplar, taahhütlü postayla gönderilenlerle neredeyse aynı etkiyi yaratmıştır. Bu sonuca göre vergi idaresi postalama yöntemini daha düşük maliyetli olan normal seçeneğe çevirerek önemli ölçüde tasarruf sağlayabilir. Demografik olarak

bakıldığında mektupları alan kadın mükelleflerin vergiye uyum oranı daha yüksektir ve sert mesaj içeriği bulunan mektubu alan kadın mükelleflerin daha yüksek bir ödeme oranı gerçekleştirdiği görülmektedir. Kamu mallarının önemini anlatan mesajları içeren mektuplar 50-64 yaş arasındaki insanlarda çok etkili olmamıştır. Bu mektuplar daha genç olan ve kırsal kesimlerde yaşayan mükelleflerde vergi uyumunu daha fazla artırmıştır. Bunun nedeni bu gruptaki insanların kamu mallarından daha fazla faydalanma olasılıklarının olduğu fikri olabilir. Çalışmada göze çarpan diğer bir nokta diğer ülkelerin aksine Polonya’da sert mesaj içeriği bulunan mektupların en iyi sonucu vermesidir. Ancak daha düşük maliyetli davranışsal mesajları içeren mektuplar da hükümet için düşük maliyet ve vergi uyumu getirisi sağlamıştır (World Bank, 2018: 2).

Bu deneye bakıldığında sosyal normları vurgulayan ve bu normların getirilerini olumlu çerçeveleme yöntemi ile sunmaya çalışan bir içerik söz konusudur. Bunun yanında ortaya çıkabilecek negatif etkilerle, sunulan çerçeve güçlendirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bulunabilirlik etkisinden faydalanarak, vergilerle finanse edildiği bilinen akla gelebilecek ilk kamu hizmetlerinden bahsedilmiş, bu sayede mükelleflerin dikkatleri çekilmeye çalışılmıştır. İkinci ana mesaj tipi olan sert mesaj içerikli caydırıcı mektubu alan mükelleflerin, rasyonel olarak riskten ve kayıptan kaçınma adına vergi görevini yerine getirme oranlarının arttığı görülmektedir.

### **3.3.4. Letonya Örneği**

Bu çalışmanın deney grubu olarak Letonya’nın kayıt dışı ekonomisinde yer alan, kısmen ya da tamamen serbest meslek sahibi olan ve son birkaç yıl içerisinde vergi beyannamelerini vermeyen ya da geciktiren kişiler seçilmiştir. E-posta yoluyla bu gruptaki kişilere davranışsal mesajlar içeren postalar gönderilmiştir. Düzenli olarak maaş almasalar bile vergi sisteminin bir parçası olan bu mükelleflerin arasından, 2017 yılı son başvuru tarihi içinde devlet tarafından belirlenen 4.324 vergi mükellefi seçilmiştir. Mükellefler 1081 kişiden oluşan dört gruba ayrılarak; üç gruba hazırlanan e-postalar gönderilmiş, son grup ise hiçbir e-posta almamıştır. Üç mesaj içeriği aşağıdaki gibidir (World Bank, 2019a: 1).

1. Basit hatırlatma mesajı: Bu kolay ve açıklayıcı mesaj tipinde; vergilerin ödenmesi gereken zaman çizelgesi, başvuru sistemine bağlantı için ya da herhangi bir sorun olması durumunda ulaşabilecekleri telefon numaraları gibi iletişim bilgileri eklenmiştir. E-postalar baş vergi müfettişinin ismiyle imzalanarak kişiye hitap edici bir hale getirilmiştir.

2. İhmal/Komisyon yaklaşımı: Bu mesaj ile mükellefin daha önce ödeme tarihlerini geçirmesinin ihmalden kaynaklı olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Ancak bu durum gelecekte tekrarlanırsa komisyon tarafından bu durumun kasıtlı olarak yapıldığını değerlendireceklerini açıklamışlardır.

3. Sosyal norm: Son e-postayı alan mükelleflere her yıl son başvuru tarihine kadar artan sayıda vergi mükellefinin vergi beyanında bulunduğunu belirten bir mesaj iletilmiştir.

Deney sonucunda e-posta gönderilen deney gruplarının vergi beyanında bulunmak için başvuruda bulunma oranı, e-posta gönderilmeyen kontrol grubundan daha yüksek olmuştur. Sosyal norm içeren mesajı alan mükellefler ortalama olarak kontrol grubundan üç gün önce beyannamelerini vermişlerdir. Diğer mesajlara göre daha sert olan ikinci e-postayı alan grubun vergiye olan uyumu, sosyal norm mesajını alan gruptan %9,4 daha fazla olmuştur. Fakat basit hatırlatma ve sosyal norm içeren mesajlar da zamanında beyanda bulunma oranını artırıcı etki sağlamıştır. 2015 yılı ile kıyaslandığında bu deneyle beraber beyanda bulunmayı geciktiren mükelleflerin son teslim tarihine kadar başvurma oranları artış göstermiştir (World Bank, 2019a: 2).

Yapılan bu deney incelendiğinde basit mesajla iletilen vergi zaman çizelgesiyle mükellef üzerinde bir son tarih belirleme etkisi yaratılmak istenmiştir. Ayrıca olası durumda ulaşılabilir iletişim bilgilerinin eklenmesiyle mükellefin hazır bulunan seçeneğe yönelmesi istenmiştir. Bu sayede gerektiğinde kolayca vergi idaresiyle iletişim kurması amaçlanmıştır. İkinci mesajla mükellefe seçim mimarisi yöntemi uygulanarak, mükellefin takip edildiği fark ettirmek istenmiştir. İlk durumun tolere edildiğini ancak ikinci kez gecikme tercihinde bulunursa cezalandırılacağı belirtilmiştir. Bu sayede mükellef zamanında beyanda bulunma seçeneğine yönlendirilmeye çalışılmıştır. Üçüncü seçenek olan sosyal norm

mesajıyla artan oranda mükellefin son tarihe kadar başvuruda bulunduğu belirtilerek sürü psikolojisi etkisi yaratılmak istenmiştir.

### 3.3.5. Kosova Örneği

Kosova hükümetinin gelirlerinin %85'ten fazlasını vergi gelirleri oluşturmaktadır. Kosova hükümeti için kamu idaresine en masrafsız tahsilat yönteminin belirlenmesi ve vergiye uyum sürecinin sağlanması büyük önem teşkil etmektedir. Hükümet mektup, e-posta ve SMS yöntemi kullanılarak en düşük maliyetle mükellefin vergi uyumunu artırmayı hedeflemiştir. Bireysel gelir vergisi ve KDV'ye (katma değer vergisi) tabi mükellefleri hedef alan çalışmada şu üç mesaj içeriği yer almıştır (World Bank, 2019b: 1):

**Mektuplar:** Son ödeme gününden dört gün sonra 2017 mali yılı için gelir vergisi beyanında bulunmayan gruba gönderilmiştir.

**E-posta:** Haziran ayı KDV beyanında bulunması gereken firmalara gönderilen e-postanın ilki aylık ödeme tarihinden çok önce, diğeri ise beyanname tarihinin son gününde gönderilmiştir.

**SMS hatırlatıcısı:** Ağustos ayı KDV beyanında bulunması gereken firmalara son ödeme tarihinden birkaç gün önce gönderilmiştir.

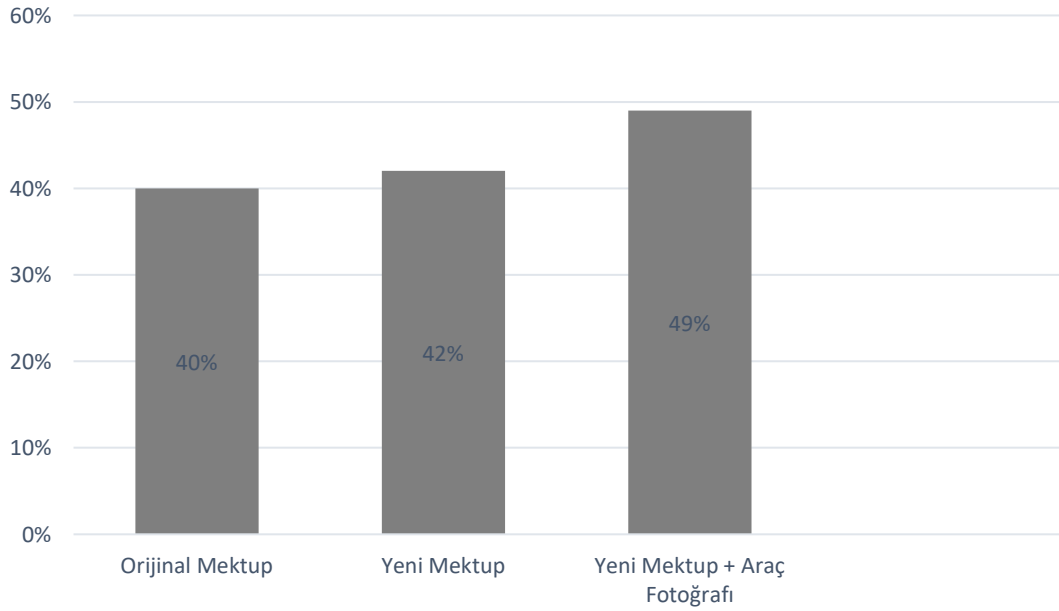
Sonuç olarak dört ile altı hafta içerisinde üç yöntem de mükellefleri zamanında ve tam beyanda bulunmaya teşvik etmiştir. Örneğin; gelir vergisi beyanında bulunan mükelleflerin başvuruları, mektuplar gönderildikten sonraki bir ay içinde %2 - 4 puan arasında artış göstermiştir. Deneyden iyi sonuç alınsa da deney sürecinde sadece mektupların %48'i mükelleflere ulaşmıştır ve e-postaların da yalnızca %25'i okunmuştur. Bu durum Kosova hükümeti için vergi toplama ve veri sistemlerinin güncelleme ihtiyacını ortaya koyarak, mesajların içeriklerinin de iyileştirilmesi gerektiğini göstermiştir (World Bank, 2019b: 2). Bu çalışmada üç yöntemde de son tarih belirleme etkisinden faydalandığı görülmektedir.

### 3.3.6. Birleşik Krallık Örnekleri

#### Örnek 1:

Birleşik Krallık'ta yaklaşık 250.000 araç ruhsatsızdır ve bu durum yaklaşık 40 milyon sterlinlik vergi geliri kaybına neden olmaktadır. (BIT, 2014). Bu nedenle BIT ile DVLA (Driver and Vehicle Licensing Agency) iş birliğiyle vergisiz araç sahiplerinin dikkatini çekmek adına ajansın orijinal mektupları yeniden düzenlenmiştir. Mektuplar daha basit ve “verginizi ödeyin ya da aracınızı kaybedin” gibi sert mesajlar içeren bir hâle getirilmiştir. Ancak bu yeni mektup orijinaline istinaden önemli bir getiri sağlamamıştır. Sonrasında mektuplara araç sahiplerinin araç fotoğrafları eklenerek yeniden gönderilmiştir ve bu durum araç sahiplerinin daha çok dikkatini çekmiştir (Service vd., 2014: 20).

**Grafik 3.1 : DVLA Yeniden Lisanslama Oranları**



**Kaynak:** BIT, 2014: 20.

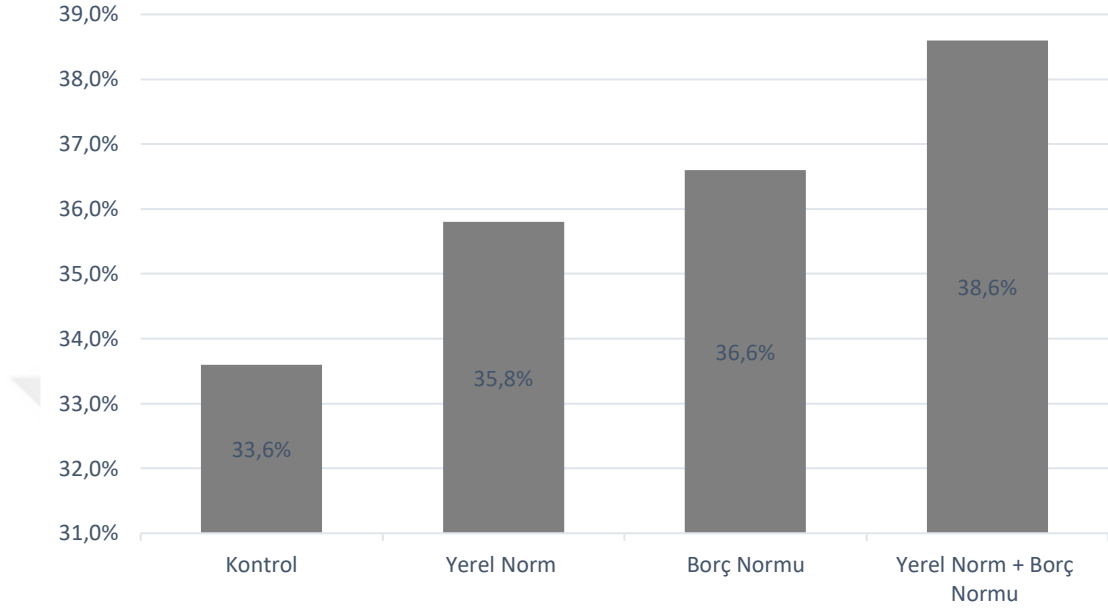
Bu deneyde başvuru oranının artmasını sağlayan ikinci mektupta, araç sahiplerinin araç fotoğrafları eklenerek sahiplik etkisinden faydalanılmıştır. Kesin yargılar içeren ve statüko etkisini harekete geçirmeye çalışan normal mektupta, araç sahiplerinin mevcut durumlarını koruyarak kayıptan kaçınmak için başvuruda bulunmaları beklenmiştir. Ancak kişiselleştirme ve sahiplik etkisi eksik olduğundan ilk mektup ile yeterince dönüş alınamamıştır.

