



T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

İHTİYAÇ KAVRAMININ
İKTİSADİ TEORİDE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ekrem ARGUNHAN

Kasım-2024

BATMAN

T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

İHTİYAÇ KAVRAMININ
İKTİSADİ TEORİDE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ekrem ARGUNHAN

Danışman
Doç. Dr. Özlem ÜLGER DANACI

Diğer Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Onur OĞUZ

Doç. Dr. Nizamülmülk GÜNEŞ

Kasım-2024

BATMAN

TEZ KABUL VE ONAYI

Ekrem ARGUNHAN tarafından hazırlanan “İhtiyaç Kavramının İktisadi Teoride İncelenmesi” adlı tez çalışması 28/12/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Başkan

Doç. Dr. Nizamülmülk GÜNEŞ

.....

Danışman

Doç. Dr. Özlem ÜLGER DANACI

.....

Üye

Doç. Dr. Onur OĞUZ

.....

Yukarıdaki sonucu onaylarım.

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Murat ÖTER
Enstitüsü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

İmza

Ekrem ARGUNHAN

Tarih:

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İHTİYAÇ KAVRAMININ
İKTİSADİ TEORİDE İNCELENMESİ
Ekrem ARGUNHAN

Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Özlem ÜLGER DANACI

2024, 79 Sayfa

Jüri

Doç. Dr. Nizamülmülk GÜNEŞ
Doç. Dr. Özlem ÜLGER DANACI
Doç. Dr. Onur OĞUZ

Bu çalışma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve evrimini incelemektedir. İhtiyaç, iktisadi düşüncenin temel unsurlarından biridir ve bireylerin ve toplumların ekonomik davranışlarını şekillendirmede merkezi bir rol oynar. Çalışmada, ihtiyaç kavramının farklı iktisadi teorilerde nasıl ele alındığı ve bu teorilerin toplumsal ve ekonomik yapılar üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Teorik çerçevede, klasik iktisat, neo-klasik iktisat, davranışsal iktisat ve heterodoks iktisat yaklaşımları ele alınmıştır. Ayrıca, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Alderfer'in ERG Teorisi gibi ihtiyaç hiyerarşisi modelleri incelenmiştir. İhtiyaç ve istek ayrımı, ihtiyaçların sosyal ve kültürel boyutları da detaylandırılmıştır. Araştırma, literatür taraması yöntemiyle gerçekleştirilmiş olup, geniş bir yelpazede yabancı ve Türkçe kaynaklar kullanılmıştır. Literatür çalışmaları, iktisadi teorilerin ihtiyaç kavramını nasıl ele aldığını ve bu teorilerin pratikteki uygulamalarını anlamada önemli bir temel sunmaktadır. Sonuç olarak, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerinin ve öneminin kapsamlı bir analizi yapılmış, farklı teorik yaklaşımlar çerçevesinde ihtiyaçların nasıl ele alındığı ve bu yaklaşımların toplumsal ve ekonomik yapılar üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu çalışma, ihtiyaç kavramının tarihsel gelişimini ve farklı teorik perspektiflerin bu kavrama nasıl katkıda bulunduğunu ortaya koyarak, gelecekteki araştırmalar için sağlam bir temel oluşturmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İhtiyaç Kavramı, İktisadi Teori, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Alderfer'in ERG Teorisi, Sosyal ve Kültürel Boyutlar

ABSTRACT

MS THESIS

THE INVESTIGATION OF THE CONCEPT OF NEED IN ECONOMIC THEORY

Ekrem ARGUNHAN

**THE GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCE OF
BATMAN UNIVERSITY
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE**

Advisor: Assoc.Prof. Dr. Özlem ÜLGER DANACI

2024, 79 Pages

Jury

Assoc. Prof. Dr. Nizamülmülk GÜNEŞ

Assoc.Prof.Dr. Özlem ÜLGER DANACI

Assoc.Prof.Dr. Onur OĞUZ

This study examines the place and evolution of the concept of needs in economic theory. Needs are fundamental elements of economic thought and play a central role in shaping the economic behaviors of individuals and societies. The study analyzes how the concept of needs is addressed in different economic theories and the impact of these theories on social and economic structures. The theoretical framework includes classical economics, neo-classical economics, behavioral economics, and heterodox economic approaches. Additionally, needs hierarchy models such as Maslow's Hierarchy of Needs and Alderfer's ERG Theory are examined. The distinction between needs and wants, as well as the social and cultural dimensions of needs, are also detailed. The research is conducted using the literature review method, utilizing a wide range of foreign and Turkish sources. Literature studies provide a crucial foundation for understanding how economic theories address the concept of needs and how these theories are applied in practice. As a result, a comprehensive analysis of the place and importance of the concept of needs in economic theory is carried out, examining how needs are addressed within different theoretical approaches and the impact of these approaches on social and economic structures. This study aims to provide a solid foundation for future research by revealing the historical development of the concept of needs and how different theoretical perspectives have contributed to this concept.

Keywords: Concept of Needs, Economic Theory, Maslow's Hierarchy of Needs, Alderfer's ERG Theory, Social and Cultural Dimensions

ÖNSÖZ

Tez çalışması, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve evrimini anlamak amacıyla hazırlanmıştır. İhtiyaçlar, bireylerin ve toplumların ekonomik davranışlarını şekillendiren temel unsurlardan biri olup, iktisadi düşüncenin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda, farklı iktisadi teorilerin ihtiyaç kavramını nasıl ele aldığını ve bu teorilerin toplumsal ve ekonomik yapılar üzerindeki etkilerini analiz etmek, bu çalışmanın temel hedefini oluşturmaktadır.

Tezimin hazırlanmasında, değerli katkı ve destekleriyle beni yönlendiren danışmanım Doç. Dr. Özlem ÜLGER DANACI'ya en içten teşekkürlerimi sunarım. Onun rehberliği ve bilgisi, bu tezin şekillenmesinde büyük bir rol oynamıştır.

Tez çalışmam boyunca manevi desteklerini esirgemeyen aileme ve arkadaşlarıma, bana her zaman inandıkları ve yanımda oldukları için minnettarım. Onların varlığı, bu süreçte motivasyonumu ve kararlılığımı korumamı sağladı.

Son olarak, bu çalışmanın iktisadi teori ve ihtiyaç kavramı üzerine yapılan akademik araştırmalara katkı sağlamasını ve gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara ilham vermesini temenni ediyorum.

Saygılarımla,

Ekrem ARGUNHAN

BATMAN-2024

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
1. GİRİŞ	1
2. İHTİYAÇ KAVRAMINA İLİŞKİN TEORİK ARKA PLAN	2
2.1. İhtiyacın Tanımı ve Kapsamı.....	3
2.1.1. Farklı disiplinler açısından ihtiyaç kavramı.....	5
2.1.2. İktisat teorisinde ihtiyaç kavramının evrimi	6
2.2. İhtiyaç Teorileri	9
2.2.1. Klasik iktisat teorisinde ihtiyaç yaklaşımı	9
2.2.2. Neo-klasik iktisat teorisinde ihtiyaç yaklaşımı	10
2.2.3. Davranışsal iktisat ve ihtiyaç algısı	12
2.2.4. Heteredoks iktisat anlayışında ihtiyaç algısı.....	14
2.3. İhtiyaç Hiyerarşisi Modelleri	15
2.3.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	16
2.3.2. Alderfer'in ERG Teorisi.....	18
2.3.3. Diğer ihtiyaç hiyerarşisi modelleri	20
2.4. İhtiyaç Kavramının Eleştirel Değerlendirmesi	23
2.4.1. İhtiyaç ve istek ayrımı.....	23
2.4.2. İhtiyaçların sosyal ve kültürel boyutları	25
3. İKTİSADİ TEORİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ	28
3.1. İktisadi Teoride Temel Kavramlar	28
3.1.1. Kıtlık ve tercih	28
3.1.2. Fırsat maliyeti	30
3.1.3. Marjinal fayda ve marjinal maliyet.....	31
3.2. İktisadi Sistemler ve İhtiyaç Kavramı	33
3.2.1. Piyasa ekonomisi ve ihtiyaç kavramı.....	33
3.2.2. Karma ekonomi ve ihtiyaç kavramı.....	36
3.2.3. Planlı ekonomi ve ihtiyaç kavramı	38
3.3. İktisadi Davranış Teorileri ve İhtiyaç Kavramı	40
3.3.1. Rasyonel Seçim Teorisi ve ihtiyaç kavramı	40
3.3.2. Sınırlı rasyonellik.....	42
3.3.3. Davranışsal iktisat yaklaşımları	44
3.4. Piyasa Yapıları ve İhtiyaç Kavramı	47
3.4.1. Tam rekabet ve ihtiyaç kavramı.....	48
3.4.2. Monopol – oligopol ve ihtiyaç kavramı.....	50

3.4.3. Tekelci rekabet ve ihtiyaç kavramı	52
4. İHTİYAÇ KAVRAMININ İKTİSADİ TEORİ AÇISINDAN İNCELENMESİNE YÖNELİK LİTERATÜR ARAŞTIRMASI	55
4.1. Araştırmanın Amacı.....	55
4.2. Araştırmanın Yöntemi	56
4.3. Araştırma Soruları.....	58
4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	59
4.5. Araştırma Konusu ile İlgili Literatür Çalışmaları.....	60
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
KAYNAKLAR	69

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Literatür Araştırması	61
--------------------------------------	----

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Maslow'un İhtiyaçlar Piramidi.....	16
Şekil 2. Alderfer'in ERG Teorisi	18

1. GİRİŞ

Bu çalışma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve evrimini detaylı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. İhtiyaçlar, bireylerin ve toplumların ekonomik davranışlarını şekillendiren temel unsurlar olup, iktisadi düşüncenin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda, ihtiyaç kavramının farklı iktisadi teorilerde nasıl ele alındığını ve bu teorilerin toplumsal ve ekonomik yapılar üzerindeki etkilerini analiz etmek, çalışmanın ana hedefini oluşturmaktadır.

Tez, giriş ve sonuç bölümleri hariç üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, ihtiyaç kavramının genel tanımı ve iktisadi teorideki önemi ele alınmakta, bu kavramın tarihsel gelişimi ve teorik arka planı hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümde, klasik iktisat, neo-klasik iktisat, davranışsal iktisat ve heterodoks iktisat yaklaşımları çerçevesinde ihtiyaç kavramı detaylı bir şekilde incelenmektedir. Üçüncü bölümde, araştırma yöntemi olarak literatür taraması kullanılmaktadır. Bu bölümde, geniş bir yelpazede yabancı ve Türkçe kaynaklar taranarak, ihtiyaç kavramının iktisadi teorilerde nasıl ele alındığı ve bu teorilerin pratikteki uygulamaları analiz edilmektedir. Literatür çalışmaları, iktisadi teorilerin ihtiyaç kavramını nasıl ele aldığını ve bu teorilerin toplumsal ve ekonomik yapılar üzerindeki etkilerini anlamada önemli bir temel sunmaktadır.

Sonuç bölümünde ise, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerinin ve öneminin kapsamlı bir analizi yapılmakta, farklı teorik yaklaşımlar çerçevesinde ihtiyaçların nasıl ele alındığı ve bu yaklaşımların toplumsal ve ekonomik yapılar üzerindeki etkileri detaylandırılmaktadır. Bu çalışmada ihtiyaç kavramının tarihsel gelişimini ve farklı teorik perspektiflerin bu kavrama nasıl katkıda bulunduğunu ortaya koyarak, gelecekteki araştırmalar için sağlam bir temel oluşturmayı amaçlanmaktadır.