## **Örnek 2:**

Birleşik Krallık'ta yapılan bir başka deneyde BIT ve HMRC (Her Majesty's Revenue and Customs) ortak çalışmasıyla 100.000 vergi borçlusuna mektuplar gönderilmiştir. Kontrol grubuna gönderilen sosyal norm içermeyen normal mektuplar ile çeşitli sosyal normlar içeren mektupların gönderildiği mükellefler kıyaslanmıştır. “Yerel norm” mektupları, alıcıyla aynı bölgede yaşayanların büyük çoğunluğunun vergisini zamanında ödediğinden bahsetmektedir. “Borç normu” içeren mektuplarda ise mükelleflere, kendisi gibi borcu olan diğer mükelleflerin borçlarını ödediği belirtilmiştir. Üçüncü mektup tipi olan “hem yerel hem de borç normlarının” yer aldığı mektuplar ise vergi borcu ödeme oranını daha çok artırmıştır. Bu mektup çalışmasıyla ilk ayda kontrol grubundan 1,2 milyon sterlin daha fazla vergi geliri elde edilmiştir. Bu ve benzeri mesajlar kullanılarak 2012-2013 mali yılında ek 210 milyon sterlinlik vergi geliri elde edilmiştir. İki ekip bu çalışmayla Civil Service Award for Innovative Delivery ödülüne layık görülmüşlerdir (Service vd., 2014: 29).

Bu çalışmada kullanılan normlarla sürü psikolojisi ve temsiliyete bakarak karar verme etkisi yaratılmak istenmiştir. Mükelleflere, kendi bölgesindeki ve kendi gibi borçlu olan diğer mükelleflerin ödemelerini yaptıkları belirtilerek kendisinin de ödeme yapmaya yönelmesi beklenmiştir.

**Grafik 3.2 : 23 Gün Sonraki Ödeme Oranları**



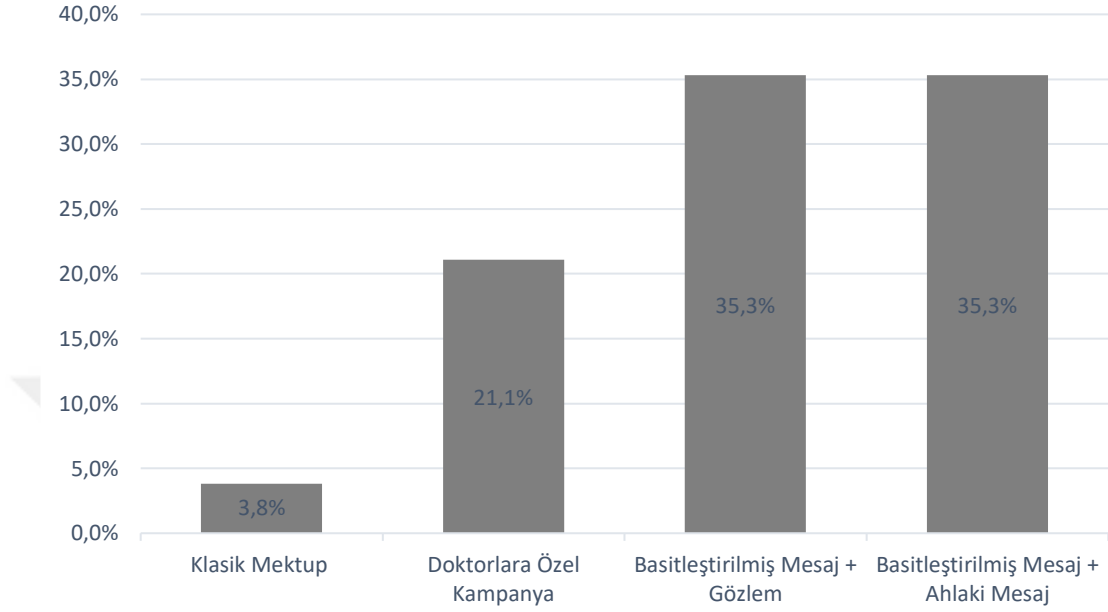
**Kaynak:** BIT, 2014: 29.

### **Örnek 3:**

BIT ve HMRC ortak çalışmasıyla 2011 yılı kasım ayında doktorların ödenmemiş vergi yükümlülüklerini yerine getirmeleri için 3.000 doktora dört farklı mektup gönderilerek bir deney çalışması gerçekleştirilmiştir (Service vd., 2014: 23).

1. Grup: Standart mektup almıştır.
2. Grup: Doktorlara odaklanan bir kampanya mektubu almıştır.
3. Grup: Daha sade ve açık bir mektuptur. Bu mektupla mükellefin ödeme yapmamaya devam etmesinin kendinin aktif bir seçimi olduğu düşünülerek değerlendirme yapılacağı belirtilmiştir.
4. Grup: Üçüncü mektupla aynı olan bu mektuba doktorların toplumun gözünde güvenilir olduğuna dair bir ahlaki mesaj eklenmiştir.

**Grafik 3.3 : Doktorların HMRC Mektuplarına Cevap Oranları**



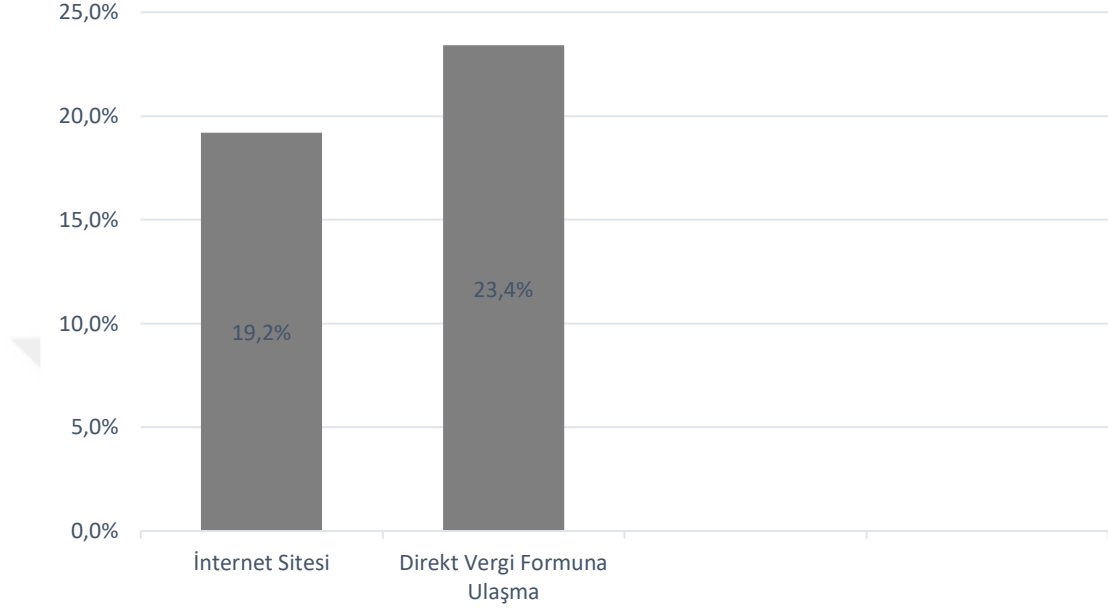
**Kaynak:** BIT., 2014: 23.

Deneyde sadece doktorlara odaklanan kampanya mektubuyla bile neredeyse beş kat oranında vergi ödemesi artışı sağlanmıştır. Bu çalışmayla doktorlara özel kampanya mesajı gönderilerek, mükelleflerde bir sahiplik etkisi yaratılmak amaçlanmıştır. Hale etkisi ve kendine hizmet eden sapma etkisi ile doktorların güvenilir olduğu sosyal norm mesajı iletilmiştir. Bu sayede son iki mektupla hem risk hem de sosyal norm etkisi kullanılarak kayıptan kaçınma etkisi gözlemlenerek aynı oranda vergi uyumu artışı sağlanmıştır.

#### **Örnek 4:**

BIT ve HMRC'nin ortak olarak yürüttüğü bu çalışmayla insanların vergi ödemesini kolaylaştırarak vergi tahsilat oranları artırılmak istenmiştir. Deneyde vergi ödemek için girilen internet sitesinde linklere tıklayarak vergi beyan formuna ulaştırmak yerine, web sayfasına girildiğinde direkt vergi beyan formunun açılması sağlanmışlardır. Bu yöntemle vergi beyanı formunu dolduranların oranı %19'dan %23'e çıkmıştır. Bu sayede basit bir hamleyle küçük de olsa vergi tahsilat oranlarında artış sağlanmıştır (Service vd., 2014: 13).

**Grafik 3.4 : İnsanları İnternet Sitesine ve Direkt Vergi Beyan Formuna Yönlendiren İşlemlerin Vergi Beyan Formunu Cevaplandırma Oranları**



**Kaynak:** BIT, 2014: 13.

Bu deneyde seçim mimarisi yöntemiyle internet sitesinde vergi beyan formuna ulaşma yöntemi değiştirilmiştir. Böylece vergi beyan formu siteye giriş yapan mükelleflerin karşısına direkt olarak çıkmış, mükellefler de hazırda bulunan seçeneklere yatkınlık eğilimi göstererek vergi beyan formunu doldurma girişiminde bulunmuşlardır. Bu basit düzenlemeyle vergi tahsilat oranında artış sağlanmıştır.

### 3.3.7. Amerika Birleşik Devletleri Örneği

1995-1996 yılları arasında Stephen Coleman tarafından Minnesota Gelir İdaresi ile hazırlanan deneye rastgele seçilen 47.000 vergi mükellefi katılmıştır. Deneyde vergi mükelleflerine dört farklı mektup gönderilmiştir (Coleman, 1996; Thaler ve Sunstein, 2018: 89-90).

1. Birinci gruba; vergilerin eğitim, savunma, yaşlı ve muhtaç bakımı, sağlık hizmetleri gibi faydalı alanlarda kullanıldığını anlatan bilgilendirici bir mesaj gönderilmiştir.
2. İkinci gruba; vergi ödemezlerse karşılaştıkları ceza ve yaptırımlar açıklanmıştır.

3. Üçüncü gruba; vergi beyannamelerini doldururken bir sorun ile karşılaşsalar nasıl yardım alabilecekleri anlatılmıştır.
4. Dördüncü gruba; sadece Minnesota vatandaşlarının %90'ından fazlasının vergi yükümlülüklerini eksiksiz olarak yerine getirdikleri bilgisi verilmiştir.

Bu dört mektuptan vergi uyumu konusunda en çok artışı dördüncü mektubu alan gruptaki mükellefler sağlamıştır. Burada sosyal normlardan bahsedilip, yardım durumunda hazırda bulunan seçeneklere yatkınlık etkisiyle mükelleflerin destek alabilmeleri hedeflenmiştir. Seçim mimarisi yapılarak ve sürü psikolojisi etkisi kullanılarak mükellefler vergi uyumuna teşvik edilmiştir.

### **3.3.8. Danimarka Örneği**

Henrik Jacobsen Kleven ve arkadaşları 2007-2008 yıllarında Danimarka'da 42.800 vergi mükellefinin yer aldığı bir örnekleme vergi denetimlerinin ve vergi denetimi tehditlerinin bireysel gelir vergisine uyum üzerindeki etkisini incelemiştir. Deneyde mükellefler iki eşit gruba ayrılmıştır. İlk gruptaki mükelleflere ait beyannameler detaylı bir şekilde incelenmek üzere seçilmiştir. Geri kalan beyannamelerse kasıtlı olarak denetlenmemiştir. Kapsamlı bir şekilde yürütülen bu denetimlerde yanlış beyanda bulunan mükelleflerin beyannameleri Danimarka yasalarına göre düzeltilmiş; yanlış beyanda bulunan mükellefler ise cezalandırılmıştır. Ertesi yıl denetim tehdidi içeren mektuplar hazırlanmış ve her iki gruptan rastgele üç yeni grup oluşturulmuştur (Kleven vd. 2011):

1. Grup: Bu gruptaki tüm mükelleflerin denetleneceğini belirten bir denetim tehdidi mektubu gönderilmiştir.
2. Grup: Bu gruptaki mükelleflerin yarısına rastgele vergi denetimlerinin yapıldığını belirten bir mektup gönderilmiştir.
3. Grup: Herhangi bir mektup gönderilmemiştir.

Çalışmada gelirini kendi beyan edenlerle geliri üçüncü kişiler tarafından beyan edilen mükellefler arasında vergi uyumu konusunda farklılıklar ortaya çıkmıştır. Geliri üçüncü kişiler tarafından beyan edilen mükelleflerin vergi kaçırma oranı sıfıra yakinken, gelirini kendi beyan edenlerin vergi kaçırma oranının ciddi bir

seviyede olduğu gözlenmiştir. Ancak örnekleimde yer alan mükelleflerin gelirlerinin çoğu üçüncü kişiler tarafından beyan edildiği için genel vergi kaçırma oranı ortalamadır. Deneyde kullanılan rastgele denetim ve denetim tehdidi mektupları sadece kişinin kendi beyan ettiği gelirler üzerinde etki sağlamıştır. Deneyde kişinin kendisi gelir beyanında bulunduğu anda vergi kaçırmaya daha yatkın olduğu ortaya çıkmıştır (Kleven vd., 2011).