Bu çalışma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini daha iyi anlamaya yönelik alana önemli katkılar sağladığı düşünülmektedir. Bu bağlamda, ihtiyaç kavramının farklı teorik yaklaşımlar çerçevesinde nasıl ele alındığını anlamak, iktisadi düşüncenin gelişimine ve uygulanmasına katkı sağlar. Ayrıca, çalışmadan elde edilecek sonuçların gelecekte bu alanda yapılacak araştırmalar için sağlam bir temel oluşturarak, ekonomik politikaların daha etkili ve kapsayıcı bir şekilde oluşturulmasına yardımcı olacaktır.

2. İHTİYAÇ KAVRAMINA İLİŞKİN TEORİK ARKA PLAN

Kuramsal çerçeve kapsamında, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini anlamak amacıyla çeşitli teorik yaklaşımlar incelenmektedir. Bu bağlamda, klasik iktisat, neo-klasik iktisat, davranışsal iktisat ve heterodoks iktisat perspektifleriyle birlikte, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Alderfer'in ERG Teorisi gibi ihtiyaç hiyerarşisi modelleri de detaylandırılmaktadır.

İhtiyaç kavramı, iktisadi teorinin temel taşlarından biridir ve insan davranışlarını anlamak ve açıklamak için kritik bir öneme sahiptir. İhtiyaçlar, bireylerin ve toplumların ekonomik kararlarını ve tercihlerini belirleyen en temel unsurlardan biridir. İhtiyaç kavramı, iktisadi literatürde farklı teorik çerçeveler içinde incelenmektedir.

Genel olarak ihtiyaç, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri ve fiziksel, psikolojik olarak sağlıklı kalabilmeleri için karşılamaları gereken gereksinimler olarak tanımlanmaktadır (Diener ve Seligman, 2004, s.2-3). Bu tanım, ihtiyaçların hem somut (fizyolojik) hem de soyut (psikolojik ve sosyal) boyutlarını kapsar. İktisadi teoride ihtiyaçlar genellikle hiyerarşik bir yapıda ele alınmaktadır. Bu yapı içerisinde temel (fizyolojik) ihtiyaçlardan başlayarak daha üst düzey (psikolojik ve kendini gerçekleştirme) ihtiyaçlara doğru bir sıralama yapılır. Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, hiyerarşik yapının en bilinen örneklerinden biridir. Maslow, ihtiyaçları beş ana kategoriye ayırmıştır. Bunlar: fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyaçları, ait olma ve sevgi ihtiyaçları, saygı ihtiyaçları ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarıdır. Bu teoriye göre, bireyler en temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra daha üst düzey ihtiyaçlarını karşılamaya yönelirler (Lenthe, v.d., 2015, s. 1140).

İhtiyaç kavramı, klasik iktisat teorisinde de önemli bir yeri vardır. Adam Smith'in "Görünmez El" Teorisi ve David Ricardo'nun "Karşılaştırmalı Üstünlükler" Teorisi, bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak için rasyonel davranışlar sergiledikleri varsayımına dayanmaktadır (Basu, 2010, s. 15). Bu teoriler, piyasa mekanizmalarının bireylerin ihtiyaçlarını en verimli şekilde karşılamasına olanak tanıdığını öne sürerek, ihtiyaç kavramının zamanla evrildiğini ve kavramın modern iktisat teorilerinde daha karmaşık bir şekilde ele alındığını iddia etmektedir.

Neoklasik iktisat teorisi, ihtiyaçların bireylerin fayda maksimizasyonu sürecinde nasıl rol oynadığını analiz etmektedir. Bu yaklaşıma göre, bireyler sınırlı kaynaklarını

kullanarak en yüksek faydayı elde etmeye çalışır. Bu süreçte, ihtiyaçların tatmini bireylerin tüketim tercihleri ve davranışları üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Bunun yanı sıra, davranışsal iktisat teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde her zaman rasyonel davranmadıklarını, duygusal ve psikolojik faktörlerin de bu süreçte önemli rol oynadığını vurgulamaktadır. Bu teori, ihtiyaçların karşılanmasında irrasyonel davranışların ve kararların da göz önünde bulundurulması gerektiğini öne sürmektedir (Reisch ve Zaho, 2017, s. 195).

2.1. İhtiyacın Tanımı ve Kapsamı

İhtiyaç, bir bireyin veya bir grubun yaşamsal veya psikolojik dengesini sürdürebilmesi için karşılanması gereken zorunlu gereksinimler olarak tanımlanmaktadır. Bu gereksinimler, fizyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel boyutlarda olabilmektedir (O'Brien, 2010, s. 437). İhtiyaçlar, insan davranışlarını motive eden ve yönlendiren temel unsurlardır. İhtiyaç kavramı, sosyal bilimlerden psikolojiye, ekonomiden felsefeye kadar geniş bir yelpazede ele alınarak farklı kuramsal perspektiflerden açıklanmaya çalışılmaktadır (Shaw, 2023, s. 49).

İhtiyaç kavramının en bilinen kuramsal açıklamalarından biri, Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisidir. Maslow, ihtiyaçları bir piramit şeklinde sıralayarak beş temel kategoride sınıflandırmıştır. Bunlar: fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyaçları, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygı ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır (Maslow, 1943, s. 370-396). Fizyolojik ihtiyaçlar, yeme, içme, barınma gibi temel yaşam fonksiyonlarını sürdürebilmek için gerekli olan ihtiyaçlardır. Güvenlik ihtiyaçları, fiziksel ve duygusal güvenlik, düzen ve istikrar arayışıdır. Ait olma ve sevgi ihtiyacı, aile, arkadaşlık ve sosyal gruplar içinde kabul edilme ve sevgi görme gereksinimidir. Saygı ihtiyacı, bireyin kendine saygı duyma ve başkaları tarafından saygı görme ihtiyacıdır. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı ise bireyin potansiyelini tam anlamıyla kullanma ve kişisel gelişim arayışıdır. Maslow'un teorisine göre, alt kademedeki ihtiyaçlar karşılanmadan üst kademedeki ihtiyaçlara yönelmek zordur (Maslow, 1943, s. 370-396).

Clayton Alderfer, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini üç ana kategoriye indirgemıştır: varoluş (existence) ihtiyaçları, ilişki (relatedness) ihtiyaçları ve gelişim (growth) ihtiyaçlarıdır. E'nin temsil ettiği varoluş, R ilişkililik ve G büyüme anlamına

gelir ve dolayısıyla varoluş, fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını kapsayan teori ERG olarak adlandırılmıştır. İlişki ihtiyaçları, sosyal ilişki ve sevgi ihtiyaçlarını içerir. Gelişim ihtiyaçları ise saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarına odaklanır. ERG teorisi, ihtiyaçların hiyerarşik bir sıraya göre değil, aynı anda farklı düzeylerde karşılanabileceğini savunur. Bu ihtiyaçlar karşılandıktan sonra daha yüksek düzeydeki ihtiyaçları karşılamaya çalışırlar (Arogundade ve Akpa, 2023, s. 233)

David McClelland, bireylerin üç ana ihtiyaç tarafından motive edildiğini öne sürmüştür: başarı ihtiyacı (achievement), güç ihtiyacı (power) ve bağlılık ihtiyacı (affiliation). Başarı ihtiyacı, başarılı olma, hedeflere ulaşma ve mükemmeliyet arayışıdır. Güç ihtiyacı, başkaları üzerinde kontrol sahibi olma ve etkileme isteğidir. Bağlılık ihtiyacı ise sosyal ilişkilere ve gruplara katılma isteğidir. McClelland'ın teorisi, özellikle iş dünyasında ve liderlik çalışmalarında sıkça kullanılmaktadır (Baptista v.d. 2021, s. 54).

Manfred Max-Neef, ihtiyaçları dokuz ana kategoriye ayırmıştır: hayatta kalma, korunma, sevgi ve şefkat, anlamlılık, katılım, boş zaman, yaratıcılık, kimlik ve özgürlük. Hayatta kalma, fiziksel sağlık ve varoluşu sürdürme gereksinimini içerir. Korunma, güvenlik ve istikrar arayışıdır. Sevgi ve şefkat, duygusal ve sosyal ilişkilerde tatmin arayışıdır. Anlamlılık, kültürel ve bireysel anlam arayışını içerir. Katılım, toplumsal ve politik süreçlere katılım isteğidir. Boş zaman, dinlenme ve eğlence ihtiyacını kapsar. Yaratıcılık, ifade ve yenilikçilik arayışıdır. Kimlik, kişisel ve kültürel kimlik arayışını içerir. Özgürlük ise seçim yapabilme ve bağımsızlık ihtiyacını kapsar. Max-Neef, ihtiyaçların evrensel olduğunu, ancak bu ihtiyaçların karşılanma şekillerinin kültürel ve sosyal bağlama göre değişebileceğini belirtir (Max-Neef, 2017, s. 169-186).

Daniel Kahneman ve Amos Tversky gibi psikologlar, insan davranışlarını anlamada duygusal ihtiyaçların önemini vurgular. Bu yaklaşım, insanların kararlarını ve davranışlarını rasyonel olduğu kadar duygusal ihtiyaçlar tarafından da şekillendirildiğini öne sürer. Bu ihtiyaçlar, anlık memnuniyet, zevk ve acıdan kaçınma gibi duygusal tepkilerle ilişkilidir. İhtiyaçlar, insanın temel motivasyonlarını anlamak ve açıklamak için kritik bir öneme sahiptir. Farklı kuramsal çerçeveler, ihtiyaçların doğasını, sınıflandırılmasını ve nasıl karşılandığını farklı bakış açılarıyla ele alır. Bu çeşitlilik, insan davranışlarının karmaşıklığını ve ihtiyaçların bireyden bireye, kültürden kültüre

nasıl değişiklik gösterebileceğini anlamamıza yardımcı olur (Goldberg, 2013, s.177-179).

2.1.1. Farklı disiplinler açısından ihtiyaç kavramı

İhtiyaç, somutlaştırılması ve tanımlanması güç bir kavramdır. Bu nedenle, birçok kaynakta farklı tanımlarına rastlanmaktadır. İhtiyaç kavramı, yalnızca iktisat biliminin değil, aynı zamanda psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve diğer sosyal bilimlerin de merkezinde yer alır. Her bir disiplin, ihtiyaç kavramını kendi perspektifinden ele alarak, insan davranışlarını ve toplumsal yapıları anlamaya çalışır (Sarıpek, 2017, s. 44-45).

İktisat Açısından İhtiyaç Kavramı: Ekonomi literatürüne bakıldığında iktisat kavramı için genel olarak kıt kaynaklarla sonsuz isteklerin/ihtiyaçların karşılanması şeklinde bir tanımlamanın olduğu görölmektedir. Söz konusu tanımın kendi içinde barındığı iki belirleyici mevcuttur. Bunlardan ilki kaynakların kıtlığı diğeri ise isteklerin ya da ihtiyaçların sonsuz olmasıdır. Kaynakların kıtlığı konusundaki tartışmalar mevcut olmakla birlikte istek ve ihtiyaçların ayrı kavramlar olduğu literatürde de kabul görmektedir (Bakırtaş ve Demirhan, 2015, s. 78).

Psikoloji Açısından İhtiyaç Kavramı: Psikoloji disiplininde ihtiyaçlar, insan motivasyonunun ve davranışlarının temel dinamiklerini oluşturur. Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, bu alandaki en bilinen yaklaşımlardan biridir. Maslow, ihtiyaçları fizyolojik, güvenlik, ait olma ve sevgi, saygı ve kendini gerçekleştirme olarak beş kategoriye ayırmıştır. Bu teoride, daha temel ihtiyaçlar karşılanmadan üst düzey ihtiyaçların ortaya çıkmayacağı savunulur. Psikolojik ihtiyaçlar, bireylerin yaşam doyumunu ve genel sağlığını doğrudan etkiler (Toprak, 2017, s. 33).

Sosyoloji Açısından İhtiyaç Kavramı: Sosyoloji, ihtiyaçları toplumsal yapılar ve ilişkiler çerçevesinde inceler. İlk olarak, ihtiyaç bireyleri motive eden bir faktördür. İhtiyaca yönelik ikinci sosyolojik açıklama ise ihtiyacı işlevsel bir ön şart olarak görmektedir. Bu disipline göre, bireylerin ihtiyaçları sadece kişisel değil, aynı zamanda toplumsal bağlamda da değerlendirilmelidir. Örneğin, toplumsal normlar ve değerler, bireylerin ihtiyaç algılarını ve bu ihtiyaçları karşılama yöntemlerini şekillendirir.

Ayrıca, sosyolojik perspektif, ihtiyaçların toplumsal eşitsizlikler ve sosyal adalet bağlamında nasıl dağıldığını ve karşılandığını da analiz eder (Sarıipek, 2017, s. 45).

Antropoloji Açısından İhtiyaç Kavramı: Antropoloji, ihtiyaçları kültürel bağlamda inceler. Farklı kültürler, ihtiyaç kavramını ve bu ihtiyaçların karşılanma biçimlerini farklı şekillerde tanımlar. Antropologlar, ihtiyaçların evrenselliği ve kültürel göreliliği üzerinde durarak, çeşitli toplumların ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarını ve bu süreçte hangi kültürel normların etkili olduğunu araştırır. Bu perspektif, insan toplumlarının çeşitliliğini ve kültürel zenginliğini anlamada kritik bir rol oynar (Taşbaşı, 2023, s. 17).

Felsefe Açısından İhtiyaç Kavramı: Felsefe, ihtiyaç kavramını etik ve ontolojik boyutlarda ele alır. Etik açıdan, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması, adalet ve hakkaniyet ilkeleri çerçevesinde tartışılır (Atmaca, 2010, s. 64). Ontolojik olarak ise, ihtiyaçların insan varoluşunun temel bir parçası olduğu ve bu ihtiyaçların tatmininin bireyin anlam arayışında önemli bir rol oynadığı savunulur. Felsefî tartışmalar, ihtiyaçların doğası, evrenselliği ve bireysel özgürlükler ile ilişkisi gibi konular üzerinde yoğunlaşır (Ertem ve Düzgün, 2021, s. 44).

Sonuç olarak, ihtiyaç kavramı, farklı disiplinler tarafından çeşitli açılardan ele alınarak, insan davranışlarını ve toplumsal yapıları anlamaya yönelik kapsamlı bir çerçeve sunar. Her disiplin, ihtiyaçları kendi teorik ve metodolojik araçlarıyla inceleyerek, bu kavramın çok boyutlu yapısını ortaya koyar. Bu çeşitlilik, ihtiyaçların hem bireysel hem de toplumsal düzeyde nasıl karşılandığını ve bu süreçlerin insan yaşamına etkilerini derinlemesine anlamamıza olanak tanır.

2.1.2. İktisat teorisinde ihtiyaç kavramının evrimi

İktisat teorisinde ihtiyaç kavramı, zaman içinde önemli değişiklikler göstermiş ve iktisat biliminin farklı dönemlerinde çeşitli yaklaşımlarla ele alınmıştır. Bu evrimsel süreç, ihtiyaçların nasıl tanımlandığını ve iktisadi düşüncenin bu kavram etrafında nasıl şekillendiğini anlamak açısından kritik öneme sahiptir.

İktisat kıt kaynaklar ile sonsuz insan ihtiyaçları arasındaki ilişkiyi inceleyen bilim dalıdır. Bu kıt kaynakların en iyi şekilde dağılımında ise karar alma mekanizmaları ön plana çıkmaktadır. Geleneksel iktisat teorisinin karar alma

mekanizmalarında en temel yapı taşı rasyonalite kavramıdır. Bu kelimenin karşılığı “akılcılık” olup geleneksel iktisadın kabul gördüğü insan tipi “homoeconomicus” yani akılcı insandır. Bu insan çıkarları peşinde koşan ve kendi bütçe kısıtı ile faydasını en yüksek seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır (Ünal, 2019, s. 575).

Neoklasik iktisadın ön gördüğü “homoeconomicus” kavramı, bireylerin satın alma kararlarında sosyolojik ve psikolojik unsurları göz ardı edilmiştir. Dolayısıyla iktisat bilimi sosyal bilim olmaktan uzaklaşmış pozitif bir bilim olma yoluna girmiştir. Bu doğrultuda insanlar psikolojik, sosyolojik duygularından arındırılmış adeta makineleştirilmiştir. Ancak gerçek hayatta insanların tamamen akılları ile hareket edip duygularını yok saymaları imkansızdır. Dolayısıyla insanların satın alma kararları kişisel, sosyolojik ve psikolojik gibi birçok unsurdan etkilenmektedir (Ünal, 2019, s. 575). 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında, neoklasik iktisat teorisi ihtiyaç kavramına daha analitik bir yaklaşım getirmiştir. Neoklasik iktisatçılar, bireylerin fayda maksimizasyonu sürecinde ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarını matematiksel modeller ve marjinal analizlerle incelemişlerdir. Alfred Marshall, Vilfredo Pareto ve Leon Walras gibi iktisatçılar, tüketici davranışlarının ve ihtiyaç tatmininin piyasa dengeleri üzerindeki etkilerini analiz etmişlerdir. Bu dönemde, ihtiyaçlar bireylerin fayda fonksiyonları içerisinde modellenmiş ve tüketim tercihlerini belirleyen ana unsurlar olarak ele alınmıştır. Bu anlamda Neo-klasik iktisat öğretisine egemen olan rasyonellik varsayımı bu kurala uymamaktadır. Neo-klasik ekol, insanların acı ve zevklerinde farklı malların kendilerine sağladıkları faydanın ölçülmesinde ve ihtiyaçların belirlenmesinde rasyonel davrandıklarını kabul etmektedir. Rasyonel davranan bireylerin mallar, piyasalar ve diğer tüm iktisadi olay ve konularda tam bilgiye sahip olduğu varsayılmıştır. Rasyonel tüketiciler faydalarını maksimize ederken üreticilerde aynı şekilde karlarını maksimize etmektedirler. Rasyonel davranan bireyler seçim yaparken akılcı davranan, çoğu aza tercih eden, tutarlı bireylerdir. Neo-klasik okul rasyonel birey temel varsayımını kabul etmesiyle beraber bireylerin iktisadi davranışlarındaki psikolojik ve sosyolojik etkilerini analiz dışında bırakmıştır. Böylece pozitif bir bilim yolunda ilerlemiştir (Kaya ve Özçim, 2019, s. 7).

20. yüzyılın ilk yarısında John Maynard Keynes'in çalışmaları, iktisat teorisinde ihtiyaç kavramının makroekonomik boyutunu ön plana çıkarmıştır. Keynesyen iktisat, toplam talep ve istihdam düzeylerini analiz ederken, ihtiyaçların ve tüketim

harcamalarının ekonomi üzerindeki etkilerini vurgulamıştır. Keynes, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları tüketim harcamalarının ekonomik büyüme ve istikrar açısından kritik öneme sahip olduğunu savunmuştur. Bu yaklaşım, devletin ekonomik faaliyetlerde aktif bir rol oynaması gerektiği fikrini desteklemiş ve sosyal refah politikalarının geliştirilmesine katkıda bulunmuştur. Keynes için iktisadın amaçlarından biri toplumsal iyiye ulaşmanın ön koşulu olan argüman, ihtiyaçların teminine yardımcı olmaktır. Materyal ihtiyaçları temin edecek olan, iktisadi büyümedir ve bu da teknik gelişmeye ve sermaye birikimine dayanmaktadır (ziş, 2019, s. 137).

20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarında, davranışsal iktisat teorisi, ihtiyaç kavramının psikolojik ve sosyolojik boyutlarını iktisat bilimine dahil etmiştir. Richard Thaler ve Daniel Kahneman gibi davranışsal iktisatçılar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde her zaman rasyonel davranmadıklarını, duygusal ve bilişsel önyargıların da bu süreçte önemli rol oynadığını göstermişlerdir. Bu yaklaşıma göre, bireylerin ihtiyaç tatmini, geleneksel iktisat teorilerinin öngördüğünden daha karmaşık ve dinamik bir yapıya sahiptir (Toıgonbaeva ve Eser, 2011, s. 288). Davranışsal iktisat, psikoloji ve iktisat bilimlerinin birleşmesiyle ortaya çıkan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımda, insanların sınırlı rasyonel davranışlar sergilediği ve tam bilgi sahibi olmadığı gerçeği de ele alınmaktadır. Davranışsal iktisat, insanların karar verme süreçlerindeki yanılığlarını, tercihlerini ve değerlerini incelemektedir. Bu yaklaşım, insanların sadece maddi kazançları değil, aynı zamanda duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını da dikkate almaktadır. Davranışsal iktisadın amacı, insan davranışlarının arkasındaki gerçekleri anlamak ve bu anlayışı ekonomik kararların tasarımına ve politikalarına entegre etmektir (Zengi, 2023, s. 292-293).

Günümüz iktisat teorisi, ihtiyaç kavramını çeşitli alt disiplinler ve perspektifler aracılığıyla incelemeye devam etmektedir. İktisadi antropoloji, ihtiyaçların kültürel ve toplumsal bağlamda nasıl şekillendiğini araştırırken (Erz, 1969, s. 39), ekolojik iktisat, ihtiyaçların çevresel sürdürülebilirlik ve kaynak yönetimi üzerindeki etkilerini incelemektedir (Bayraktutan ve Uçak, 2011, s. 23). Ayrıca feminist iktisat, ihtiyaçların cinsiyet eşitliği ve sosyal adalet bağlamında nasıl karşılandığını analiz etmektedir (Albayrak ve Memiş, 2011, s. 1). Bu eşitlilik, ihtiyaç kavramının iktisadi düşünce içerisindeki yerini ve önemini daha geniş bir perspektifle ele almamıza olanak tanımaktadır. İktisat teorisinde ihtiyaç kavramının evrimi, iktisadi düşüncenin temel

unsurlarından biri olarak, farklı dönemlerde çeşitli yaklaşımlarla ele alınmış ve zaman içinde önemli değişiklikler göstermiştir. İhtiyaçların tanımı, bireylerin ekonomik davranışlarını anlamak ve analiz etmek için kritik bir rol oynamaya devam etmektedir. Bu evrimsel süreç, iktisat biliminin gelişim sürecinde ihtiyaç kavramının nasıl değiştiğini ve bu değişimlerin iktisadi teorilere olan etkilerini anlamak açısından büyük önem taşımaktadır.

2.2. İhtiyaç Teorileri

İhtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini daha iyi anlayabilmek için, çeşitli teorik yaklaşımlar ve modellerin incelenmesi gerekmektedir; bu bağlamda, ihtiyaç teorileri başlığı altında, klasik, neo-klasik, davranışsal ve heterodoks iktisat yaklaşımlarının yanı sıra, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Alderfer'in ERG Teorisi gibi önemli teoriler ele alınmaktadır.

2.2.1. Klasik iktisat teorisinde ihtiyaç yaklaşımı

Klasik iktisat teorisi, 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın başlarında gelişen ve Adam Smith, David Ricardo, Thomas Malthus ve John Stuart Mill gibi önemli düşünürlerin katkılarıyla şekillenen bir ekonomik düşünce okuludur. Bu teorik çerçevede, ihtiyaç kavramı, bireylerin ekonomik davranışlarını yönlendiren temel motivasyonlardan biri olarak ele alınmaktadır (Altman, 2005, s. 732-757).