Bu çalışmada vergi mükelleflerinin vergi kaçırmamasının en önemli nedeni vergi beyanlarının üçüncü kişiler tarafından yapılıyor oluşudur. Normal şartlarda vergisini kendi beyan eden mükelleflerin ekonomik ve psikolojik etmenlerden etkilenecek vergi kaçırma yoluna gitmeye meyilli olduğu görülmüştür. Mükellefler gelirlerini kendileri beyan ederken sahiplik etkisinden etkilenip gelirlerindeki kayıptan kaçınmaya çalışarak vergi kaçırma yoluna gidebilmektedir. Ancak bu deney çalışmasında gelirini kendi beyan eden mükelleflerde denetimlerin ve denetim tehditlerinin vergi kaçırmayı azaltıcı etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

### **3.3.9. İsviçre Örneği**

Benno Torgler, İsviçre’de Trimbach Belediyesi’nin 2003 yılında 3.497 vergi mükellefi arasından, mükellefler 2001 yılı vergi beyannamesini göndermeden evvel rastgele 578 kişi seçerek çalışmasını gerçekleştirmiştir. Denekleri iki ayrı gruba ayıran Torgler, ilk gruba standart vergi beyannamesi göndermiştir. İkinci gruba ise önce beyanname formu ardından vergi ödemenin ahlaki yükümlülüğünden bahseden bir mektup yollanmıştır. Dikkat çekmesi için pembe bir kağıda basılan ve çok uzun olmayan mektup, Şubat 2002 tarihi ve belediye mali işler yöneticisinin imzasıyla mükelleflere gönderilmiştir (Torgler, 2012: 3-4).

Deneyden önce her iki grubun ortalama gelirleri kontrol edilmiş ve ikisinin ortalamasının da tutarlı olduğu görülmüştür. İlk olarak vergi idaresi tarafından beyan edilen toplam gelir ile vergi mükellefi tarafından beyan edilen toplam gelir kıyaslanarak mükellefin vergi gelirini eksik beyan etme olasılığı incelenmiştir. Çalışmada ahlaki mesaj içeren mektupları alan deney grubunun %15’i ortalama gelirden fazla beyanda bulunurken bu oran kontrol grubunda %14 olmuştur. İstatistiksel olarak anlamlı bir fark olmasa da ahlaki mesaj içeren mektupların vergi

uyumu üzerinde küçük bir pozitif etki yarattığı görülmüştür. Ancak genel itibariyle bakıldığında ahlaki mesaj içerikli mektuplar bu çalışma için vergi uyum sürecine ciddi bir katkı sağlamamıştır (Torgler, 2012: 6-9). Ancak vergi uyumunu artırmak adına kullanılan ahlaki mesaj türlerinin değiştirildiği ve mükellefle farklı iletişim yöntemlerinin kullanıldığı başka etkili çalışmalar mevcuttur.

### **3.3.10. Avusturya Örneği**

Bu çalışmada Katharina Gangl ve arkadaşları tarafından 2011 yılında Avusturya’da rastgele seçilen yeni kurulmuş küçük işletmeler denek olarak kullanılmıştır. Her biri ayrı vergi denetçileri tarafından temasa geçilen bu küçük işletmeler vergi uyumsuzluğuna meyilli olduğu düşünülen sektörlerde faaliyet göstermektedir. Örneklem Avusturya’nın Doğu Styria bölgesinde 2011 yılında faaliyete başlayan 1.721 firma ile gerçekleştirilmiştir. Bu firmalardan rastgele seçilen 93’ü deney, kalan 1.628’i ise kontrol grubunu oluşturmuştur. Denekler iki gruba ayrılmıştır. İlk gruba “dostça” yaklaşan bir vergi denetmeni gelip ilk olarak kendini tanıtmış, mükellefin hak ve görevlerini yardımcı ve dostane bir tavır sergileyerek anlatmış ve bilgi broşürleriyle küçük hediyeler götürmüştür; ardından yıl boyunca gruptaki işletmeleri denetlemiştir. İkinci gruba ise hiçbir müdahale yapılmamıştır (Gangl vd., 2013: 379).

Deney sonucunda vergi kaçırma konusunda caydırıcılığın dostane bir versiyonunun bile vergi uyumunu azalttığı görülmüştür. Bunun yanında denetim, ödenmesi gereken vergi borçlarını azaltıcı bir etki sağlamıştır. Denetimlerin mükellef üzerinde fazla kontrol edici olarak algılanması mükellefin kendi içsel motivasyonunu düşürebilmektedir. Diğer bir yandan herhangi bir denetime dahil olmayan kontrol grubu ise belirsizlik nedeniyle riskten kaçınma eğilimi göstererek vergiye daha uyumlu davranışlar sergilemiş olabilmektedir (Gangl vd., 2013: 380). Bu deney çalışmasında da görüldüğü gibi mükelleflere uygulanan yaptırımlar ters teperek, mükelleflerin psikolojik, sosyolojik ve duygusal durumları nedeniyle beklenenin aksine davranışlarda bulunmasına yol açabilmektedir. Yine de risk altında kayıptan kaçınma davranışının varlığı kontrol grubunun vergiye uymasını sağlamıştır.

### 3.3.11. Endonezya Örneği

Endonezya'nın istihdamının %89'unu sağlayan 59,3 milyon KOBİ (küçük ve orta ölçekli işletme), ihracata %14 katkıda bulunup, yurt içi yatırımın da %58'ini sağlamaktadır. 2018 yılında yapılan bir vergi reformu sayesinde KOBİ'lerin vergi uyumu %15'e ulaşmış, bu sayede vergi gelirlerinde önemli bir artış sağlanmıştır. Ülkenin vergi genel idaresi, vergi mükellefleri için davranışsal olarak tasarlanmış bilgilerin vergi uyum oranlarını ve ödeme tutarlarını etkileyip etkilemediğini öğrenmek adına geniş çaplı bir deney çalışması gerçekleştirmiştir.

2018 yılında yıllık geliri 4,8 milyar rupiye kadar olan KOBİ'lerin aylık brüt gelirinin %0,5'ini beyan edip ödemeleri gereken bir yönetmelik yürürlüğe girmiştir. Hükümet KOBİ'lerin bu davranışı benimsemelerini sağlamak için ülkedeki KOBİ'lerin %61'nin bulunduğu Java'daki 40 vergi bölgesinden rastgele 24.000 KOBİ'yi seçerek davranışsal olarak bilgilendirmeler içeren bir takvimle resmi bir mektup akışı sağlamıştır. Kontrol grubu dışında kalan ve 6.000 firmalık üç gruba ayrılan deneklere Eylül-Kasım 2018 ayları arasında üç farklı bilgi içeren takvimler gönderilmiştir. Takvimlerin üzerindeki mesajlar aşağıdaki gibidir (World Bank, 2021: 1);

1. Öne çıkan bilgi: Sade ve açık bir dille vergiye ait genel bilgileri içeren, aylık ödenecek tutarın nasıl hesaplanacağını gösteren, her ay için vade tarihini hatırlatarak adım adım ödemenin nasıl yapılacağını anlatan bilgilendirmeler mevcuttur.
2. Öne çıkan bilgi + Kamu malı: “Vergi gelirlerinin %34'u eşit gelir dağılımına katkıda bulunur.” tarzında yedi farklı vergi gelirinin kullanıldığı kamu malı alanlarıyla ilgili bilgilendirme yapan mesajlar içermektedir.
3. Öne çıkan bilgi + Caydırma: Vergi idaresinin firmaların finansal bilgilerine erişimi olduğunu ifade ederek vergi kaçırmanın olumsuz sonuçlarını içeren sekiz farklı mesajı içermektedir.

Takvimler ulaştıktan 15 ay sonra KOBİ'lerin vergi uyum oranları %25'e ulaşmıştır. 2. ve 3. mesajı içeren takvimleri alan KOBİ'lerin aylık ödeme miktarları kontrol grubun göre %7 artarak 115.000 rupiye yükselmiştir. Yapılan deneyde vergi

uyumunu artırmada en etkili takvim caydırıcılık mesajları barındıran 3. takvim olmuştur. Genel bilgilerden bahseden 1. takvim ise ödenen vergi tutarını en çok artıran takvim olmuştur. KOBİ'lerin %86'sına ulaşan takvimlerin maliyeti katılımcı başına 3\$ olarak hesaplanmıştır. Uygulama sonunda ise net uygulama maliyetinden 37 kat daha fazla gelir sağlanmıştır. Vergi idaresi bu sayede başarılı bir çalışma gerçekleştirmiş olmuştur (World Bank, 2021: 2; Dalton vd., 2021: 41).

Bu çalışmada 1. takvim ile mükelleflerin son tarih belirleme etkisi ve hazırda bulunan seçeneklere yatkınlık araçlarıyla vergiye uyumları kolaylaştırılmak istenmiştir. 2. takvimle kamu malının faydalarından bahsedilerek mükelleflerden vergi ödemeleriyle bu finansmana katılmaları için bir bağlam etkisi oluşturulmaktadır. 3. takvimle vergi kaçırma konusunda caydırıcı bilgilerden bahsedilerek risk altındayken kayıptan kaçınma ve vergiye uyum etkisi oluşturmak istenmiştir. Bu sayede üç takvim çeşidiyle vergi uyumu oranları artırılmıştır.

### **3.3.12. Sahraaltı Afrika Örneği**

2011-2013 yılları arasında 29 Sahraaltı Afrika ülkesinden 40.023 katılımcıyla Afrobarometer Araştırma Ağı aracılığıyla beş turdan oluşan bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. İnsanların vergi ödeme kararlarındaki davranışları ekonomik caydırıcılık, mali mübadele ve sosyal etkileşimler açısından incelemek için yapılan bu çalışma, kurumların kalitesinin mükelleflerin vergi ödemelerine katkısını değerlendirmektedir. Çalışmaya göre kamu kurumlarının sunduğu hizmetlere karşı iyi bir algıya sahip olan insanların vergi ödeme olasılığının, iyi bir algıya sahip olmayanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür (Nikiema ve Zohonogo, 2017: 1-2).

Vergi ödeme konusunda hile yapmanın zor olduğu algısına sahip bir mükellefin, hile yapma algısının kolay olduğunu düşünen bir mükellefe göre vergi ödeme olasılığının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç ekonomik caydırıcılık hipotezini doğrular niteliktedir. Mali mübadele hipotezi açısından bakıldığında, kamu hizmetleri iyi finanse edildiğinde insanların vergilerini ödemeye daha istekli olacakları sonucu ortaya çıkmıştır. Mükelleflerin yolsuzluk olasılığı dışında vergi idaresine olan güveni, akranları ve çevresine göre şekillenebilmektedir.

Çalışmada şeffaf ve adil bir muamele olduğunda mükelleflerin sosyal etkileşimleri vasıtasıyla vergi idaresine olan güveni artarak vergi uyumunun da artış göstereceği görülmüştür. Çalışmaya göre vergi uyumu konusunda güven, davranış ve tutumlarla etnik muamele gibi etmenler mükellef davranışlarının önemli belirleyicileri olmuştur. Sonuçlar vergi politikaları oluşturulurken sosyal ve psikolojik davranışların dikkate alınması gerektiğini göstermiştir (Nikiema ve Zahonogo, 2017: 17).

Mükelleflerin sosyal ve psikolojik davranışlarının vergi uyumu konusundaki etkisine dikkat çeken bu geniş çaplı çalışma, davranışsal içgörü araçlarının vergi uyumu konusunda etkili olabileceğini göstermektedir. İnsanların sosyal çevresinden etkilenecek bir yargıya varmalarını açıklayan bağlam etkisi bu çalışmaya katılan mükelleflerin vergi idaresine karşı olan etkileşimi açısından etkisini göstermektedir. Hile yapmanın zor olduğu algısına kapılan mükellefler riskten kaçınma davranışı sergileyerek kayıptan kaçınmışlardır.

### **3.3.13. Fransa Örneği**

Fransa’da vergi kaçırma konusunda duyguların hile davranışı üzerindeki etkisini ölçmek için bir deney çalışması gerçekleştirilmiştir. Altı oturumdan oluşan deney her oturumda sekiz kişi olacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Deney, bir yazılım aracılığıyla bilgisayara uyarlanmıştır. Sekiz kişinin her birine belirli tutarda bir gelir verilmektedir. Deney esnasında deneklerin izinleri dahilinde fotoğrafları çekilip, fizyolojik kayıtları alınmıştır. Ardından bilgisayara bağlı nötr bazlı bir macunla doldurulmuş elektrotlar deneklerin daha az baskın olan ellerinin parmaklarına yerleştirilmiştir. Bu yöntemle cilt iletkenlik tepkileri sayesinde kişilerin duygu durumlarının onları vergi kaçırmaya itip itmeyeceği analiz edilmek istenmektedir.

İlk aşamada deneklerden gelirlerinin %55’ini vergi olarak beyan etmeleri beklenmektedir. Yaptıkları beyanın denetlenebileceği ve eksik bildirimde bulunulduysa hem eksik kalan verginin tahsil edileceği hem de denegin para cezasına çarptırılacağı bilgisi verilmiştir. Denekler bireysel denetim olasılıkları hakkında bilgilendirilmemişlerdir ve başkalarının davranışları hakkında bir geri bildirim almamaktadır. Deneklerin karar verme süreleri incelendiğinde, vergi kaçırmaya karar

veren deneklerin diğerlerinden daha kısa sürede karar verdiği görülmüştür. Yine para cezası ne kadar yüksekse, denekler duygusal olarak o kadar olumsuz uyarılmıştır.

Fotoğraf yönteminde ise kişinin eksik beyanda bulunduğu ortaya çıkarsa fotoğrafının kendi ve diğer deneklerin ekranında gözükeceği belirtilmiştir. Bu yöntemle vergi kaçırarak bir mükellefin kamuya ifşa edilmesinin, vergi uyumuna yol açan bir ekstra duygu durumu ortaya koyup koymadığı tespit edilmektedir. Deney sonucunda genel olarak vergi kaçırma davranışında bulunan mükelleflerin kamuya açıklanmasının, diğer mükelleflerin vergi kaçırma oran ve miktarında azalma sağladığı görülmüştür. Bu davranışın kamuya açıklanması, yalnızca para cezası yaptırımıyla cezalandırılan mükelleflere göre vergi uyumunu artırmıştır.