Adam Smith'in 'The Wealth Of Nations'(Ulusların Zenginliği) adlı eserinde ortaya koyduğu "görünmez el" metaforu, klasik iktisat teorisinin ihtiyaçlara yaklaşımının temel taşlarından biridir. Smith, bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak için rasyonel kararlar aldıklarını ve bu bireysel çıkar arayışının, toplumsal refahı artıran bir piyasa düzeni yarattığını savunmuştur. Bu bağlamda, ihtiyaçlar, bireylerin ekonomik faaliyetlerini şekillendiren ve piyasa mekanizmalarının işleyişinde kritik bir rol oynayan unsurlar olarak görülmüştür. Smith'e göre, bireyler kendi ihtiyaçlarını karşılarken, aynı zamanda toplumun genel refahına da katkıda bulunurlar (Altman, 2005, s. 732-757).

. David Ricardo ise, ihtiyaç kavramını emek-değer teorisi ve karşılaştırmalı üstünlükler teorisi çerçevesinde ele almıştır. Ricardo'nun emek-değer teorisi, bir malın değerinin, o malın üretimi için harcanan emek miktarıyla belirlendiğini öne sürer. Bu yaklaşımda, ihtiyaçlar, üretim süreçlerini ve dolayısıyla emek piyasalarını etkileyen

temel faktörler arasında yer alır. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ise, ülkelerin ihtiyaçlarını karşılamak için uluslararası ticarete uzmanlaşmaları gerektiğini savunur. Ricardo'ya göre, her ülke, en verimli olduğu mal ve hizmetleri üreterek ticarete katıldığında, hem kendi ihtiyaçlarını daha etkin bir şekilde karşılayabilir hem de küresel refahı artırabilir (Ruffin, 2002, s. 727-748).

Thomas Malthus'un nüfus teorisi, klasik iktisat teorisinde ihtiyaç kavramının demografik boyutunu vurgular. Malthus, nüfusun geometrik bir hızla arttığını, ancak gıda üretiminin aritmetik bir hızla arttığını öne sürerek, nüfus artışının uzun vadede ihtiyaçların karşılanmasında ciddi sorunlar yaratacağını savunmuştur. Malthus'a göre, nüfus artışı, ihtiyaçların karşılanmasını zorlaştıracak ve bu durum, kaynakların kıtlığı nedeniyle yaşam standartlarının düşmesine yol açacaktır. Malthus'un bu görüşleri, ekonomik politikalarda nüfus kontrolü ve gıda üretiminin artırılması yönünde önemli tartışmalara yol açmıştır (Malthus, 1966, s. 194).

John Stuart Mill, klasik iktisat teorisinin ihtiyaç yaklaşımını sosyal refah ve adalet perspektifleriyle genişletmiştir. Mill, ihtiyaçların sadece ekonomik refah açısından değil, aynı zamanda sosyal adalet ve bireysel özgürlükler bağlamında da ele alınması gerektiğini savunmuştur. Mill'in düşüncesine göre, ekonomik sistem, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılarken, aynı zamanda eşitlik ve adalet ilkelerine de uygun olmalıdır. Bu yaklaşım, klasik iktisat teorisinin daha insani ve sosyal bir boyut kazanmasına katkıda bulunmuştur (Marchi, 1974, s. 125).

Klasik iktisat teorisi, ihtiyaç kavramını bireylerin rasyonel davranışları, üretim süreçleri, uluslararası ticaret ve demografik dinamikler çerçevesinde ele almıştır. Klasik iktisatçılar, ihtiyaçların bireysel ve toplumsal refah üzerindeki etkilerini analiz ederek, ekonomik sistemlerin işleyişine dair önemli teorik katkılarda bulunmuştur. Bu yaklaşım, modern iktisat teorilerinin temelini oluşturarak, ihtiyaç kavramının ekonomik analizlerdeki merkezi rolünü pekiştirmiştir (Pirgmaier, 2020, 179).

2.2.2. Neo-klasik iktisat teorisinde ihtiyaç yaklaşımı

Neo-klasik iktisat teorisi, 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında gelişen ve ekonomik analizde marjinalizm ve rasyonel davranış modellerine dayanan bir yaklaşımdır (Foxon, v.d., 2013, s.187-208). Bu teorik çerçeve, ihtiyaç kavramına

bireylerin fayda maksimizasyonu sürecinde odaklanarak, ihtiyaçların tüketic i davranışlarını nasıl şekillendirdiğini ve piyasa dengelerini nasıl etkilediğini analiz eder.

Neo-klasik iktisat teorisi, bireylerin rasyonel aktörler olarak davrandığını ve sınırlı kaynaklarını en yüksek faydayı elde edecek şekilde kullandığını varsayar. Bu yaklaşımda, ihtiyaçlar bireylerin tüketim tercihlerini belirleyen temel unsurlar olarak kabul edilir. Alfred Marshall, Vilfredo Pareto ve Leon Walras gibi önde gelen neo-klasik iktisatçılar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları seçimleri ve bu seçimlerin ekonomik sistem üzerindeki etkilerini incelemişlerdir (Foxon, v.d., 2013, s.187-208).

Alfred Marshall, neo-klasik iktisat teorisinin temelini oluşturan marjinal fayda kavramını geliştirmiştir. Marshall'a göre, bireyler, her bir ek birim mal veya hizmetin sağladığı marjinal faydayı dikkate alarak tüketim kararlarını verirler. Bu çerçevede, ihtiyaçlar, bireylerin marjinal fayda eğrileri üzerinde yer alır ve tüketim tercihlerini doğrudan etkiler. Marshall, piyasa fiyatlarının, arz ve talep eğrilerinin kesiştiği noktada oluştuğunu ve bu dengelerin, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde dengeye ulaştığını savunmuştur (Bharadwaj, 1978, 253-271).

Vilfredo Pareto, neo-klasik iktisat teorisinde ihtiyaç kavramını Pareto verimliliği ilkesiyle ilişkilendirmiştir. Pareto'ya göre, bir ekonomik sistem, bireylerin ihtiyaçlarını en verimli şekilde karşıladığında Pareto optimalitesine ulaşır. Bu durumda, bir bireyin refahı artırılmadan başka bir bireyin refahı artırılmaz. Pareto verimliliği, ihtiyaçların tatmin edilmesinde kaynakların etkin dağılımını vurgulayan bir prensiptir ve ekonomik analizlerde merkezi bir rol oynar (Foxon, v.d., 2013, s.187-208).

Leon Walras, genel denge teorisi ile neo-klasik iktisat teorisine önemli katkılarda bulunmuştur. Walras, tüm mal ve hizmet piyasalarının aynı anda dengeye ulaştığı bir ekonomik sistemi analiz etmiştir. Bu yaklaşımda, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları seçimler, genel denge koşulları altında incelenir. Walras, ihtiyaçların karşılanmasının, piyasaların dengeye ulaşmasında kritik bir faktör olduğunu göstermiştir (Daal ve Joling, 1993, 22).

Neo-klasik iktisat teorisi, ihtiyaç kavramını matematiksel modeller ve marjinal analizler aracılığıyla ele alarak, bireylerin tüketim tercihlerini ve piyasa dengelerini

daha kesin ve analitik bir şekilde incelemiştir. Bu teorik çerçeve, tüketici davranışlarını anlamak için marjinal fayda, marjinal maliyet ve denge analizlerini kullanır. Ayrıca, neo-klasik iktisat, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde rasyonel kararlar aldığını varsayar ve bu kararların ekonomik sonuçlarını değerlendirir. Bu bağlamda, neo-klasik iktisat teorisi, ihtiyaç kavramına bireylerin fayda maksimizasyonu ve rasyonel davranış modelleri çerçevesinde yaklaşarak, tüketim tercihlerini ve piyasa dengelerini analiz eder. Neo-klasik iktisatçılar, ihtiyaçların bireylerin ekonomik davranışları üzerindeki etkilerini matematiksel ve analitik yöntemlerle incelemişlerdir. Bu yaklaşım, ekonomik analizlerde ihtiyaç kavramının merkezi bir rol oynamasına ve iktisat biliminin daha sistematik ve teorik temellere dayanmasına katkıda bulunmuştur (Caporaso ve Levin, 1992, s. 79-99).

2.2.3. Davranışsal iktisat ve ihtiyaç algısı

Davranışsal iktisat, bireylerin ekonomik kararlarını yalnızca rasyonel varsayımlarla değil, psikolojik ve bilişsel süreçlerle de açıklamaya çalışan bir yaklaşımdır. Bu disiplin, klasik ve neo-klasik iktisat teorilerinin varsayımlarını sorgulayarak, bireylerin ihtiyaç algılarının ve karar alma süreçlerinin daha karmaşık ve dinamik olduğunu öne sürer. Davranışsal iktisat, ihtiyaçların nasıl algılandığını, bu algıların ekonomik davranışlara nasıl yansıdığını ve piyasa sonuçlarını nasıl etkilediğini incelemek için önemli bir çerçeve sunar (Dohmen, 2014, s.71-85).

Davranışsal iktisatın temelini oluşturan çalışmalar, bireylerin karar alma süreçlerinde sistematik hatalar yaptıklarını ve bu hataların ihtiyaçlarını karşılama biçimlerini etkilediğini göstermektedir. Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin çalışmaları, bireylerin rasyonel karar verme süreçlerinden saparak bilişsel önyargılara ve sezgilere dayalı kararlar aldıklarını ortaya koymuştur. Bu önyargılar ve sezgiler, bireylerin ihtiyaç algılarını ve bu ihtiyaçları karşılama yöntemlerini şekillendirir. Örneğin, "mevcut durum yanılgısı" (status quo bias) bireylerin mevcut durumlarını koruma eğiliminde olmalarına neden olurken, "çerçeveleme etkisi" (framing effect) bireylerin kararlarını nasıl sunulduğuna bağlı olarak değiştirir. Bu tür bilişsel önyargılar, bireylerin gerçek ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçları karşılama yollarını anlamalarını zorlaştırabilir (Tetlock ve Mellers, 2002, s.94-99).

Richard Thaler'in katkıları, davranışsal iktisat teorisinin ihtiyaç algısı üzerindeki etkilerini daha da derinleştirmiştir. Thaler'in geliştirdiği "mental accounting" (zihinsel muhasebe) kavramı, bireylerin parayı farklı zihinsel hesaplara ayırarak harcamalarını ve tasarruflarını bu hesaplara göre yönettiklerini öne sürer. Bu davranış, bireylerin ihtiyaçlarını karşılarken rasyonel ekonomik prensiplerden sapmalarına yol açar. Örneğin, bir birey eğlence için ayrılan parayı gereksinim duyulan sağlık harcamalarına kıyasla daha farklı değerlendirebilir ve bu da ihtiyaçlarının önceliklendirilmesinde sapmalara neden olabilir (Xiao ve Olson, 1993, s.92-109).

Davranışsal iktisat aynı zamanda sosyal ve duygusal faktörlerin de ihtiyaç algısı üzerindeki etkilerini vurgular. Sosyal normlar, kültürel değerler ve duygusal durumlar, bireylerin ihtiyaçlarını nasıl algıladıklarını ve bu ihtiyaçları karşılama biçimlerini etkiler. Örneğin, sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını ve refahlarını başkalarıyla karşılaştırma eğiliminde olduklarını öne sürer. Bu durum, bireylerin gerçek ihtiyaçlarından ziyade, sosyal çevrelerindeki diğer bireylerin tüketim alışkanlıklarına göre ihtiyaçlarını tanımlamalarına yol açabilir. Ayrıca, duygusal durumlar da bireylerin ihtiyaç algılarını ve ekonomik kararlarını etkiler. Örneğin, stres altındaki bireyler, uzun vadeli ihtiyaçlarını göz ardı ederek kısa vadeli rahatlatma sağlayacak tüketim kararları alabilirler (Rick ve Loewenstein, 2007, 13-20).