Deneyde vergi kaçırmaya yönelik bir davranışta karar vermesi beklenen deneklerde cilt iletkenlik tespit yönteminin kullanılması, vergi kaçırma davranışı üzerinde marjinal bir pozitif etki yaratmıştır. Denekler duygusal olarak ne kadar çok uyarılırsalar, o kadar çok vergi kaçırmaya yönelmektedir. Buna karşılık, vergi kaçırma fikrini reddeden bir denek, duygusal olarak ciddi seviyelerde uyarılmadan evvel vergiye uyum göstermektedir (Coricelli vd., 2010: 229-245). Deney sonucunda ceza ve denetim olasılığının aksine toplumda ifşa olma durumu deneklerde psikolojik bir baskı oluşturarak, onları vergi kaçırmadan uzaklaştırmıştır.

### **3.3.14. Belçika Örneği**

Belçika vergi idaresi, vergi ödemelerinde gecikmeyi azaltmak amacıyla bireysel gelir vergisi mükelleflerine 2014, 2015 ve 2016 yıllarındaki üç mali dönemde farklı davranışsal mesajlar içeren hatırlatma mektupları göndermiştir. Dört farklı gruba ayrılan mükelleflerin ilk grubuna herhangi bir mektup yollanmazken kalan üç gruba sırasıyla basitleştirme, caydırma ve vergi ahlakı unsurlarına içeren mektuplar gönderilmiştir (De Neve vd., 2021: 1434-1436):

1. Basitleştirilmiş mektuplarda mükelleflerin dikkatini çekmek için önemli bilgiler renklendirilmiş ve kutucuklar içerisinde yer almıştır. Aynı zamanda bu mektuplar mükelleflere ismiyle hitap ederek kişiselleştirilmiştir.
2. Caydırıcılık unsurları içeren mektuplara cezalardan kaçınmak için derhal ödeme yapmaları gerektiği bilgisi eklenmiştir.

3. Vergi ahlakı unsurunu içeren mektuplarda ise mükelleflerin sosyal normlara uyması ve kamu mallarının finansmanına destek olması gerektiğinden bahsedilmiştir.

Caydırıcılık ve vergi ahlakı öğelerini içeren mektuplar basitleştirilmiş mektupların geliştirilmesiyle hazırlanmıştır. Deneyin sonucunda vergi ödemelerinde %18'lik bir artış sağlanmıştır. Vergi uyumunda caydırıcılık mesajları eklenmiş mektuplar ile basitleştirilmiş vergi beyanı hatırlatmaları içeren mektupların en etkili yöntemler olduğu görülmüştür. Buna rağmen vergi ahlakını vurgulayan mektupların beklenenin aksine geri teptiği görülmüştür. Bu artış sayesinde uygulama maliyetinin 40 katından daha fazla bir vergi geliri elde edilmiştir. Basitleştirme ve sadeleştirmenin olumlu etkilerinin deneyi takip eden mali yılda da devam ettiği görülmüştür (De Neve vd., 2021: 1460-1461).

Bu örnekte hazırlanan mektuplarda mükellefler hazırda bulunan seçeneklere yönlendirilmek istenmiş, ismiyle hitap edilerek vergi ödemesi konusunda bir sahiplik etkisi oluşturulmak istenmiştir. Yine caydırıcılık unsurları içeren mektupla mükellefin riskten kaçınarak olası bir kayıptan kaçınması beklenmiştir.

### **3.3.15. Macaristan Örneği**

Macaristan Ulusal Vergi ve Gümrük İdaresi, serbest meslek sahibi mükelleflere yaklaşan KDV beyan tarihleri hakkında hatırlatma mektupları göndermiştir. Bu mektuplar KDV beyanı oranını %5 ile %6 puan arasında artırmıştır. En yüksek etki, önceki yıllarda beyan süresini geciktiren mükellefler üzerinde gerçekleşmiştir. Gönderilen mektuplar yayılmacı bir etki sağlamıştır. Bu mektupları alan mükelleflerin muhasebecilerinin diğer müşterileri de KDV beyannamelerini daha az geciktirmiştir (Hungarian National Tax and Customs Administration, Aktaran: OECD, 2020: 30-37).

Bu örnekte muhasebecilerin diğer müşterileri de bir sürü etkisiyle beyannamelerini daha az geciktirmişlerdir. Burada bir grup mükellefe gelen mektuplar bu durumdan haberdar olan diğer mükelleflerin temsiliyete bakarak karar vermesini sağlamış, bağlam etkisi sayesinde bu mükelleflerde de vergi beyanlarını zamanında gerçekleştirme oranı artmıştır.

### 3.3.16. Kanada Örneği

Kanada'nın Ontario Eyaleti'nde vadesi geçmiş sağlık vergisi borçlarını tahsil etmek için 2014 ve 2015 yıllarında iki kez rastgele kontrollü deney çalışması gerçekleştirilmiştir. İdare, işverenlerin çalışanları adına ödemesi gereken işveren sağlık vergisi beyannamelerinin geç verilmesini engellemek için mükelleflerle iletişimde davranışsal yöntemleri kullanarak vergi tahsilatını artırmayı hedeflemiştir.

Deneye vergi ödemelerini geciktiren mükellefler dahil edilmiştir. Deneklere standart hatırlatma mektubunun aksine; vadesi geçen beyannamelerini nereye, nasıl, ne zaman vereceklerine dair somut bilgiler eklenmiş ve davranışsal yöntemlerle hazırlanmış mektuplar gönderilmiştir. Bu mektuplarla mükelleflerin motivasyonları artırılarak vergi ödemeye teşvik edilmeleri amaçlanmıştır. Kontrol grubu dışında 2014 ve 2015 yıllarında yeni mektuplardan alan mükelleflerin vergi ödeme oranı ortalama %4,2 ile %6,1 oranında artış göstermiştir. 2016 yılında tüm mükelleflere yeniden tasarlanmış mektuplardan gönderilmiş; bu sayede gecikmiş vergilerin tahsili için faydalanılan hukuki maliyetlerde de 12.000 Kanada doları tasarruf edilmiştir (OECD, 2017: 332-333).

Bu basit müdahale sayesinde hazırda bulunan seçeneklere yönlendirilen mükelleflerin vergi ödemeleri kolaylaştırılmaya çalışılmıştır. Uygulamada olan standart vergi borcu hatırlatma mektubuna ilave bir masraf olmadan yapılmış küçük bir değişiklikle hem vergi uyumu artırılmış hem de vergi tahsilat sürecindeki maliyetlerde azalma sağlanmıştır.

### 3.3.17. İtalya Örneği

İtalya'da vergi kaçırıcıları ihbar etmenin vergi kaçakçılığı üzerindeki etkisini araştırmak ve grup içi güven ve iş birliği üzerindeki potansiyel sonuçlarını değerlendirmek için 2019 yılında 240 denegin katıldığı iki aşamalı bir deney çalışması gerçekleştirilmiştir. Deneyin başında katılımcılara deneysel para birimi olarak ifade edilen bir brüt gelir verilmiştir. İlk aşamada rastgele seçilmiş 5 kişiden oluşan gruptaki deneklerle vergi idaresine bildirmeleri gereken gelir miktarını karşılaştırdıkları 10 turluk basit bir vergi kaçırma oyunu uygulanmıştır. Deneklerden

beyan edilen gelirin %30'u oranında sabit bir vergi ödemeleri beklenmektedir. Eğer denetim durumunda beyan edilen gelir gerçek gelirden düşük çıkarsa kişi beyan edilmeyen gelir üzerinden vergi ve para cezası ödemek zorundadır. Beyan işlemi tamamlandıktan sonra katılımcılara gruptaki diğer üyelerin beyan ettiği ve kalan brüt gelirleri hakkında bilgi verilmiştir. İkinci aşamada denekler 5 tur boyunca bir hediye alışverişi oyunu oynamaktadır. Her denek 100 birim deneysel para biriminde bağış almaktadır. Deneklerin göndereceği tutar deneyi yürüten kişi tarafından ikiye katlanarak karşı tarafa iletilmektedir. Denekler karşı tarafa ne kadar tutarda hediye göndereceklerine bu durumu bilerek karar vermektedir.

Deney iki ana ölçümle manipüle edilmektedir. Bunlardan ilki, birinci aşamada bir ihbar mekanizmasının bulunması; diğeri ise ikinci aşamada hediye alışverişi oyunu hakkında önceden deneklere bilgi verilmesidir. İlk aşamada denekler gelir beyanında bulunduktan sonra, vergi idaresi tarafından denetlenme olasılığını artırabilmek için her bir katılımcıya ihbarda bulunma hakkı tanınmaktadır. İkinci aşamada bilgi verilen grup oyun içeriği hakkında önceden bilgi sahibiyken; bilgi verilmeyen grup ikinci aşamayı ancak vergi kaçırma oyunu sona erdiğinde öğrenebilmektedir. Bu sayede ikinci aşamada gerçekleşecek olan iş birlikçi görevden haberdar olmanın; ilk aşamadaki ihbar ve vergi kaçakçılığını stratejik olarak etkileyip etkilemediği araştırılmış, diğer deneklerin ihbar konusunda daha isteksiz hâle gelip gelmediği incelenmiştir.

Bilgi manipülasyonunun amacı; vergi kaçırma ve ihbarda bulunma tutumunun, deneklerin ikinci aşamada grup üyeleriyle beraber sonuçların büyük ölçüde birbirlerine bağlı olduğu bir oyunda karar verirken etkilenip etkilenmeyeceklerini ölçmektir. Denekler arasında gizlilik esası garanti edilse bile bir ihbarcının varlığı grup içi güveni sarsarak hediye alışverişi oyununda iş birliğini daha zor hâle getirebilmektedir. Bu nedenle denekler ilk aşamada ihbar konusunda isteksiz olabilmekte; vergi kaçırmayı önlemek için ihbar yöntemi geçersiz kalabilmektedir. Deney sonucunda ihbar yöntemi, grup içi vergi kaçakçılığının azaltılmasında ve vergi denetiminin doğruluğunun iyileştirilmesinde etkili olmuştur. Grup üyeleri gelirlerini yanlış bildiren katılımcıları ihbar etmiş, bu sayede genel vergi uyumu seviyesi artış göstermiştir. Sonuçların büyük ölçüde grup içi güven seviyesine bağlı

olduğu ikinci aşamada, ilk aşamada grup içi ihbarda bulunmanın ve önceden ikinci deney hakkında bilgi sahibi olmanın hediye alışverişi oyununu etkilemediği görülmüştür (Chapkovski, Corazzini ve Maggian, 2021). Bu deneyde ihbarcının varlığından haberdar olma durumuyla bir çapa etkisi oluşturulmak istenmiştir. İhbar apası hakkında bilgi sahibi olan deneklerin hediye alışverişi oyununda bu durumdan etkilenip etkilenmeyeceği incelenmiştir. Deney yürütücüleri ihbar durumunun hediyeleşme oyununu etkileyeceği yönünde bir odaklanma etkisine sahipken sonuçlar beklenenden farklı olmuştur.



## SONUÇ

21. yüzyılda davranışsal kamu politikası tasarımıyla hazırlanan çalışmaların Nobel Ekonomi Ödülü'ne layık görülmesi alanla ilgili yapılan çalışma sayısını artırıcı niteliktedir. 2001 yılında George A. Akerlof, Michael Spence ve Joseph Stiglitz'in asimetrik bilgi koşullarında piyasa işleyişi konulu çalışması; 2002 yılında Daniel Kahneman'ın ekonomide belirsizlik altında karar alma ve Vernon L. Smith'in deneysel iktisadi analizlerde özellikle alternatif piyasa mekanizmalarını incelerken deneylerini iktisat bilimine entegre ettiği çalışması; 2017 yılında Richard H. Thaler'in davranışsal iktisada yaptığı katkıları; 2020 yılında Paul Milgrom ve Robert Wilson'un açık artırma teorisini geliştirmek ve yeni açık artırma modelleri ortaya koymak için gerçekleştirdikleri deneysel çalışmaları; 2021 yılında David Card, Joshua Angrist ve Guido Imbens'in asgari ücret, göç ve eğitimin işgücü piyasaları üzerindeki etkisini analiz ettikleri deneysel çalışmaları davranışsal kamu politikası tasarım sürecine katkı sağlayan çalışmalardandır.

Sağlıktan çevreye, eğitimden enerjiye pek çok kamu politikasının iyileştirilmesinde davranışsal yaklaşımlardan faydalanılması ve etkili sonuçlar elde edilmesi, dünyada davranışsal maliye çalışmalarının kurumsallaşmasını hızlandırmıştır. Böylece davranışsal maliye, tüm devletler için önemli bir kamu politikası aracı olan vergilere de geniş bir çalışma alanı oluşturmuştur.

Devletlerin varlığını sürdürebilmesi, vergilerin etkin bir şekilde toplanmasına bağlıdır. Vergilerin etkin bir şekilde toplanabilmesi için mükelleflerin kendi istekleriyle, gönüllü bir şekilde vergiye uyum göstermeleri çok önemlidir. Bu uyumu sağlamak için vergi idaresi, mükellef odaklı bir hizmet anlayışı sergileyerek vergi bilincinin artması adına gerekli çalışmaları gerçekleştirmektedir. Yakın geçmişten günümüze iletişim araçlarının ve sosyal mecraların hızla gelişmesiyle artan teknolojik erişilebilirlik, kamu politikası tasarım süreçlerine de büyük katkı sağlamaktadır.

Türkiye'de vergi uyumuna teşvik konusunda 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun mükerrer 121. maddesinde "Vergiye Uyumlu Mükelleflere Vergi İndirimi" uygulamasına başlanmıştır (GVK, 2019: 121). Vergiye uyum gösteren gelir

ve kurumlar vergisi mükelleflerine, 2 milyon TL'yi aşmamak kaydıyla beyannameleri üzerinden hesaplanan geliri ya da kurumlar vergisi üzerinden %5 oranında vergi indirimi teşviki tanımlanmıştır. Bu teşvik mükelleflerin vergiye gönüllü uyum sağlaması için atılmış yasal adımlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında Türkiye'de 2021-2023 Yeni Ekonomi Programı'nda vergi bilincinin güçlendirilip, gönüllü vergi uyumunun artırılması için davranışsal kamu politikalarından faydalanılması gerektiğinden bahsedilmiştir.

2021 yılı genel devlet gelirleri payı içinde vergilerin tutarı 1.164.809.000.000 TL olarak gerçekleşmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2021). Vergi uyumu konusunda davranışsal yöntemleri kullanarak elde edilecek %1'lik bir artış; vergi gelirlerinde ilave 11.648.000.000 TL'lik ek kazanca denk gelmektedir. Dünya genelinde gerçekleştirilen çalışmalarda görüldüğü gibi basit ve düşük maliyetli davranışsal yaklaşımlar içeren çalışmalarla vergi uyumu konusunda önemli artışlar sağlanabilmekte; vergi gelirleri beklenin üzerinde artış gösterebilmektedir. Temel prensibi mükellefleri zorlamadan, basit müdahaleler aracılığıyla kısa vadede doğru seçeneğe yönlendirmek olan bu davranışsal maliye yaklaşımlarından pek çok ülke faydalanmaktadır. İncelenen çalışmalarda görüldüğü gibi çeşitli davranışsal içgörü araçlarından bir ya da birkaçının kullanılarak hazırlandığı bu deneysel çalışmalar, vergi uyumu konusunda ciddi artışlar ortaya koyabilmekte hatta bazı çalışmalarda bu etkiler bir sonraki vergileme döneminde de etkinliğini sürdürebilmektedir.

Basit bir video içeriği, kişiye özel hazırlanmış mektuplar, hatırlatma e-postaları gibi pek çok araç, davranışsal tasarımlar çerçevesinde hazırlanarak mükellefleri vergi uyumuna yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Yapılan çalışmalarda görüldüğü gibi özellikle var olan sistem ve yöntemlerdeki ufak değişikliklerle bile vergi uyumu artışı sağlanabilmektedir. Vergi borcunun ödenmesine dair var olan bir hatırlatıcı mektubun içeriğinin değiştirilmesi, internet sitesine girildiğinde vergi beyannamesine direkt ulaşılması, SMS yöntemi ile mükelleflere isimleriyle hitap ederek vergi beyannamelerini geciktirmemeleri gerektiğinin bilgisinin verilmesi gibi sade, basit ve anlaşılır yöntemler, mükellefleri yasal zorlama altında bırakmadan vergi uyumuna yönlendirmeye çalışmaktadır. Aşağıda Türkiye'de vergi uyumunu

artırabilmek adına uygulanabilecek davranışsal maliye yaklaşımlarını içeren üç örnek uygulamaya yer verilmiştir.

**Örnek 1:** Yerel idarelerin sorumluluğunda bulunan ve temizlik hizmetlerinden faydalanan konut, iş yeri ve diğer şekillerde kullanılan binaların tabi olduğu Çevre Temizlik Vergisi’ni ödemeyen mükellefler belirlenerek davranışsal yaklaşımları içeren bir çalışma yapılabilir. Bu mükelleflere konut ya da iş yerlerinin bulunduğu sokak ya da caddenin photoshop yöntemiyle kirli ve çöp dolu halinin hazırlandığı fotoğrafları içeren kişiselleştirilmiş e-posta ya da mektuplar gönderilebilir. Bu sayede mükellefte temizlik hizmetlerini kaybetmekten kaçınma davranışı oluşması beklenmektedir. O alanların mükellefin yaşam alanı olduğunu aşılama isteyen bir sahiplik etkisi oluşturularak, mükellefin var olan statükosunu koruyacağı düşüncesiyle vergiye uyum göstermesi beklenebilir.

**Örnek 2:** Emlak Vergisi’ni ödemeyen mükellefler tespit edilerek o mahallede yaşayan komşularının vergisini ödediğini belirten bir SMS, mektup ya da e-posta hatırlatıcısı kullanılabilir. O bölgede bulunan köprü, okul, hastane, park gibi kamu hizmetlerinin görselleri ya da bunları içeren video linkleri kullanılarak hazırlanacak olan bu araçlara, mükellefin komşularının bu hizmetlerin finansmanına vergileri ile katkı sağladığını ve bunun bir ulusal gurur olduğunu belirten mesajlar eklenebilir. Kişiye hitap ederek başlayan bu araçlar mükellefte sahiplik etkisi oluşturup, komşularından bahsedilmesi ise bir sürü etkisi oluşturarak mükellefin vergiye uyum göstermesi konusunda etkili olabilecektir.

**Örnek 3:** Motorlu Taşıtlar Vergisi’ni ödemeyen mükellefler tespit edilerek, bu mükelleflerin motorlu taşıtları marka, model ve yıllarına göre gruplara ayrılarak sınıflandırılabilir. Aynı marka, model ve üretim yılına sahip taşıtları kullanan mükellefler kendi içinde gruplandırılarak bu çalışma uygulanabilir. “Sizinle aynı taşıtı kullanan X sayıda mükellef Motorlu Taşıtlar Vergisi’ni zamanında ödedi. Şimdi linke tıklayarak siz de onlara katılabilirsiniz!” şeklinde oluşturulan mesaj içeriklerinin olduğu e-posta ve SMS gibi araçlarla mükellef hazırda bulunan ödeme seçeneğine yönlendirilerek, mükellefin kendini o gruba ait hissetmesi sağlanabilir. Bununla birlikte e-postalara mükelleflere ait taşıtların görselleri eklenerek onlarda bir

sahiplik etkisi oluşturulabilir. Böylece mükellefin vergiye uyum göstermesi sağlanabilir.

Türkiye’de davranışsal kamu politikası tasarımı oluşturulmuş ilk kamu birimi olan ve Ticaret Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı gibi birimlerin ilgili kamu politikasına ait bakanlıklar bünyesinde sayısının artırılması gerekmektedir. Vergi uyumunda davranışsal yaklaşımlardan faydalanabilmek adına dünyadaki tecrübeli birimleri örnek alarak Hazine ve Maliye Bakanlığı bünyesinde bir davranışsal vergi politikaları biriminin oluşturulması gerekmektedir. Bu birimde vergi uyumu konusunda Yeni Ekonomi Programı’nın beklentilerini karşılayan ve davranışsal yaklaşımlardan faydalanan çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

Yine Türkiye’de davranışsal kamu politikaları tasarımı konusunda üniversitelerde düzenlenen Nudge Bootcamp etkinlikleri mevcuttur. Bu etkinliklerin vergiye uyumu artırma konusunda geliştirilerek üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri’nde alanla ilgili öğrencilerle gerçekleştirilmesi, farklı bakış açıları ve çözüm önerilerinin üretilmesine ciddi katkılar sağlayabilir. Bu birimin, üniversitelerle iş birliği içinde gerçekleştirileceği çalışmalar hem akademiye katkı sağlayacak hem de kamu politikası oluşum sürecinde yer alabilecek nitelikli uzman kadrosunun oluşumunu güçlendirecektir.

Bürokrasiye dayalı ve riskten kaçınan bir profile sahip olan kamu kurumlarının, davranışsal maliye yaklaşımları gibi yenilikçi yaklaşımları bünyesine katması zaman alabilmektedir. Ortak bir veri havuzunun oluşturulması ve eldeki verilerin güncelliği de davranışsal maliye yaklaşımlarını içeren çalışmaların uygulanması konusunda çok önemlidir. Elde edilecek en güncel veri ve ulaşılabilir en büyük örneklerle yapılacak çalışmalar en etkili sonuçları ortaya koyacaktır.

Davranışsal maliye yaklaşımlarının kalıcılığının artırılabilmesi için uygulandığı örneklerle genişletilmeli, çeşitli deneysel çalışmalarla birden fazla yöntem denenerek en etkilisi tespit edilmelidir. Karar alma sürecini etkileyen bilişsel önyargılar tespit edilerek, etkin bir vergi politikası sunumu sağlanabilmektedir.

Özellikle beklenenin altında bir gelir elde edilen vergi grupları seçilip, bu vergilere ait düzenlemelerin davranışsal yaklaşımlar çerçevesinde değiştirilerek ya da davranışsal yaklaşımlardan faydalanarak vergi uyumunu artırmaya yönelik yeni yöntem ve metotlar denenerek vergi gelirlerinin artırılması hedeflenebilir. ABD’de Barack Obama’nın görevini bırakmadan evvel kamu politikası tasarımı da davranışsal yaklaşımların kullanılmasını yasalaştırması da sürecin önemini bir kez daha vurgulamaktadır.

Dünya genelinde gerçekleştirilen çalışmalar kültürel ve ulusal farklılıklar gösterebileceğinden her topluma uygun müdahale araçları tercih edilerek vergi uyumu artırılmaya teşvik edilmelidir. Dünyadaki tecrübeli uluslararası kuruluşlarla değerlere uygun ortak çalışmalar yapılması da uygulamayı sağlamlaştırmacı basamaklar arasındadır. Aksi takdirde yanlış politikaların tercih edilmesi vergi uyumu konusunda olumsuz bir etkiye sebep olarak vergi uyumsuzluğuna dönüşebilmektedir.

Türkiye’deki vergi grupları üzerinde; verilen örneklerde denenmiş yöntemlerin ya da oluşturulacak bir ilgili birimin veya konuyla ilgili çalışan uzmanların geliştirileceği yeni yöntemlerin kullanılması vergiye gönüllü uyumu artıracak etki yaratarak, devletin vergiyle ilgili kamu politikası amaçlarının da gerçekleşmesine olanak sunacaktır.

## KAYNAKÇA

- Adams, J. Stacy: **Inequity in Social Exchange**, Leonard Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* içinde, Academic Press Inc, Vol:2, 1965, pp.265-299.
- Akdere, Çınla; Büyükböyacı, Mürüvvet: “Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı”, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**, Bölüm 8, ed. Devrim Dumludağ, vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.107-139.
- Akerlof, George A.: “Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior”, **The American Economic Review**, Vol:47, No:1, 2003, pp.25-47.
- Akın, Zafer; Urhan, Barış, Ü.: “İktisat Deneysel Bir Bilim Olmaya mı Başlıyor?”, **İktisat İşletme ve Finans**, Cilt:25 Sayı:288, 2010, s.9-28.
- Akın, Zafer; Urhan, Barış, Ü.: “Davranışsal Oyun Teorisi”, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**, Bölüm 15, ed. Devrim Dumludağ, vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.279-340.
- Akkuş, Çetin: “Turistik Satın Alma Karar Sürecinde Bedava Etkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma”, **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, Cilt:15, Sayı:2, 2018, s.386-403.

- Aktan, Coşkun Can: “Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergi Ahlakı”, **“Yeni” Maliye Değişim Çağında Kamu Maliyesi: Yeni Trendler, Yeni Paradigmalar, Yeni Öğretiler, Yeni Perspektifler**, ed. Coşkun Can Aktan vd., Ankara, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, No:2012/420, 2012, s.167-198, (Çevrimiçi) <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/09/Yeni-Maliye-02-03-2012-e2.pdf>, 23/11/2021.
- Aktan, Coşkun Can; Yay, Serdar: “Deneysel İktisat Tarihçe, Amaç, Kapsam ve Uygulama Alanları”, **Deneysel İktisat**, ed. Coşkun Can Aktan, Müslüm Basılğan ve Serdar Yay, İstanbul, Divan Kitap, 2019, s.9-34.
- Allias, Maurice: “Le comportement de l’homme rationnel devant le risque: Critique des postulats et axiomes de l’ecole Americaine”, **Econometrica**, Vol:21, 1953, pp.503-546.
- Allingham, Michael G.; Sandmo, Agnar: “Income Tax Evasion: a Theoretical Analysis”, **Journal of Public Economics**, Vol:1, No:3-4, 1972, pp.323-338.
- Alm, James; McKee, Michael: “Extending the Lessons of Laboratory Experiments on Tax Compliance to Managerial and Decision Economics”, **Managerial And Decision Economics**, No:19, 1998, pp.259-275.
- Alm, James: “Measuring, Explaining, and Controlling Tax Evasion: Lessons from Theory, Experiments, and Field Studies”, **International Tax Public Finance**, No:19, 2012, pp.54-77.

- Alm, James;  
Erich Kirchler;  
Muehlbacher, Stephan: “Combining Psychology and Economics in the Analysis of Compliance: From Enforcement to Cooperation”, **Economic Analysis & Policy**, Vol:42, No:2, 2012, pp.133-151.
- Altmann, Steffen;  
Traxler, Christian;  
Weinschenk, Philipp: **Deadlines and Cognitive Limitations**, Institute of Labor Economics, 2017, No:11129, pp.1-65
- Altun, Nurullah;  
Gürdal, Temel;  
Beşel, Furkan: “Mükelleflerin Vergiye Karşı Tutum ve Davranışları: Sakarya İli Alan Araştırması”, **Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:3, Sayı:1, 2017, s.39-48.
- American Economic Association: “Andrei Shleifer, Clark Medalist 1999”, (Çevrimiçi) <https://www.aeaweb.org/about-aea/honors-awards/bates-clark/andrei-shleifer>, 15/05/2022.
- American Economic Association: “Matthew Rabin, 2001 Clark Medalist”, (Çevrimiçi) <https://www.aeaweb.org/about-aea/honors-awards/bates-clark/matthew-rabin>, 15/05/2022.
- Ariely, Dan: **Dürüst Olmamanın Ardındaki (Dürüst) Gerçek**, İstanbul, Optimist, 2015.
- Ariely, Dan: **Akıldışının Mantığı**, İstanbul, Optimist, 2018.
- Ariely, Dan: **Akıldışı ama Öngörülebilir**, İstanbul, Optimist, 2019.
- Ariely, Dan;  
Kreiser, Jeff: **Tamamen Duygusal Para Harcamanın Akıllıca Yolları**, İstanbul, Optimist, 2020.