Davranışsal iktisat, bireylerin ihtiyaç algılarının yanıltıcı olabileceğini ve bu yanıltıcı algıların ekonomik sonuçlar doğurabileceğini öne sürer. Bu bağlamda, politika yapıcılar ve işletmeler, bireylerin bu önyargılarını ve davranışsal eğilimlerini dikkate alarak daha etkili stratejiler geliştirebilirler. Örneğin, "nudging" (dürtme) olarak bilinen yaklaşımlar, bireylerin ihtiyaçlarını daha sağlıklı ve sürdürülebilir yollarla karşılamalarına yardımcı olabilir. Thaler ve Sunstein'in "Nudge" kitabında önerdiği gibi, bireylerin karar alma süreçlerini olumlu yönde etkileyecek küçük değişiklikler, ihtiyaçların daha rasyonel ve tatmin edici bir şekilde karşılanmasını sağlayabilir (Rick ve Loewenstein, 2007, 13-20).

Davranışsal iktisat, ihtiyaç algısının karmaşıklığını ve bireylerin ekonomik davranışlarını etkileyen psikolojik ve bilişsel faktörleri anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunar. Bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde rasyonel olmayan davranışlar sergileyebileceğini gösteren bu yaklaşım, iktisadi analizlerde daha gerçekçi ve insancıl bir perspektif sağlar. Bu çerçevede, ihtiyaçların nasıl algılandığı ve

karşılandığı konusundaki anlayışımızı derinleştirerek, bireysel ve toplumsal refahı artırmaya yönelik daha etkili politikalar ve stratejiler geliştirilebilir (Thaler, 2016, s. 25).

2.2.4. Heterodoks iktisat anlayışında ihtiyaç algısı

Heterodoks iktisat, ana akım iktisat teorilerine alternatif olarak gelişen ve çeşitli ekonomik düşünce ekollerini bünyesinde barındıran bir yaklaşımdır. Bu ekoller arasında Marksist iktisat, kurumsal iktisat, feminist iktisat, çevre iktisadı ve post-Keynesyen iktisat gibi farklı düşünce okulları yer alır. Heterodoks iktisat, ihtiyaç kavramını ve bireylerin ihtiyaç algısını incelerken, toplumsal, kültürel, çevresel ve kurumsal bağlamları dikkate alarak daha geniş bir perspektif sunar (Backhouse, 2000, 149-155).

Marksist iktisat, ihtiyaç algısını sınıfsal dinamikler ve üretim ilişkileri çerçevesinde ele alır. Karl Marx, kapitalist sistemin ihtiyaçları nasıl şekillendirdiğini ve bireylerin gerçek ihtiyaçlarının yerine, kapitalist üretim ilişkileri tarafından dayatılan sahte ihtiyaçların geçtiğini savunur. Marx'a göre, kapitalist sistem, tüketim kültürü aracılığıyla bireylerin ihtiyaç algılarını manipüle eder ve bu da bireylerin gerçek insani ihtiyaçlarının tatmin edilmesini engeller. Bu bağlamda, heterodoks iktisat, ihtiyaçların yalnızca bireysel tercihler ve piyasa dinamikleri çerçevesinde değil, aynı zamanda toplumsal yapıların ve sınıfsal ilişkilerin bir ürünü olarak incelenmesi gerektiğini vurgular (Sørensen, 1991, s.71-87).

Kurumsal iktisat, ihtiyaç algısını toplumsal kurumlar ve normlar çerçevesinde değerlendirir. Thorstein Veblen gibi kurumsal iktisatçılar, bireylerin ihtiyaçlarının ve tüketim alışkanlıklarının sosyal kurumlar, gelenekler ve kültürel normlar tarafından şekillendiğini öne sürerler. Veblen, "gösterişçi tüketim" kavramıyla, bireylerin toplumsal statülerini ve prestijlerini artırmak için ihtiyaçlarının ötesinde tüketim yaptıklarını belirtir. Bu perspektifte, ihtiyaçlar, bireylerin toplumsal konumlarını ve sosyal ilişkilerini ifade etmek için kullandıkları araçlar olarak görülür (Hodgson, 1998, s.166-192).

Feminist iktisat, ihtiyaç algısını toplumsal cinsiyet ilişkileri ve eşitsizlikler bağlamında ele alır. Feminist iktisatçılar, geleneksel iktisat teorilerinin ihtiyaçları ve ekonomik faaliyetleri analiz ederken, cinsiyet rollerini ve kadınların ekonomik

katkılarını göz ardı ettiğini savunurlar. Bu yaklaşıma göre, kadınların ve diğer marjinal grupların ihtiyaçları, ana akım iktisat teorilerinde yeterince temsil edilmemektedir. Feminist iktisat, toplumsal cinsiyetin ihtiyaç algısını nasıl şekillendirdiğini ve bu ihtiyaçların karşılanmasında yaşanan eşitsizlikleri vurgular (Berik, v.d., 2009, s.1-33). Örneğin, evde çocuk veya yaşlı ebeveyn bakım işi ve ev içi rutin temizlik işleri gibi faaliyetler, geleneksel iktisadi analizlerde genellikle değerlendirilmemekte ve bu da ihtiyaçların eksik veya yanlış anlaşılmasına yol açmaktadır.

Çevre iktisadı, ihtiyaç algısını ekolojik sürdürülebilirlik ve doğal kaynakların korunması perspektifinden değerlendirir. Bu yaklaşım, bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarını karşılarken, çevresel etkileri ve sürdürülebilirlik kriterlerini dikkate almaları gerektiğini savunur. Heterodoks çevre iktisatçıları, kapitalist üretim ve tüketim modellerinin çevresel tahribata yol açtığını ve bu durumun, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama kapasitesini tehdit ettiğini öne sürerler. Bu bağlamda, ihtiyaç algısı, sadece bireylerin kısa vadeli tatminleri üzerinden değil, uzun vadeli ekolojik sürdürülebilirlik ve doğanın sağlığı üzerinden değerlendirilmelidir (Sesini, v.d., 2020, 5935).

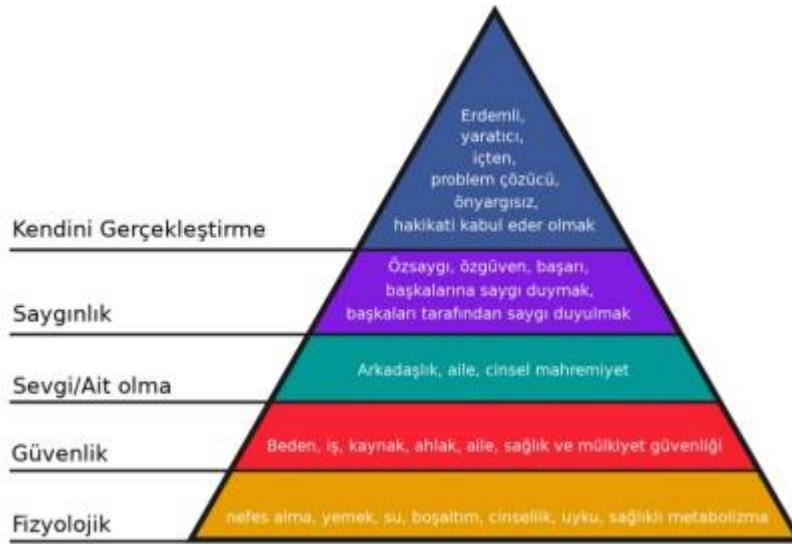
Post-Keynesyen iktisat, ihtiyaç algısını belirsizlik, beklentiler ve ekonomik istikrarsızlıklar bağlamında ele alır. Post-Keynesyen iktisatçılar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamaların ve yatırım kararlarının belirsizlik ve geleceğe yönelik beklentiler tarafından şekillendiğini savunurlar. Bu perspektifte, ihtiyaçların karşılanması, sadece mevcut kaynaklarla değil, aynı zamanda gelecekteki ekonomik koşulların öngörülmesiyle de ilgilidir. Bu nedenle, post-Keynesyen yaklaşım, ekonomik politikaların bireylerin ihtiyaçlarını karşılamada nasıl daha etkin hale getirilebileceğine dair kapsamlı analizler sunmaktadır. (Davidson, 1991, s.206-208).

2.3. İhtiyaç Hiyerarşisi Modelleri

İhtiyaç kavramının derinlemesine incelenmesi, bireylerin ihtiyaçlarını belirli bir düzen içinde nasıl önceliklendirdiğini ve karşıladığını açıklayan ihtiyaç hiyerarşisi modellerinin ele ele alınması gerekmektedir. Dolayısıyla, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Alderfer'in ERG Teorisi gibi önde gelen modellerin detaylandırılması, ihtiyaçların sistematik bir şekilde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

2.3.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, insan motivasyonunu ve davranışlarını anlamak için geliştirilmiş önemli bir psikolojik kuramdır. 1943 yılında Abraham Maslow tarafından ortaya konulan bu teori, bireylerin ihtiyaçlarını beş temel kategoriye ayırarak, bu ihtiyaçların hiyerarşik bir düzende karşılanması gerektiğini savunur. Maslow'un teorisi, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmek, sağlıklarını koruyabilmek ve potansiyellerini gerçekleştirebilmek için belirli ihtiyaçları karşılamaları gerektiğini öne sürer. Bu hiyerarşi, piramit şeklinde görselleştirilmiş olup, en alt seviyede yer alan temel fizyolojik ihtiyaçlardan, en üst seviyede yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarına kadar sıralayarak insan ihtiyaçlarının hiyerarşi içinde olduğunu dile getirmektedir (Aydın, 2022, s. 235).



Şekil 1. Maslow'un İhtiyaçlar Piramidi

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en alt basamağında, fizyolojik ihtiyaçlar yer alır. Bu ihtiyaçlar, bireylerin hayatta kalabilmesi için gerekli olan temel gereksinimleri kapsar. Beslenme, su, barınma, uyku ve hava gibi temel fizyolojik ihtiyaçlar, bireylerin ilk olarak karşılaması gereken gereksinimlerdir. Maslow'a göre, bu temel ihtiyaçlar yeterince karşılanmadan, bireyler diğer daha üst düzey ihtiyaçlara yönelemezler (Şengöz, 2022, s. 169).

Kendini ailesi ve toplumu, güven ve emniyet içinde tehlikeden uzak tutma olarak açıklanabilecek olan güvenlik ihtiyaçlarından sonra, ait olma ve sevgi ihtiyaçları

gelir. Bu kategori, bireylerin sosyal ilişkiler kurma, sevgi ve aidiyet duygusunu tatmin etme gereksinimlerini içerir. Aile, arkadaşlık, romantik ilişkiler ve sosyal gruplara aidiyet, bu ihtiyaçlar arasında yer alır. Maslow'a göre, insanlar sosyal varlıklar oldukları için, bu tür sosyal ilişkiler ve aidiyet duygusu, psikolojik sağlıkları ve genel mutlulukları için vazgeçilmezdir (Yavaş, v.d., 2021, s. 48).