- Asch, Solomon E.: “Forming Impressions of Personality”, **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol:41, No:3, 1946, pp.258-290.
- Asch, Solomon E.: “Opinions and Social Pressure”, **Scientific American**, Vol:193, No:5, 1955, pp.31-35.
- Aydın, Üzeyir;  
Ağan, Büşra: **Davranışsal Finans Finansal Yatırım Kararlarının Davranışsal Temelleri**, Bursa, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2017.
- Baliga, Sandeep;  
Ely, Jeffrey C.: “Mnemonomics: The Sunk Cost Fallacy as a Memory Kludge”, **American Economic Journal: Microeconomics**, Vol:3, No:4, 2011, pp.35-67.
- Bayraklı, H. Hüseyin,  
Saruç, N. Tolga;  
Sağbaş, İsa: “Vergi Kaçırma Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Vergi Kaçaklarının Önlenmesi: Anket Çalışmasının Bulguları”, **19. Türkiye Maliye Sempozyumu**, Antalya, 2004, s.204-253.
- Becker, Gary S.: “Crime and Punishment: An Economic Approach”, **Journal of Political Economy**, Vol:76, No:2, 1968, pp.169-217.
- Benson, Buster: **Cognitive Biases**, 2016, (Çevrimiçi) <https://busterbenenson.com/piles/cognitive-biases/>, 15 Mart 2022.
- Bentham, Jeremy: **An Introduction to the Principles of Morals and Legislation**, London, 1<sup>st</sup> Edition, T.Payne & Son, 1789.

- Beşel, Furkan;  
Şahpaz, Kadriye İzgi:  
“Vergi Uyumunun Arttırılmasına Yönelik Bir Öneri: Kısmi Tahsis Uygulaması”, **Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, 2017, s.47-60.
- Bhargava, Saurabh;  
Loewenstein, George:  
“Behavioral Economics and Public Policy 102: Beyond Nudging”, **American Economic Review**, Vol:105, No:5, 2015, pp.396-401.
- Blaufus, Kay;  
Braune, Matthias;  
Hundsdoerfer, Jochen;  
Jacob, Martin:  
“Self-Serving Bias and Tax Morale”, **Economics Letters**, Vol:131, 2015, pp.91-93.
- Boulding, Kenneth E.:  
“Contemporary Economic Research” **Trends in Social Science**, ed. by Donald P. Ray, New York, Philosophical Library, 1961, pp.9-26.
- Brockmeyer, Anne;  
Hernandez, Marco;  
Kettle, Stewart;  
Smith, Spencer:  
“Casting the Tax Net Wider: Experimental Evidence from Costa Rica”, **World Bank Group**, Policy Research Working Paper No:WPS7850, 2016, pp.1-54.
- Brülhart, Marius;  
Usunier, Jean-Claude:  
“Does the Trust Game Measure Trust?”, **Economics Letters**, Vol:115, No:1, 2012, pp. 20-23.
- Buchanan, James M.:  
**Public Finance in Democratic Process Fiscal Institutions and Individual Choice**, Indianapolis, Liberty Fund, 4<sup>th</sup> Edition, 1999.

- Camerer, Colin F.: **Behavioral Game Theory Experiments in Strategic Interaction**, New Jersey, Princeton University Press, 2003.
- Camerer, Colin F.;  
Loewenstein, George;  
Rabin, Matthew: “Behavioral Economics: Past, Present, Future”, **Advances in Behavioral Economics**, Chapter 1, ed. by Colin F. Camerer et. al., New Jersey, Princeton University Press, 2004, pp.3-51.
- Can, Yeşim: “İktisatta Psikolojik İnsan Faktörü: Davranışsal İktisat”, **Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi**, Cilt:4, Sayı:2, 2012, 91-98.
- Chamberlin, Edward H.: “An Experimental Imperfect Market”, **Journal of Political Economy**, Vol:56, No:2, 1948, pp.95-108.
- Chapkovski, Philipp;  
Corazzini, Luca;  
Maggian, Valeria: “Does Whistleblowing on Tax Evaders Reduce Ingroup Cooperation?”, **Frontiers in Psychology**, Vol:12, 2021, pp.1-12.
- Chuenjit, Pakarang: “The Culture of Taxation: Definition and Conceptual Approaches for Tax Administration”, **Journal of Population and Social Studies**, Vol:22, No:1, 2014, pp.14-34.
- Coleman, Stephen: **The Minnesota Income Tax Compliance Experiment State Tax Results**, ABD: Minnesota Department of Revenue, 1996.

- Coricelli, Giorgio;  
Joffily, Mateus;  
Montmarquette, Claude;  
Villeval, Marie Claire:  
“Cheating, Emotions, and Rationality: an Experiment on Tax Evasion”, **Experimental Economics**, Vol:13, No:2, 2010, pp.226-247.
- Cox, Christopher:  
**The Deadline Effect: How to Work Like It’s the Last Minute—Before the Last Minute**, London, Avid Reader Press / Simon & Schuster, 2021.
- Çakar, Tuna;  
Neyse, Levent:  
“İktisadi Kararların Biyolojik Temelleri: Nöroiktisat”, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**, Bölüm 17, ed. Devrim Dumludağ vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.405-426.
- Çataloluk, Cuma:  
“Vergi Karşısında Mükelleflerin Tutum ve Davranışları”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:20, 2008, s.213-228.
- Dalton, Abigail Goodnow:  
“Lessons in “Nudging” From the Developing World”, 2018, (Çevrimiçi) <https://behavioralscientist.org/lessons-from-nudging-in-the-developing-world/>, 22/04/2022.
- Dalton, Abigail Goodnow;  
Manning, Lauren Alyssa;  
Jamison, Julian C.;  
Sen, Iman Kalyan;  
Karver, Jonathan George;  
Castaneda Nunez, Jorge Luis;  
Guedes, Lorena Paola;  
Mujica Estevez, Serrana Beatriz:  
**Behavioral Insights for Tax Compliance**, World Bank Group and eMBED, 2021.

- Dawkins, Richard;  
Brockmann, Jane H.: “Do Digger Wasp Commit The Concorde Fallacy?”, **Animal Behaviour Research Group**, Vol:28, 1980, pp.892-896.
- De Neve, Jan-Emmanuel;  
Imbert, Cle´ment;  
Spinnewijn, Johannes;  
Tsankova, Teodora;  
Luts, Maarten: “How to Improve Tax Compliance? Evidence from Population-Wide Experiments in Belgium”, **Journal of Political Economy**, Vol:129, No:5, 2021, pp.1425-1463.
- Demir, Ömer: **Akıl ve Çıkar Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği**, Ankara, Sentez Yayıncılık, 2013.
- Demir, İhsan Cemil;  
Çiğerci, İsmail: “Vergi Bilincinin Oluşumunda Eğitimin Rolü: İlköğretim Öğrencileriyle Ampirik Bir Çalışma”, **Yönetim ve Ekonomi**, Cilt:23, Sayı:1, 2016, s.127-143.
- Demirel, Selim Koray;  
Artan, Seyfettin: “Nöroiktisat ve İktisat Biliminin Geleceğine İlişkin Tartışmalar”, **Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi**, Cilt:2, Sayı:1, 2016, s.1-28.
- Demiröz, Dündar Murat: “İktisadi Analiz”, **İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notu**, (Çevrimiçi) [https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzecontent/20\\_21\\_Bahar/iktisadi\\_analiz/12/index.html](https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzecontent/20_21_Bahar/iktisadi_analiz/12/index.html), 15/02/2022.
- Demirtaş Aydoğan, Selma: “Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergiye Karşı Davranışları Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi”, **Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:3, 2017, s.14-22.

- Didinmez, İrem: **Davranışsal İktisat Perspektifinden Vergi Uyum Analizi**, Ankara, Savaş Yayınevi, 2018.
- Dittrich, Dennis; Güth, Werner; Maciejovsky, Boris: “Overconfidence in Investment Decisions: An Experimental Approach”, **CESifo Working Paper**, No. 626, 2001, pp.1-21.
- Dobelli, Rolf: **Hatasız Düşünme Sanatı**, İstanbul, NTV Yayınları, 4. Baskı, 2013.
- Doğan, Mesut; Faikoğlu, Seyda: **Davranışsal Finans ve Finansal Okuryazarlık**, Bursa, Ekin Yayınevi, 2016.
- Dolan, Paul: **MINDSPACE: Influencing Behaviour Through Public Policy**, London, Institute of the Government, 2010.
- Dolan, Paul: **Happiness by Design: Change What You Do, Not Now You Think**, New York, Hudson Street Press, 2014.
- Duman, Sumeyra: **Davranışsal Ekonomi Yaklaşımları Karar Verme Tarzlarıyla Bir İnceleme**, İstanbul, Kriter Yayınevi, 2018.
- Dunn, William N.: **Public Policy Analysis - An Integrated Approach**, New York, Routledge, 2018.
- Earl, Peter E.: “Economics and Psychology in the Twenty-first Century”, **Cambridge Journal of Economics**, Vol: 29, 2005, pp.909-926.

- Eğilmez, Mahfi: “Ekonomide İllüzyon”, (Çevrimiçi) <https://www.mahfiegilmez.com/2016/12/ekonomide-illuzyon.html>, 01/04/2022.
- Eğilmez, Mahfi: “Gösteriş Tüketimi ve Züppe Etkisi”, (Çevrimiçi) <https://www.mahfiegilmez.com/2019/10/gosteris-tuketimi-ve-zuppe-etkisi.html>, 01/04/2022.
- Eğilmez, Mahfi: “Tüketim, Gösteriş Tüketimi, Züppe Etkisi, Veblen Etkisi ve Sürü Etkisi”, (Çevrimiçi) <https://www.mahfiegilmez.com/2020/09/tuketim-gosteris-tuketimi-zuppe-etkisi.html>, 2020, 02/04/2022.
- Ellsberg, Daniel: “Risk, Ambiguity, and the Savage Axioms”, **The Quarterly Journal of Economics**, Vol:75, No:4 1961, pp.643-669.
- Ergün, Kutlu: “Snob Effect, Bandwagon Effect and Financial Behavior: A Comparative Study among Spanish and Turkish Students”, **Turkish Studies – Economics, Finance, Politics**, Cilt:16, Sayı:2, s.811-822.
- Eser, Rüya;  
Toigonbaeva, Devletkan: “Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt:6 Sayı:1, 2011, s.287-321.
- Evans, Christopher Charles;  
Joseph, Sally-Ann: “General Report”, ed. by Christopher Charles Evans et. al., **Improving Tax Compliance in a Globalised World**, The Netherlands, IBFD, 2018, pp.3-37.
- Feld, Lars P.;  
Frey, Bruno S.: “Trust Breeds Trust: How Taxpayers are Treated”, **Economics of Governance**, No:3, 2002, pp.87-99.

- Feld, Lars P.;  
Frey, Bruno S.: “Tax Compliance as the Result of a Psychological Tax Contract: The Role of Incentives and Responsive Regulation”, **Law & Policy**, Vol:29, No:1, 2007, pp.102-120.
- Festinger, Leon: **A Theory of Cognitive Dissonance**, California, Stanford University Press, 1957.
- Festinger, Leon: “Cognitive Dissonance”, **Scientific American**, Vol:207, No:4, 1962, pp.93-106.
- Fischhoff, Baruch: “Hindsight ≠ Foresight: The Effect of Outcome Knowledge on Judgment Under Uncertainty”, **Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance**, Vol:1, No:3, 1975, pp.288-299.
- Fisher, Irving: **The Money Illusion**, New York, Adelphi Company Publishers, 4<sup>th</sup> Edition, 1930.
- Forsyth, Donelson R.: “Self-Serving Bias”, **International Encyclopedia of the Social Sciences**. ed. by William A. Darity. 2<sup>nd</sup> Edition, Vol:7. Detroit, 2008, pp.429.
- Gangl, Katharina;  
Torgler, Benno;  
Kirchler, Erich;  
Hofmann, Eva: “Effects of Supervision on Tax Compliance: Evidence from a Field Experiment in Austria”, **Economics Letters**, Vol:123, 2014, pp.378-382.
- Gemmell, Norman;  
Morrissey, Oliver;  
Pinar, Abuzer: “Fiscal Illusion and the Demand for Government Expenditures in the UK”, **European Journal of Political Economy**, Vol:15, 1999, pp.687-704.

- Glimcher, Paul W.;  
Camerer, Colin F.;  
Fehr Ernst;  
Poldrack, Russel A.:  
“Introduction: A Brief History of Neuroeconomics”,  
**Neuroeconomics Decision Making and The Brain**,  
Chapter 1, ed. by Paul W. Glimcher et. al., London,  
Academic Press, 2009, pp.1-12.
- Gowdy, John;  
Rosser Jr, J. Barkley;  
Roy, Loraine:  
“The Evolution of Hyperbolic Discounting:  
Implications for Truly Social Valuation of the Future”,  
**Journal of Economic Behavior & Organization**,  
Vol:90S, 2013, pp.S94-S104.
- Göçer, Şerife  
Karaca, Süleyman Serdar:  
**Davranışsal Finans Hisse Senedi Piyasasında Sürü  
Davranışı (Teori ve Uygulama)**, Bursa, Ekin  
Yayınevi, 2019.
- Gökbunar, Ali;  
Selim, Sibel;  
Yanıkaya, Halit:  
“Türkiye’de Vergi Ahlakını Belirleyen Faktörler  
Üzerine Bir Araştırma”, **Ekonomik Yaklaşım**,  
Cilt:18, Sayı:63, 2007, s.69-94.
- Grasmick, Harold G.;  
Bursik, Robert J.:  
“Conscience, Significant Others, and Rational Choice:  
Extending the Deterrence Model”, **Law & Society  
Review**, Vol:24, No:3, 1990, pp.837-862.
- Gunn, Alan:  
“Tax Avoidance”, **Michigan Law Review**, Vol:76,  
No:733, 1978, pp.733-767.
- Gül, Hüseyin:  
“Kamu Politikası Analizi, Yöntemleri ve Teknikleri”,  
**Yasama Dergisi**, Sayı:29, 2015, s.5-31.
- Gür, Esra;  
Yıldız, İlkay:  
“Vergi Algısı ve Bilinci Üzerine Bir Araştırma: Sosyal  
Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinde Vergi  
Bilinci”, **Route Educational and Social Science  
Journal**, Cilt:4, Sayı:5, 2017, s.81-97.