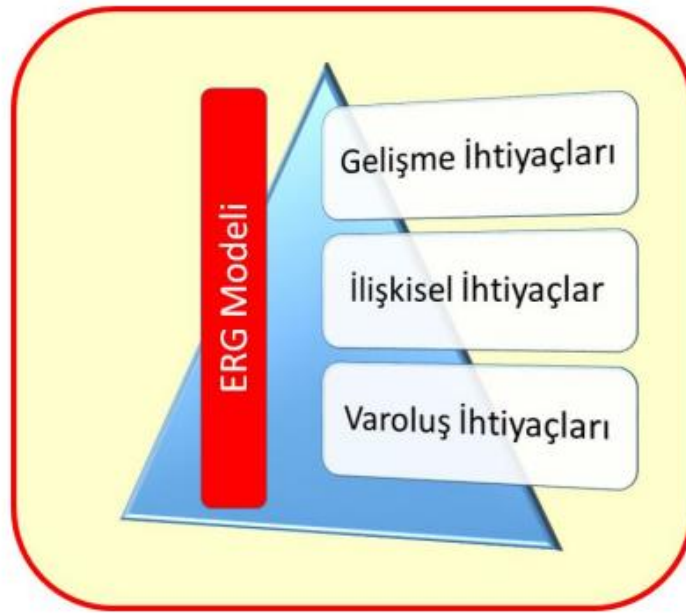
Ait olma ve sevgi ihtiyaçlarının ardından, saygınlık ihtiyacı gelir. Bu ihtiyaç, bireylerin kendilerine ve başkalarına karşı saygı duyma gereksinimini ifade eder. Saygı ihtiyacı, bireylerin özsaygı, başarı, itibar ve tanınma arayışlarını içerir. Maslow, saygı ihtiyacının karşılanması, bireylerin kendilerine olan güvenlerini artırdığını ve toplumsal hayatta daha etkin ve verimli olmalarını sağladığını belirtir. Saygı ihtiyacının tatmini, bireylerin kendilerine değer verdiklerini hissetmeleri ve toplumsal katkıda bulunma motivasyonlarını artırmaları açısından önemlidir (Çoban, 2021, s. 114).

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağında, kendini gerçekleştirme ihtiyacı yer alır. Bu ihtiyaç, bireylerin potansiyellerini en üst düzeyde kullanma ve kendilerini tam anlamıyla gerçekleştirme arayışlarını kapsar. Kendini gerçekleştirme, bireylerin yaratıcı, ahlaki ve entelektüel kapasitelerini en üst düzeyde kullanarak, kendi hedeflerine ve ideallerine ulaşma çabalarını içerir. Diğer bir söylemle kişinin yaradılıştan var olan potansiyellerini ortaya çıkarma ihtiyacıdır. Güdüleyici güç unsuru olarak kendini gerçekleştirme güdüsü kişiyi harekete geçirir. Maslow kendini gerçekleştirme sürecinin kolay olmadığını ve bu basamağa çok az sayıda insanın geçtiğini savunur (Gültekin ve Kanger, 2023, s. 77-78).

Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, bireylerin ihtiyaçlarının hiyerarşik bir düzende karşılanması gerektiğini vurgulayan bir kuram olarak, psikoloji ve insan motivasyonu alanında önemli bir yere sahiptir. Bu teori, bireylerin sadece temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda güvenlik, sosyal ilişkiler, saygı ve kendini gerçekleştirme gibi daha üst düzey ihtiyaçlarını da tatmin etmeleri gerektiğini öne sürer. Maslow'un teorisi, bireylerin motivasyonlarını ve davranışlarını anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunar ve bu çerçeve, çeşitli alanlarda uygulama bulmuştur. Eğitim, iş yönetimi, sağlık hizmetleri ve kişisel gelişim gibi birçok alanda Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, bireylerin ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçları karşılamak için kullanılan temel bir model olmuştur (Hagerty, 1999, s.249-271).

2.3.2. Alderfer'in ERG Teorisi

Clayton Alderfer tarafından geliştirilen ERG Teorisi, insan motivasyonunu ve ihtiyaçlarını anlamaya yönelik önemli bir psikolojik kuramdır. Literatürde “ERG” teorisi olarak anılan Alderfer'in ERG Kuramına göre insanların üç temel ihtiyacı vardır. Bu ihtiyaçlar Varoluş (Existence), İlişki (Relatedness) ve Gelişme (Growth). Bu yaklaşım Clayton Alderfer'in Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, aidiyet-sevgi ihtiyacı, statü-saygınlık ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacını basitleştirerek geliştirmiş olduğu motivasyon yaklaşımıdır. Burada ihtiyaç sıralaması daha basitleştirilerek ele alınmaktadır. Clayton Alderfer'in bu ihtiyaçlar hiyerarşisini basitleştirmesinin temel sebebi Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin gerçek hayata uygun olmadığı sonucuna ulaşmış olmasıdır. ERG kuramına göre ihtiyaçlar üç temel kategoride ele alınmaktadır (Tekin ve Görgülü, 2018, s. 1560-1561).



Şekil 2. Alderfer'in ERG Teorisi

ERG Teorisi'nin ilk bileşeni olan Varoluş ihtiyaçları, ihtiyaçlar hiyerarşisinin temelinde bulunan, fizyolojik gereksinimleri karşılayan faktörlerden oluşur. İnsanın varoluş özelliklerinden yola çıkarak varlığını sürdürmesini sağlayan beslenme, hava, su vb. ihtiyaçlar ile ücret, iş ortamı, çalışma şartları vb. maddi etkenlerden memnun olma ihtiyacıdır. Korku, tehlike, tehdit ve korunma gibi güvenlik ihtiyaçları ile boş zaman geçirme, giyim, egzersiz ve uyku gibi ihtiyaçlar da bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Bu ihtiyaçlar Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramındaki fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarına karşılık gelmektedir. (Ladikli ve Arslan, 2023, s. 148).

İkinci bileşen olan ''İlişki ihtiyaçları'', bireylerin sosyal ilişkiler kurma, sevgi ve aidiyet hissetme gereksinimlerini içerir. Bu kategori, Maslow'un ait olma ve sevgi ihtiyaçları ile saygı ihtiyaçlarının bir kısmına denk gelir. İlişki ihtiyaçları, aile, arkadaşlık, iş arkadaşları ve sosyal gruplarla olan ilişkileri kapsar. Bireylerin sosyal çevreleriyle etkileşimde bulunmaları ve bu ilişkilerden tatmin olmaları, psikolojik sağlıkları ve genel mutlulukları açısından kritiktir. Diğer bir ifadeyle ilişki ihtiyacı bireyin diğer insanlarla ilişkilerini, duygusal destek, saygı, tanınma ve ait olma gereksinimlerini giderecek doyumlara kapsar (Tekin ve Görgülü, 2018, s. 1561).

Alderfer'in ERG kuramındaki son ihtiyaç grubu, insanın kişisel gelişim, kendini gerçekleştirme ve kendini gerçekleştirme gereksinimini temsil eden ''gelişme / büyüme'' ihtiyacıdır. Kişilerin yetkinlik, güvenilirlik, sorumluluk ve başarı gibi olumlu gelişimine yönelik ihtiyaçlarını ifade eder. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramında bulunan kendini gerçekleştirme ihtiyacına karşılık olduğu gözlemlenmektedir. Benlik bilinci ve öz saygısı yüksek, özverili, kişilik sahibi, yenilikçi, üretken, özgür ve başarı odaklı bireylerde doyum eşiği daha yüksek bir ihtiyaç duygusudur (Ladikli ve Arslan, 2023, s. 149).

Alderfer'in ERG Teorisi, Maslow'un hiyerarşik modelinden farklı olarak, ihtiyaçların karşılanmasında daha esnek bir yaklaşım sunar. Maslow'un modelinde, ihtiyaçlar belirli bir sıraya göre karşılanırken, ERG Teorisi, ihtiyaçların aynı anda veya farklı sırayla karşılanabileceğini öne sürer. Bu esneklik, bireylerin farklı durumlar ve koşullar altında değişen ihtiyaçlarını daha iyi açıklamaya yardımcı olur (Tınaz, 2005, s. 10).

Alderfer, ihtiyaçların karşılanmaması durumunda, bireylerin daha düşük düzeydeki ihtiyaçlara yönelme eğiliminde olduklarını savunur. Bu duruma "gerileme" (frustration-regression) denir. Örneğin, bireylerin gelişme ihtiyaçları karşılanmadığında, ilişki ihtiyaçlarına daha fazla önem verebilirler. Bu mekanizma, bireylerin motivasyonlarını ve davranışlarını daha dinamik ve durumsal bir perspektiften anlamamıza olanak tanır (Öner, 2021, s. 68).

ERG Teorisi ayrıca, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde farklı motivasyon kaynaklarının bir arada etkili olabileceğini vurgular. Bireyler, aynı anda hem varoluş hem de ilişki ihtiyaçlarını karşılamaya çalışabilirler. Bu durum, motivasyonun çok boyutlu ve karmaşık doğasını ortaya koyar ve bireylerin farklı ihtiyaçlarının birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini anlamamıza yardımcı olur (Karadoğan, 2015, s. 181).

Alderfer'in ERG Teorisi, insan ihtiyaçlarını ve motivasyonlarını anlamak için esnek ve kapsamlı bir ereve sunar. Varoluş, ilişki ve gelişme ihtiyaçları, bireylerin temel gereksinimlerini ve bu gereksinimlerin karşılanması sürecindeki dinamikleri açıklar. ERG Teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamada esneklik ve durumsallık prensiplerini vurgulayarak, motivasyon teorilerine önemli katkılarda bulunur. Bu teori, eğitim, iş yönetimi ve kişisel gelişim gibi birçok alanda uygulanabilir ve bireylerin motivasyonlarını anlamak için değerli bir araçtır (ner, 2021, s. 67).

2.3.3. Diğer ihtiyaç hiyerarşisi modelleri

İnsan ihtiyaçlarının hiyerarşik yapısını ve bu ihtiyaçların bireylerin motivasyonlarına olan etkisini anlamak için çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Alderfer'in ERG Teorisi bu alanda en bilinen modeller arasında yer alsa da, başka önemli modeller de mevcuttur. Bu bölümde, diğer bazı ihtiyaç hiyerarşisi modelleri incelenerek, bu modellerin insan motivasyonu üzerindeki etkileri ve temel özellikleri açıklanacaktır.

David McClelland, insan motivasyonunu anlamak için geliştirdiği ‘‘Başarı Güdüsü Teorisi’’ ile dikkat çeker. İhtiyaçların öğrenmeyle sonradan kazanılacağını ileri süren David McClelland, insan ihtiyaçlarını başarı güdüsü, g güdüsü, bağlanma güdüsü olmak üzere üç grupta toplamıştır (şimşek vd., 2011, s.191).Bu güdüler herkeste bulunmakla birlikte güçlülük derecesi kişinin içinde bulunduğu duruma göre değişmektedir. Bu teori Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde adı geçen st düzey ihtiyaçlara benzeyen faktörlerden oluşmaktadır (Yeşil, 2016, s. 171).

McClelland’a göre, bireylerin kendi mesleklerinde en iyi olma, mükemmeli arama tutkusunun altında başarı ihtiyacı saklıdır. Bir kurumun başarısı yada başarısızlığı üzerinde motivasyonun önemli bir rolü vardır. Yüksek başarı güdüsüne sahip olanlar

daha gerçekçi ve kararlı olup, kendilerine ulaşılması zor amaçlar seçip bunlara ulaşmak için gerekli olan bilgi ve yeteneği elde edip kullanmak isterler (Keser, 2006, s.31). Başarı güdüsü yüksek olan bireyler genelde lider rolünde olup diğerlerine göre zoru başarmada daha önde gelirler (Sevinç, 2015, s. 948).

İkinci gruptaki güç güdüsü, bireylerin çevreleri ile olan ilişkilerinde, bütün etkileme araçlarını ellerinde bulundurma ve bunlar vasıtası ile çevrelerine egemen olma isteklerini ifade etmektedir. Bu ihtiyaç nedeniyle insanlar ve gruplar çevresel ilişkilerinde etkinliklerini ve seslerini duyuracak her türlü araca başvurmaktan çekinmezler. Bu durum güçlü olma ihtiyacı yüksek olan bireyleri başkaları ile çekişme ve çatışmaya itebilir. McClelland'a göre güçlü olma ihtiyacını giderme yöntemi, kendi bireysel egosunu tatmin etmekten çok örgütsel etkinliği başarmaya çalışmaktır (Sevinç, 2015, s. 948)

Üçüncü gruptaki bağlanma güdüsünün temeli ise bireyin kendi dışındaki insanlar ve gruplar ile ilişki içinde bulunmasına dayanmaktadır. Bağlanma ihtiyacı, aile, arkadaş ve sosyal çevreye dönük olan ihtiyaçtır. Bazı insanlarda başkaları ile ilişki kurma eğilimi kuvvetli iken bazılarında bu eğilim zayıftır. Bağlanma ihtiyacı yüksek olan kişiler tek başlarına çalışmak yerine diğer insanlarla birlikte çalışmayı tercih etmektedirler (Yeşil, 2016, s. 171). Bu teori, özellikle liderlik, iş performansı ve örgütsel davranış konularında önemli uygulamalara sahiptir.