- Halpern, David: **Inside the Nudge Unit: How Small Changes Can Make a Big Difference**, London, WH Allen, 2015.
- Heukelom, Floris: **Behavioral Economics: A History**, New York, Cambridge University Press, 2014.
- Hosseini, Hamid: “George Katona: A Founding Father of Old Behavioral Economics”, **The Journal of Socio-Economics**, Vol:40, 2011, pp.977-984.
- Ireland, Corydon: “Mr. Sunstein Went to Washington”, 2013, (Çevrimiçi) <https://today.law.harvard.edu/feature/mr-sunstein-went-to-washington/>, 18/05/2022.
- İnci Kuzu, Çiğdem; Karakaş, Bülent: “Oyun Teorisi”, **İktisat Alanında Seçilmiş Konular**, ed. Selda Özkılbaç ve Tuba Bilgin, İstanbul, Efe Akademi Yayınları, 2021, s.125-142.
- James, Simon; Alley, Clinton: “Tax Compliance, Self-assessment and Tax Administration”, **MPRA Paper**, No: 2696, 2002, pp.26-42.
- Johnson, Harold L.: “Exploration in Responsible Business Behavior: An Exercise in Behavioral Economics”, **Georgia State College of Business Administration Research Paper**, No:4, 1958, pp.1-66.
- Kahneman, Daniel: “Daniel Kahneman Biographical”, 2002, (Çevrimiçi) <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2002/kahneman/biographical/>, 04/01/2022.

- Kahneman, Daniel: “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics”, **The American Economic Review**, Vol:93, No:5, 2003, pp.1449-1475.
- Kahneman, Daniel: **Hızlı ve Yavaş Düşünme**, İstanbul, Varlık Yayınları, 10. Basım, 2019.
- Kahneman, Daniel;  
Tversky, Amos: “Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk”, **Econometrica**, Vol:47, No:2, 1979, pp.263-292.
- Kahneman, Daniel;  
Tversky, Amos: “Choices, Values, and Frames”, **American Psychologist**, Vol:39, No:4, 1984, pp.341-350.
- Kamilçelebi, Hatice: **Davranışsal İktisat**, London, IJOPEC Publication, 2019.
- Karagözoğlu, Emin;  
Keskin, Kerim: “Davranışsal İktisat(çılar) Ne Yapar? Bir Pazarlık Modeli Örneği”, **İktisat ve Toplum**, Sayı:128, 2021, s.12-21.
- Karakelle, Şerife Sema: “Psikolojiye Giriş I”, **İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notu**, (Çevrimiçi) [https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/19\\_20\\_Guz/psikolojiye\\_giris\\_1/1/index.html](https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/19_20_Guz/psikolojiye_giris_1/1/index.html), 11/02/2022.
- Kettle, Stewart;  
Hernandez, Marco;  
Ruda, Simon;  
Sanders, Michael: “Behavioral Interventions in Tax Compliance: Evidence from Guatemala”, **World Bank Group**, Policy Research Working Paper No:WPS7690, 2016, pp.1-38.

- Kırmızıaltan, Eren: **Davranışsal İktisat Kısa Bir Giriş: Kurucu Düşünürler**, Ankara, Heretik Yayınları, 2021.
- Kim, DongHee;  
Jang, SooCheong (Shawn): “Price Placebo Effect in Hedonic Consumption”, **International Journal of Hospitality Management**, Vol:35, 2013, pp.306-315.
- Kirchler, Erich: **The Economic Psychology of Tax Behaviour**, New York, Cambridge University Press, 2007.
- Kirchler, Erich;  
Hoelzl, Erik;  
Wahl, Ingrid: “Enforced Versus Voluntary Tax Compliance: The “Slippery Slope” Framework”, **Journal of Economic Psychology**, No:29, 2008, pp.210-225.
- Kirchler, Erich;  
Hoelzl, Erik: **Economic Psychology an Introduction**, United Kingdom, Cambridge University Press, 2018.
- Kirmanoglu, Hülya: **Kamu Ekonomisi Analizi**, İstanbul, Beta Basım Yayın A.Ş., 6. Baskı, 2017.
- Kitapcı, İsmail: “Bilişsel Psikolojinin Vergi Uyumuna Etkisi”, **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, Cilt:53, Sayı:61, 2016, s.57-69.
- Kitapcı, İsmail: “Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar”, **Maliye Araştırmaları Dergisi**, Cilt:3 Sayı:1, 2017, s.85-102.
- Kitapcı, İsmail: “Vergiye Psikolojik Bir Bakış: Gelir İdaresi Başkanlığı Tarafından Yayınlanan Vergi Afişlerinin Vergi Psikolojisi Açısından Değerlendirilmesi”, **Maliye Dergisi**, Sayı:173, 2017, s.439-466.

- Kleven, Henrik Jacobsen;  
Knudsen, Martin B.;  
Kreiner, Claus Thustrup;  
Pedersen, Soren;  
Saez, Emmanuel:
- “Unwilling or Unable to Cheat? Evidence from a Tax Audit Experiment in Denmark”, **Econometrica**, Vol:79, No:3, 2011, pp.651-692.
- Kornhauser, Marjorie E.:
- “Normative and Cognitive Aspects of Tax Compliance: Literature Review and Recommendations for the IRS Regarding Individual Taxpayers”, **Taxpayer Advocate Service**, Annual Report to Congress, Vol:2, 2007, pp.138-180.
- Kramer, Roderick M.:
- “Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions”, **Annual Reviews Psychology**, No:50, 1999, pp.569-598.
- Kuşseven, Ayça:
- “Devlette Davranışa Kamu Politikalarının Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreci: Türkiye Örneği”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2022.
- Landy David;  
Harold, Sigall:
- “Beauty is Talent: Task Evaluation as a Function of the Performer's Physical Attractiveness”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol:29, No:3, 1974, pp.299-304.
- Lefkowitz, Monroe;  
Blake, Robert R.;  
Mouton, Jane Srygley:
- “Status Factors in Pedestrian Violation of Traffic Signals”, **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol:51, No:3, 1955, pp.704-706.
- Leibenstein, Harvey:
- “Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand”, **The Quarterly Journal of Economics**, Vol:64, No:2, 1950, pp.183-207.

- Loewenstein, George;  
O'Donoghue, Ted;  
Matthew, Rabin: "Projection Bias in Predicting Future Utility", **The Quarterly Journal of Economics**, Vol:118, No:4, 2003, pp.1209-1248.
- Markowitz, Harry: "The Utility of Wealth", **Journal of Political Economy**, Vol:60, No:2, 1952, pp.151-158.
- Mazur Wierzbicka, Ewa: "Mainstream Economics Versus Behavioral Economics—A Contribution to Reflection", **Problems, Methods and Tools in Experimental and Behavioral Economics**, Chapter 1, ed. by Kesra Nermend & Małgorzata Łatuszyńska, Switzerland, Springer Proceedings in Business and Economics, 2018, pp.3-20.
- Nadaroğlu, Halil: **Kamu Maliyesi Teorisi**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım, 7.Baskı, 1989.
- Nerré, Birger: "The Concept of Tax Culture", **National Tax Association**, Vol:94, 2001, pp.288-295.
- Nerré, Birger: "Tax Culture: A Basic Concept for Tax Politics", **Economic Analysis and Policy**, Vol:38, No:1, 2008, pp.153-167.
- Nikiema, Roukiatou;  
Zahonogo, Pam: **Taxpayer Behaviour and Institutions in Sub-Saharan Africa**, BeFinD Working Papers No:119, 2017.
- Norton, Michael I.;  
Mochon Daniel;  
Ariely Dan: "The IKEA effect: When labor leads to love", **Journal of Consumer Psychology**, Vol:22, 2012, pp.453-460.

- Obama, Barack: “Executive Order -- Using Behavioral Science Insights to Better Serve the American People”, 2015, (Çevrimiçi) <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2015/09/15/executive-order-using-behavioral-science-insights-better-serve-american>, 25/04/2022.
- OECD: **Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World**, Paris, OECD Publishing, 2017.
- OECD: **Behavioural Insights for Better Tax Administration a Brief Guide**, Paris, 2021.
- OECD: “Behavioural Insights”, 2022, (Çevrimiçi), <https://www.oecd.org/gov/regulatorypolicy/behavioural-insights.htm>, 27 Nisan 2022.
- Oktar, Salim Ateş: **Vergi Hukuku**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 14. Baskı, 2019.
- Oliver, Adam: “Towards a New Political Economy of Behavioral Public Policy”, **Public Administration Review**, Vol:79, No:6, 2019, pp.917-924.
- Organ, İbrahim;  
Yegen, Baki: “Vergi Bilinci ve Vergi Ahlakı Oluşumunda Muhasebe Meslek Mensuplarının Rolü: Adana Örneği”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:27, Sayı:4, 2013, s.241-271.

- Önder, İzzettin: “Başlarken”, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**, Bölüm 4, ed. Devrim Dumludağ vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.25-32.
- Özdemir, Pınar: “Vergi Kültürü ve Göstergeleri: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:24, Sayı:1, 2015, s.175-188.
- Özdemir, Şebnem: “Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Davranışsal İçgörü”, **Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi**, Sayı:34, 2019, s.247-274.
- Peterson, Richard L.: **Aklın Para Üzerindeki Gücü Karar Anı**, İstanbul, Scala Yayıncılık, 2. Baskı, 2020.
- Putra, I Putu Fajar  
Dipayana;  
Firmansyah, Amrie: “The Effect of Tax Knowledge, Reward, and Enforcement Strategies on SMEs Tax Compliance Behavior”, **Seventh International Conference on Advances in Social Science, Management and Human Behaviour**, 2018, pp.21-28.
- Rapoport, Nina;  
Rojas Méndez, Ana María;  
Scartascini, Carlos: “Behavioral Insights for Foresighted Public Finance”, **Inter-American Development Bank Policy Brief**, No: 324, 2020.
- Rosen, Harvey S.;  
Gayer, Ted: “**Public Finance**”, Mac Graw Hill Companies, New York, 9<sup>th</sup> Edition, 2010.
- Ross, Michael;  
Sicol, Fiore: “Egocentric Biases in Availability and Attribution”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol:37, No:3, 1979, pp.322-336.

- Roth, Jeffrey A.;  
Scholz, John T.;  
Witte, Ann Dryden: **“Taxpayer Compliance, Volume 1 An Agenda for Research”**, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1989.
- Ruben Biton, Ester: **“İktisadın Unuttuğu İnsan”**, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 3. Baskı, 2017.
- Ruben, Ester;  
Dumludağ, Devrim: **“Davranışsal İktisadın Gelişimi”**, **İktisat ve Toplum**, Sayı:58, 2015, s.4-9.
- Ruben, Ester;  
Dumludağ, Devrim: **“İktisat ve Psikoloji”**, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**, Bölüm 5, ed. Devrim Dumludağ vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.33-52.
- Sağbaş, İsa;  
Başoğlu, Adem: **“İlköğretim Çağındaki Öğrencilerin Vergileri Algılaması: Afyonkarahisar İli Örneği”**, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:7, Sayı: 2, 2005, s.123-144.
- Sağlam, Metin: **“Vergi Algısı ve Vergi Bilinci Üzerine Bir Araştırma: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinde Vergi Algısı ve Bilinci”**, **Sosyoekonomi**, Sayı:1, 2013, s.315-334.
- Samuelson, William;  
Zeckhauser, Richar: **“Status Quo Bias in Decision Making”**, **Journal of Risk and Uncertainty**, Vol.1, No.1, 1988, pp.7-59.
- Sanders, Michael;  
Chande, Raj;  
Selley, Eliza: **Encouraging People into University**, Behavioural Insights Team, Government Social Research, 2017.

- Saral, Ali Seyhun: “Laboratuvar Deneyleri: Metodjik Bir Giriş”, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar**, Bölüm 16, ed. Devrim Dumludağ vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.341-360.
- Saruç, N. Tolga: **Vergi Uyum Teori ve Uygulama**, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, 2015.
- Schelling, Thomas C.: **The Strategy of Conflict**, Cambridge, Harvard University Press, 1960.
- Schölders, Günter: “Fiscal Psychology: A New Branch of Public Finance”, **National Tax Journal**, Vol:12, No:4, 1959, pp.340-345.
- Schmölders, Günter: “Mali Psikoloji”, **Maliye Araştırma Merkezi Konferansları**, Sayı:15, 1968, s.11-18.
- Schmölders, Günter: **Genel Vergi Teorisi**, Çev. Salih Turhan, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1976.
- Seçilmiş, Erdem;  
Didinmez, İrem: “Vergi Reformlarının Davranışsal İktisat Perspektifinden Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği”, **Bilgi**, Sayı:77, 2016, s.203-232.
- Sent, Esther-Mirjam: “Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics”, **History of Political Economy** Vol:36, No:4, 2004, pp.735-760

Service, Owain;  
Hallsworth, Michael;  
Halpern, David;  
Algate, Felicity;  
Gallagher, Rory;  
Nguyen, Sam;  
Ruda, Simon;  
Sanders, Michael;  
Pelenur, Marcos;  
Gyani, Alex;  
Harper, Hugo;  
Reinhard, Joanne;  
Kirkman, Elspeth.:

**EAST Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights**, The Behavioural Insights Team in partnership with Cabinet Office and Nesta, 2014.

Sevük, Mehmet Yaşar;  
Akin, Pınar:

“Kamu Politikalarını Etkileyen Resmi, Sivil ve Uluslararası Aktörler”, **İstanbul Aydın Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt:5 Sayı:2, 2019, s.167-183.