Frederick Herzberg'in "İki Faktörlü Motivasyon Teorisi", literatürde Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinden sonra en çok bilinen ihtiyaç kuramlarından biridir. Ayrıca iş doyumu ile ilgili geliştirilen en önemli kuramlardan biri olarak kabul edilmektedir. Herzberg'in "İki Faktörlü Motivasyon Teorisi". çeşitli değer sistemleri içinde çalışanın, çalışma ortamından neler beklediği ve çalışanları neyin daha fazla motive ettiğini, hangi çalışma koşullarının tatmin edici olmadığı ve işe karşı isteksizlik meydana getirdiğini belirlemeyi amaçlamıştır (Kaya, vd., 2013, s. 4).

Herzberg bu teori ile yöneticilerin çalışanları motive etmek için kullandığı teknikleri araştırmış ve çalışanların ihtiyaçlarını karşılayarak onları motivasyonunu artırmaya yönelik kurumların izlediği adımları incelemiştir. Çalışanları motive eden unsurlar ile çalışan memnuniyetini etkileyen ancak performansı artırmayan etkenler arasında bir farklılığın olduğunu tespit etmiştir. Bunları sırasıyla motivasyon faktörleri

ve hijyen faktörleri olarak nitelendirmiştir. Motivasyonel faktörler, bireylerin işlerinde içsel olarak tatmin olmalarını sağlar. Başarı, tanınma, işin kendisi, sorumluluk, ilerleme ve kişisel gelişim gibi unsurlar motivasyonel faktörler arasında yer alır. Bu faktörler, bireylerin işlerinde daha fazla tatmin olmalarını ve motivasyonlarını artırmalarını sağlar (Kayım, 2018, s. 36). Hijyen faktörleri ise, iş tatminsizliğini önlemeye yöneliktir, ancak iş tatmini yaratmazlar. İş koşulları, ücret, iş güvencesi, şirket politikaları, denetim ve çalışma ilişkileri gibi unsurlar hijyen faktörleridir. Bu faktörlerin eksikliği iş tatminsizliğine yol açar, ancak varlığı motivasyonu artırmaz. Herzberg'in teorisi, bireylerin iş tatmini ve motivasyonunu artırmak için hem motivasyonel faktörlerin geliştirilmesi gerektiğini hem de hijyen faktörlerinin uygun seviyede tutulması gerektiğini vurgular. Bu teori, iş yerinde motivasyon stratejileri geliştirme açısından önemli bir çerçeve sunar (Erhan ve Bayrakçı, 2022, s. 83).

İhtiyaç teorisyenlerden biri de Henry Murray'dır, Murray, ihtiyaç kavramının insanda fizyolojik eksiklikler sonucunda meydana geldiğini ve insan davranışlarını güdüleyen içsel bir güç olduğunu vurgulayan ilk kuramcılardan biridir. İhtiyaçların genellikle biyolojik temelleri üzerinde durmuştur. Küçük düşme, başarı, saldırganlık, yakınlaşma, özerklik, üstünlük, fiziksel ve psikolojik olarak kendini savunma, bakım, düzen, reddetme, cinsellik gibi yirmi ihtiyaçtan oluşan bir liste oluşturmuştur. Bu ihtiyaçlar her insanda aynı şiddette olmayabilir. Bu ihtiyaçlar tamamlanabileceği gibi hiç deneyimlenmemiş veya eksik kalabilir (Çalış, 2020, s. 14). Murray'ın İhtiyaçlar Teorisi, bireylerin davranışlarını yönlendiren çeşitli ihtiyaçları tanımlar. Murray, insan davranışlarını açıklamak için geniş bir ihtiyaçlar listesi geliştirmiştir ve bu ihtiyaçları iki ana kategoriye ayırmıştır (Dal ve Eroğlu, 2015, s. 363). Murray herhangi bir motivasyonun belirli bir ihtiyaçtan kaynaklanabildiğini ve davranışa neden olan dürtünün birden fazla boyutta (20 boyutta) olduğunu belirlemiştir (Yumrukuz, 2022, s. 281).

İnsan ihtiyaçlarına farklı bir bakış açısı getiren Şilili ekonomist Manfred Max-Neef, ise "Temel İnsani İhtiyaçlar Teorisi" ile dikkat çeker. Max-Neef, insan ihtiyaçlarını dokuz temel kategoriye ayırır: hayatta kalma, korunma, sevgi, anlama, katılım, boş zaman, yaratıcılık, kimlik ve özgürlük. Hayatta kalma ihtiyaçları, fiziksel sağlık ve yaşamın sürdürülebilirliği için gerekli olan temel gereksinimleri kapsar. "Korunma ihtiyaçları", güvenlik, istikrar ve savunma gereksinimlerini içerir. "Sevgi

ihtiyaçları”, aile, arkadaşlık ve toplumla ilişkilerde sevgi ve bağ kurma gereksinimlerini ifade eder. “Anlama ihtiyaçları”, bilgi edinme, öğrenme ve anlam arayışı gereksinimlerini kapsar. “Katılım ihtiyaçları”, toplumsal ve politik süreçlere katılma gereksinimlerini içerir. “Boş zaman ihtiyaçları”, dinlenme, eğlence ve serbest zaman aktivitelerini kapsar. “Yaratıcılık ihtiyaçları”, yaratıcı ifade ve yenilikçilik gereksinimlerini içerir. “Kimlik ihtiyaçları”, kendini tanıma, değer verme ve kimlik oluşturma gereksinimlerini kapsar. Son olarak, “Özgürlük ihtiyaçları” ise, kendi yaşamını kontrol etme ve özgür olma gereksinimlerini ifade eder. Max-Neef'in teorisi, ihtiyaçların birbirleriyle ilişkili olduğunu ve her bir ihtiyacın bir dizi doyum aracıyla karşılanabileceğini vurgular. Bu yaklaşım, kalkınma politikalarının ve programlarının insan merkezli ve sürdürülebilir bir perspektifle tasarlanmasına yardımcı olur (Olçay, 2019, s. 6-7).

2.4. İhtiyaç Kavramının Eleştirel Değerlendirmesi

İhtiyaç kavramının iktisadi teorideki yeri ve önemi incelendikten sonra, bu kavramın eleştirel bir değerlendirilmesi yapılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu kısımda, ihtiyaç ve istek ayrımı, ihtiyaç kavramının sosyal ve kültürel boyutları temelinde ihtiyaç teorilerinin ve hiyerarşi modellerinin güçlü ve zayıf yönleri ile bu yaklaşımlara getirilen eleştiriler değerlendirilerek ihtiyaç kavramının daha kapsamlı bir perspektifle anlaşılması sağlanacaktır.

2.4.1. İhtiyaç ve istek ayrımı

İktisat ve davranış bilimlerinde, bireylerin karar verme süreçlerini ve davranışlarını anlamak için ihtiyaç ve istek kavramlarının ayrımı büyük önem taşır. İhtiyaç ve istek, insan motivasyonunun ve tüketim davranışlarının temel unsurlarıdır. Bu iki kavram, hem teorik hem de pratik açılarından farklılıklar gösterir ve bu farklılıkların anlaşılması, ekonomik analizler ve politika geliştirme süreçleri için kritik öneme sahiptir.

İhtiyaç kavramı, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri, sağlıklı kalabilmeleri ve temel fizyolojik ve psikolojik işlevlerini yerine getirebilmeleri için karşılanması gereken gereksinimleri ifade eder. İhtiyaçlar, genellikle biyolojik ve evrensel nitelikte olup, insan yaşamının devamı için zorunlu olan unsurları kapsar. Beslenme, su, barınma, uyku, hava, sağlık ve güvenlik gibi temel fizyolojik ihtiyaçlar, yaşamın

sürdürülebilirliği için vazgeçilmezdir. Aynı şekilde, sevgi, aidiyet, saygı ve kendini gerçekleştirme gibi psikolojik ve sosyal ihtiyaçlar da bireylerin sağlıklı ve dengeli bir yaşam sürebilmeleri için kritik öneme sahiptir. Bu ihtiyaçlar, Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nde detaylandırılmış ve insan motivasyonunun temel bileşenleri olarak ele alınmıştır (Henden Şolt, 2018, s. 218).

İstek kavramı, ise bireylerin ihtiyaçlarının ötesinde, belirli bir mal veya hizmete duydukları arzuyu ifade eder. Örneğin, bir kişi “yeni elbise satın almak istiyorum” dediğinde bu kişinin bir dilekten mi, istekten mi veya ihtiyaçtan mı bahsettiği tam olarak anlaşılamamaktadır. Ancak söz konusu kişi, sıcak bir iklimten soğuk bir iklime giderken üşümek amacıyla yeni bir elbise almak istiyorsa bu durum ihtiyaç kapsamına girecek iken sahip olduğu elbisenin bir başka modelini alma gayesi, bir istek durumunu ortaya çıkaracaktır. İstekler, bireylerin kişisel zevkleri, alışkanlıkları, sosyal çevreleri ve kültürel normları tarafından yönlendirilir. Bu nedenle, istekler subjektif ve değişkendir; bir bireyin isteği, diğer bir bireyin isteğinden tamamen farklı olabilir (Bakırtaş ve Demirhan, 2015, s. 78).

İhtiyaç ve istek arasındaki ayrım, iktisadi analizlerde ve tüketici davranışlarını anlamada önemli bir rol oynamaktadır. İhtiyaçlar, genellikle zorunlu ve sınırlı olduğundan, bireyler bu ihtiyaçlarını karşılamak için kaynaklarını öncelikli olarak kullanır. Ancak istekler, bireylerin sınırlı kaynakları üzerinde rekabet eden ve genellikle daha az öncelikli olan arzularıdır. Bu durum, tüketici tercihlerini ve harcama davranışlarını doğrudan etkiler. Bireyler, temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra, kalan kaynaklarını isteklerini tatmin etmek için kullanabilirler (Sarıpek, 2017, s. 46). Bu kapsamda, marjinal fayda analizi ve bütçe kısıtları, bireylerin kararlarını yönlendirilmesinde de önemli faktörler arasında yer almaktadır.

İhtiyaç ile istek arasındaki bir başka ayrıma göre, isteklerin karşılanması “talep” şeklinde dile getirildikleri piyasaya bırakılmışken, ihtiyaçların karşılanması ise “devlet müdahalesini” gerektirmekte ve bunu meşru kılmaktadır. Bu bağlamda, sağlık hizmetleri, eğitim, barınma ve güvenlik gibi alanlarda yapılan kamu harcamaları, temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olarak planlanır. Nitekim devlet, tüm ihtiyaçların eşit biçimde karşılanmasını güvence altına alabilecek tek aktördür. Bu nedenle, ihtiyaçların karşılanması meselesi sosyal hizmetlerin ve refah devletiyle piyasa arasındaki sınırı belirleyen temel ilkelerin varlık sebebi olarak görülebilir. Bu

özelliğiyle ihtiyaç kavramı, sosyal politikanın birçok alanında sıkça kullanılan kavramlarından birisidir (Sarıpek, 2017, s. 46).