Shiller, Robert J.:

“From Efficient Markets Theory to Behavioral Finance”, **Journal of Economic Perspectives**, Vol:17, No:1, 2003, pp.83-104.

Shleifer, Andrei;  
Vishny, Robert W.:

“A Survey of Corporate Governance”, **The Journal of Finance**, Vol:52, No:2, 1997, pp.737-783.

Simon, Herbert A.:

“A Behavioral Model of Rational Choice”, **The Quarterly Journal of Economics**, Vol:69, No:1, 1955, pp.99-118.

Simon, Herbert A.:

“Rational Choice and The Structure of The Environment”, **Psychological Review**, Vol:63, No:2, 1956, pp.129-138.

- Simon, Herbert A.: “Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science”, **The American Economic Review**, Vol:49, No:3, 1959, pp.253-283.
- Smith, Vernon L.: “Experimental Economics: Induced Value Theory”, **American Economic Association**, Vol:66, No:2, 1976, pp.274-279.
- Social and Behavioral Sciences Team (SBST): Annual Report, Executive Office of the President National Science and Technology Council, Washington D.C., 2015.
- Song, Youngh-dahl; Yarbrough, Tinsley E.: “Tax Ethics and Taxpayer Attitudes: A Survey”, **Public Administration Review**, Vol:18, No:5, 1978, pp.442-452.
- Soydal, Harun; Mızrak, Zekeriya; Yorgancılar Fatma, Nur: “Nöro Ekonomi Kavramı’nın İktisat Bilimi İçindeki Yeri, Önemi ve Bilimselliği”, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:10, Sayı:19, 2010, s.214-240.
- Stanovich, Keith E.; Weat, Richard F.: “Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate?”, **Behavioral and Brain Sciences**, Vol:23, 2000, pp.645-726.
- Strotz, Robert H.: Myopia and Inconsistency in Dynamic Utility Maximization, **The Review of Economic Studies**, Vol:223, No:3, 1955, pp.165-180.
- Susam, Nazan: **Kamu Maliyesi**, İstanbul, Beta Basım Yayım A.Ş., 3. Baskı, 2019.

- Şen, Hüseyin;  
Sağbaş, İsa: **Vergi Teorisi ve Politikası**, Ankara, Barış Arıkan Yayınları, 3. Baskı, 2017.
- Şener, Orhan: **Kamu Ekonomisi**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 5. Baskı, 1996.
- Şener, Uğur: “Beklenen Fayda Yaklaşımı ve Bu Yaklaşımın Sistematik İhlalleri”, **İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi**, Cilt:27, 2015, s.37-68.
- Şimşek, Hamza: **Davranışsal İktisadın Politika Yapımına Etkisi**, Londra, IJOPEC Publication, 2018.
- Tarde, Gabriel De: **Ekonomik Psikoloji**, Çev. Özcan Doğan, Ankara, Öteki Yayınevi, 2004.
- Taşkın, Yasemin: “Vergi Psikolojisi ve Vergiye Karşı Mükellef Tepkileri”, **Maliye Araştırma Merkezi Konferansları**, Sayı:54, 2010, s.67-90.
- T. C. Cumhurbaşkanlığı  
Strateji ve Bütçe  
Başkanlığı: Seçilmiş Ekonomik Göstergeler, 2021, (Çevrimiçi)  
<https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/#1594716589132-d3a64e97-2238>, 10/06/2022.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı : **Senin Kararın! (mı)? Kamu Politikası Tasarımında Davranışsal Yaklaşım**, Ankara, Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı, 2018.

- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı;  
Strateji ve Bütçe Başkanlığı: Orta Vadeli Program (2021-2023), 2020, (Çevrimiçi) [https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2021/08/YeniEkonomiProgrami\\_OVP\\_2021-2023.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2021/08/YeniEkonomiProgrami_OVP_2021-2023.pdf), 11/05/2022.
- T.C. Ticaret Bakanlığı: “1. Ulusal Davranışsal Kamu Politikaları Konferansı”, 2019 (Çevrimiçi) <https://ticaret.gov.tr/haberler/1-ulusal-davranissal-kamu-politikalari-konferansi>, 18/05/2022.
- T.C. Ticaret Bakanlığı: 2019 Yılı Faaliyet Raporu, 2019, (Çevrimiçi) [https://strateji.ticaret.gov.tr/data/5daf068713b87654702d58c4/TICARET\\_BAKANLIGI\\_2019\\_YILI\\_FAALİYET\\_RAPORU.pdf](https://strateji.ticaret.gov.tr/data/5daf068713b87654702d58c4/TICARET_BAKANLIGI_2019_YILI_FAALİYET_RAPORU.pdf), 19/05/2022.
- T.C. Sağlık Bakanlığı: “Davranışsal Kamu Politikaları Tanıtım Toplantısı”, 2020, (Çevrimiçi) <https://sgb.saglik.gov.tr/TR,63575/davranissal-kamu-politikalari-tanitim-toplantisi.html>, 29/05/2022.
- Thaler, Richard H.: “Toward a Positive Theory of Consumer Choice”, **Journal of Economic Behavior and Organization**, No:1, 1980, pp.39-60.
- Thaler, Richard H.: “Anomalies: The Ultimatum Game”, **The Journal of Economic Perspectives**, Vol:2, No:4, 1988, pp.195-206.
- Thaler, Richard H.: “Mental Accounting Matters”, **Journal of Behavioral Decision Making**, Vol:12, 1999, pp.183-206.

- Thaler, Richard H.: “From Homo Economicus to Homo Sapiens”, **Journal of Economic Perspectives**, Vol:14, No:1, 2000, pp.133-141.
- Thaler, Richard H.: **Akıllı İnsanların Mantıksız Kararları**, İstanbul, Pegasus Yayınları, 2019.
- Thaler, Richard H.;  
Sunstein, Cass R.;  
Balz, John P.: “Choice Architecture”, **The Behavioral Foundations of Public Policy**, Chapter 25, ed. by. Eldar Shafir, New Jersey, Princeton University Press, 2013, pp.428-439.
- Thaler, Richard H.;  
Sunstein, Cass R.: **Dürtme (Nudge) Sağlık, Zenginlik ve Mutluluk İçin Alınan Kararları Geliştirmek Üzerine**, Pegasus Yayınları, İstanbul, 6. Baskı, 2018.
- The Behavioural Insights  
Team (BIT): **Applying Behavioural Insights to Organ Donation: Preliminary Results from a Randomised Controlled Trial**, Cabinet Office, 2013.
- The Behavioural Insights  
Team (BIT): “Update Report 2015-16”, (Çevrimiçi) <https://www.bi.team/publications/the-behavioural-insights-teams-update-report-2015-16/>, 01/06/2022.
- The Behavioural Insights  
Team (BIT): “Annual Report 2017-18”, (Çevrimiçi) <https://www.bi.team/wpcontent/uploads/2019/01/Annual-update-report-BIT-2017-2018.pdf>, 01/06/2022.
- The Behavioural Insights  
Team (BIT): "About Us", 2022, (Çevrimiçi) <https://www.bi.team/about-us-2/>, 20/04/2022.

- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 1978”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1978/summary/>, 04 /01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2002”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2002/summary/>, 04/01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2011”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2011/summary/>, 04/01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2013”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2013/summary/>, 04 /01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2017”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2017/summary/>, 04/01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2019”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2019/summary/>, 04/01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2020”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2020/summary/>, 04/01/2022.
- The Nobel Foundation: “Prize in Economic Sciences 2021”, (Çevrimiçi)  
<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2021/press-release/>, 02/05/2022.

- Torgler, Benno: **Tax Compliance and Tax Morale - A Theoretical and Empirical Analysis**, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2007.
- Torgler, Benno: “A Field Experiment in Moral Suasion and Tax Compliance Focusing on Underdeclaration and Over-Deduction”, **CREMA Working Paper**, No:2012-06, 2012, pp.1-15.
- Trepel, Christopher;  
Fox, Craig R.;  
Poldrack, Russell A.: “Prospect Theory on the Brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision under Risk”, **Cognitive Brain Research**, Vol:23, 2005, pp.34-50.
- Tsang, Erik W.K.: “Self-Serving Attributions in Corporate Annual Reports: A Replicated Study”, **Journal of Management Studies**, Vol:39, No:1, 2002, pp.51-65.
- Tunçer, Mehmet: “Hükümet – Birey İlişkilerinin Vergi Uyumuna Etkisi ve Türkiye”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt:57, Sayı:33, 2002, s.107-128.
- Turhan, Salih: “**Vergi Teorisi**”, İstanbul, Filiz Kitabevi, 7. Baskı, 2020.
- Türk Dil Kurumu: (Çevrimiçi) <https://sozluk.gov.tr>, 04/01/2021.
- Türk Kızılay: “Kan Hizmetleri Genel Müdürlüğü”, 2018, (Çevrimiçi) <https://www.kanver.org/Upload/Dokuman/Dosya/khg-m-2018-21-08-2019-29913840.pdf>, 29/05/2022.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası: T.C Resmî Gazete, 17863 (Mükerrer), 18 /10/1982.

Türkiye Cumhuriyeti  
Gelir Vergisi Kanunu:

T.C Resmî Gazete, 30971, 07/12/2019.

Tversky, Amos;  
Kahneman, Daniel:

“Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases”,  
**Science**, Vol:185, No:4157, 1974, pp.1124-1131.

Tversky, Amos;  
Kahneman, Daniel:

“The Framing of Decisions and the Psychology of  
Choice”, **Science**, Vol:211, No:4481, 1981, pp.453-  
458.

Tversky, Amos;  
Kahneman, Daniel:

“Rational Choice and the Framing of Decisions”, **The  
Journal of Business**, Vol:59, No:4, Part 2: The  
Behavioral Foundations of Economic Theory, 1986,  
pp.S251-S278.

Tversky, Amos;  
Kahneman, Daniel:

“Advances in Prospect Theory: Cumulative  
Representation of Uncertainty”, **Journal of Risk and  
Uncertainty**, Vol:5, No:4, 1992, pp.297-323.

Urhan, Barış Ü.:

“Kamu Politikaları Uygulama Örnekleri Bağlamında  
DeneySEL ve Davranışsal İktisat”, 2015, (Çevrimiçi)  
TÜSİAD, <https://tusiad.org/tr/fikir-ureten-fabrika/item/8336-kamu-politikalari-uygulama-ornekleri-baglaminda-deneyssel-ve-davranissal-iktisat>, 01/05/2022.

Vergi Usul Kanunu:

T.C Resmî Gazete, 10703, 04/01/1961.

Von Neuman, John;  
Morgenstern, Oskar:

**Theory of Games and Economic Behavior**, New  
Jersey, Princeton University Press, 60<sup>th</sup> Edition, 2004.

Wärneryd, Karl-Erik:

“The Life and Work of George Katona”, **Journal of  
Economic Psychology**, Vol:’, 1982, pp:1-31.

- Wärneryd, Karl-Erik: “Economic Psychology as a Field of Study”, **Handbook of Economic Psychology**, Chapter 1, ed. by W. Fred van Raaij, Gery M. van Veldhoven, Karl-Erik Wärneryd, Boston, Kluwer Academic Publishers, 1988, pp.2-41.
- Whitehead, Mark;  
Jones, Rhys;  
Howell, Rachel;  
Lilley, Rachel;  
Pykett, Jessica: **Assessing the Global Impact of the Behavioural Sciences on Public Policy - Nudging All Over the World**, E.S.R.C Economic & Social Research Council, 2014.
- Wilkinson Nick;  
Klaes, Matthias: **An Introduction to Behavioral Economics**, Palgrave Macmillan, London, 2<sup>nd</sup> Edition, 2012.
- World Bank: **Guatemala Economic DNA Harnessing Growth with a Special Focus on Jobs**, 1<sup>st</sup> Edition, No:90491, 2014.
- World Bank: “When Context Matters: Increasing Tax Payments in Poland”, **World Bank Group & eMBeD**, 2018, pp.1-4.
- World Bank: “Increasing Tax Compliance in the Shadow Economy in Latvia”, **World Bank Group & eMBeD**, 2019a, pp.1-4.
- World Bank: “Collaboration for Tax Compliance in Kosovo”, **World Bank Group & eMBeD**, 2019b, pp.1-4.
- World Bank: “Increasing Tax Compliance for SME’s in Indonesia”, **World Bank Group & eMBeD**, 2021, pp.1-4.

- Yavuz, Hakan;  
Ayas, Işıl;  
Kılıçaslan, Harun: **Vergi Uyumu - Gelir Vergisi, Kurumlar Vergisi,**  
Ankara, Savaş Yayınevi, 2019.
- Yılmaz, Binhan Elif: **Maliye,** Der Yayınları, İstanbul, 3. Baskı, 2018.
- Yılmaz, Volkan;  
Canbazer, Cemre: “Kamu Politikalarına Davranışsal Yaklaşım ve Türkiye’ye Yansımaları”, **Toplum ve Sosyal Hizmet,** Cilt:31, Sayı:4, 2020, s.1827-1854.
- Yiğitbaş, Şehnaz Bakır: “Risk ve Belirsizlik Altında Karar Verme Davranışı ve Nöroekonomi”, **Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences,** Cilt:07, Sayı:3, 2021, s.25-38.
- Yitzhaki, Shlomo: “A Note on Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis”, **Journal of Public Economics,** No:3, 1974, pp.201-202.
- Yönder, Erkan: “Davranışsal Finans: Aşırı Güven ve Kayıptan Kaçınma”, **İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar,** Bölüm 10, ed. Devrim Dumludağ vd., Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2018, s.165-185.
- Zeina, Afif;  
Islan, William Wade;  
Calvo-Gonzalez, Oscar;  
Dalton, Abigail Goodnow: **Behavioral Science Around the World: Profiles of 10 Countries,** eMBED brief. World Bank Group, Washington, D.C., 2019.