Bununla birlikte, pazarlama stratejileri ve tüketici davranışlarını etkileme çabaları, genellikle bireylerin isteklerine odaklanır. Reklamcılık, marka yönetimi ve ürün tasarımı gibi alanlar, tüketicilerin belirli mal ve hizmetlere yönelik isteklerini artırmayı hedefler. Bu süreçte, duygusal ve psikolojik faktörler, bireylerin isteklerini şekillendiren ve satın alma kararlarını yönlendiren önemli unsurlar olarak öne çıkar. Bu nedenle, işletmeler ve pazarlama profesyonelleri, tüketici isteklerini anlamak ve bu istekleri tatmin edecek ürün ve hizmetler sunmak için yoğun çaba sarf ederler (Tan, 2019, s. 214).

2.4.2. İhtiyaçların sosyal ve kültürel boyutları

İhtiyaç kavramı, yalnızca bireylerin fizyolojik ve biyolojik gereksinimlerini değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutları da içeren geniş bir yelpazede ele alınmalıdır. İnsan ihtiyaçları, bireylerin içinde bulundukları sosyal ve kültürel bağlamlar tarafından şekillendirilir ve bu bağlamlar, ihtiyaçların tanımlanmasında ve karşılanmasında kritik bir rol oynar. Sosyal ve kültürel boyutlar, ihtiyaçların çeşitliliğini, karmaşıklığını ve tatmin edilme yöntemlerini anlamak için vazgeçilmez unsurlardır.

Sosyal boyut, bireylerin ihtiyaçlarının toplum içindeki etkileşimler ve sosyal ilişkiler tarafından nasıl şekillendiğini ifade eder. Bireyler, sosyal varlıklar olarak, sosyal gruplar, aileler, arkadaşlıklar ve daha geniş topluluklarla etkileşim halinde bulunurlar. Bu etkileşimler, bireylerin aidiyet, sevgi, saygı ve kendini gerçekleştirme gibi sosyal ihtiyaçlarını karşılamalarında belirleyici bir rol oynar (Bilgili, 2017, 566). Örneğin, bir bireyin ait olma ve sevgi ihtiyacı, aile üyeleri, arkadaşlar ve sosyal çevre ile olan ilişkiler yoluyla tatmin edilir. Bu ilişkiler, bireyin duygusal ve psikolojik sağlığı için kritik öneme sahiptir. Ayrıca, sosyal normlar ve değerler, bireylerin ihtiyaçlarını nasıl tanımladıklarını ve bu ihtiyaçları nasıl karşılayacaklarını da belirler. Toplumun genel beklentileri ve normları, bireylerin davranışlarını ve ihtiyaçlarını yönlendiren güçlü etkenlerdir (Bağatır, 2023, s. 11). Dolayısıyla, sosyal etkileri, sosyal baskıları ya da toplumun bireyi yoğurduğu sosyalleşme süreçlerini kapsamalarından ötürü ihtiyaçlar toplumsal bir nitelik taşırlar. Daha geniş bir anlamda, ihtiyaçlar, belli bir tarzda yaşamı

sürdürmeyi, diğerleriyle belirli çerçevede etkileşime girmeyi, belli bir kişiliğe bürünmeyi, belirli eylemleri gerçekleştirmeyi ya da belirli amaçlara ulaşmayı içermektedir (Yanıklar, 2010, s. 26).

Kültürel boyut ise, bireylerin ihtiyaçlarının kültürel normlar, inançlar, değerler ve gelenekler tarafından nasıl şekillendiğini ifade eder. Kültür, bireylerin dünya görüşlerini, yaşam tarzlarını ve ihtiyaçlarını anlamlandırma biçimlerini derinden etkiler. Farklı kültürel bağlamlarda, aynı temel ihtiyaçlar farklı şekillerde tanımlanabilir ve karşılanabilir. Bununla birlikte toplumun ihtiyaçlarını karşılamak adına ortaya koymuş olduğu tarz da kültürü yansıtmaktadır (Kan ve Kanmaz, 2022, s. 60). Örneğin, yemek ihtiyacı evrensel bir fizyolojik ihtiyaçtır, ancak bu ihtiyacın nasıl karşılandığı kültürel farklılıklar gösterir. Bir toplumda belirli bir yiyecek temel bir ihtiyaç olarak görülürken, başka bir toplumda aynı yiyecek istek olarak algılanabilir. Kültürel değerler, bireylerin hangi ihtiyaçların öncelikli olduğunu ve bu ihtiyaçların nasıl karşılanacağını belirler. Ayrıca, kültür, bireylerin kimliklerini ve sosyal rollerini tanımlamada da önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, kültürel kimlik ve aidiyet duygusu, bireylerin kendilerini gerçekleştirme ve saygı görme ihtiyaçlarını karşılamalarında önemli bir yer tutar. Dolayısıyla, her kültürde bireyin hayattan ihtiyaçları, beklentileri ve kendini gerçekleştirme arzusu bir diğer kültürdekinden farklı olabilir (Göksu, 2002, s. 7).

Sosyal ve kültürel boyutların ihtiyaçlar üzerindeki etkisi, aynı zamanda ekonomik davranışları ve tüketim alışkanlıklarını da şekillendirir. Bireyler, içinde bulundukları sosyal ve kültürel bağlamların etkisiyle, belirli ürün ve hizmetleri talep ederler. Bu durum, piyasa dinamiklerini ve tüketici davranışlarını anlamada kritik bir rol oynar. Örneğin, lüks tüketim ürünleri, bazı toplumlarda sosyal statü ve prestij göstergesi olarak algılanırken, başka toplumlarda bu tür ürünlere olan talep daha düşük olabilir. Kültürel farklılıklar, tüketici tercihlerini ve pazarlama stratejilerini doğrudan etkiler (Sever, 2021, s. 268-269).

Ayrıca, küreselleşme süreciyle, teknoloji ve bilimdeki gelişmeler toplumun ihtiyaçlarının çeşitlenmesine ve değişmesine yol açmıştır (Göküş, 2010, s. 195). Küreselleşme, sosyal ve kültürel boyutların ihtiyaçlar üzerindeki etkisini daha da karmaşık hale getirmiştir. Küreselleşme, farklı kültürlerin ve sosyal yapılarının bir araya gelmesini ve etkileşimini hızlandırmıştır. Bu süreç, ihtiyaçların ve isteklerin küresel ölçekte yeniden tanımlanmasına ve çeşitlenmesine yol açmıştır. Örneğin, Batı

kültürünün tüketim alışkanlıkları, diğ r kültürel bağlamlarda da benimsenebilir hale gelmiştir. Bu durum, küresel pazarların ve tüketiciler davranışlarının daha dinamik ve çeşitli olmasına neden olmuştur (Sever, 2021, s. 268).

Nihayetinde, ihtiyaçların sosyal ve kültürel boyutları, bireylerin ihtiyaçlarını tanımlama ve karşılama süreçlerinde merkezi bir rol oynar. Sosyal ilişkiler ve kültürel normlar, bireylerin davranışlarını, değerlerini ve yaşam tarzlarını derinden etkiler. Bu bağlamda, ihtiyaçların anlaşılması ve tatmin edilmesi, sosyal ve kültürel dinamiklerin dikkate alınmasını gerektirir. Ekonomik analizler, sosyal politikalar ve pazarlama stratejileri, bu boyutları göz önünde bulundurarak daha etkili ve sürdürülebilir çözümler geliştirebilir. İhtiyaçların sosyal ve kültürel boyutlarının derinlemesine anlaşılması, bireylerin ve toplumların refahını artırmaya yönelik önemli bir adım olarak değerlendirilmelidir.

3. İKTİSADİ TEORİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

İhtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve evrimini anlamak için, iktisadi teorinin kavramsal çerçevesine odaklanmak gerekmektedir. Araştırmanın bu kısmında, iktisadi teorinin temel kavramları ve prensipleri ele alınarak, ihtiyaç kavramının bu teorik yapı içerisindeki konumu ve önemi detaylandırılacaktır.

3.1. İktisadi Teoride Temel Kavramlar

İktisadi teoride kıtlık, tercih, fırsat maliyeti, marjinal fayda ve marjinal maliyet gibi anahtar kavramları anlamak önemlidir. Bu kısımda bu kavramların ekonomik davranışlar ve ihtiyaçların karşılanmasındaki kritik rolleri açıklanacaktır.

3.1.1. Kıtlık ve tercih

İktisat biliminin temel kavramlarından olan kıtlık ve tercih, ekonomik analizlerin ve karar alma süreçlerinin merkezinde yer alır. Bu kavramlar, sınırlı kaynakların nasıl kullanılması gerektiğini ve bireylerin bu kaynakları kullanırken hangi tercihleri yaptıklarını anlamamıza yardımcı olur. Kıtlık ve tercih arasındaki ilişki, ekonomik faaliyetlerin ve piyasa mekanizmalarının temel dinamiklerini açıklar (Shah, vd., 2015, s. 402-412).

Kıtlık, ekonomideki en temel problemlerin başında gelir ve sınırlı kaynakların ve üretim faktörlerinin sınırsız tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için optimum tahsisi ile ilgilienmektedir. Doğal kaynaklar, emek, sermaye ve zaman gibi üretim faktörleri sınırlıdır ve bu nedenle her bireyin tüm ihtiyaçlarını karşılamak mümkün değildir (Ustaahmetoğlu, 2015, s. 161). Kıtlık, ekonomik sistemlerin temel işleyişini ve bireylerin karar alma süreçlerini şekillendiren bir kavramdır. Kişilerin metalara olan tepkilerini etkileyen unsurlardan biri kıtlıktır. Kıtlık etkisi ürünün tanındık olması, belirsizlikten kaçınma ve hızlı karar almaya motive olma durumu olan bilişsel kapalılık ihtiyacı yoluyla denetlenmektedir (Korkmaz ve Dal, 2020, s. 91). İktisat, bu sınırlı kaynakların en verimli şekilde nasıl kullanılabileceğini ve kaynak dağılımının nasıl yapılacağını araştırır. Kıtlık olgusu, kaynakların alternatif kullanım alanları arasında nasıl tahsis edileceği ve bu süreçte hangi ekonomik politikaların uygulanacağı sorularını gündeme getirir (Gürdil, 2023, s. 3).

Tercih ise ktlık durumunda bireylerin hangi ihtiyaçlarını nceleyeceğini ve sınırlı kaynaklarını nasıl kullanacağını belirleme sürecini ifade eder. Tercihler, bireylerin kişisel öncelikleri, zevkleri, değer yargıları ve ihtiyaçları doğrultusunda şekillenir (elik, 2011, 2). İktisat teorisinde tercih kavramı, fayda maksimizasyonu çerçevesinde ele alınır. Bireyler, sınırlı kaynaklarını kullanarak en yüksek faydayı elde etmeye çalışırlar. Bu süreçte, marjinal fayda analizi ve fırsat maliyeti gibi kavramlar, bireylerin tercihlerini yaparken dikkate aldıkları temel unsurlardır (Güneş ve Aydemir, 2005, s. 74-75).

Ktlık ve tercih kavramları, piyasa mekanizmalarının işleyişini de açıklar. Piyasa ekonomilerinde, fiyatlar, ktlık ve tercihlerin etkileşimi sonucunda belirlenir. Talep ve arz dengesi, kaynakların verimli bir şekilde dağıtılmasını sağlar. Fiyatlar, kıt kaynakların alternatif kullanım alanları arasında nasıl tahsis edileceği konusunda sinyaller verir. Yüksek fiyatlar, bir malın kıt olduğunu ve daha fazla talep edildiğini gösterirken, düşük fiyatlar arzın talebi karşıladığını ve kaynakların başka alanlara yönlendirilmesi gerektiğini işaret eder. Bu dinamikler, piyasa ekonomilerinde kaynak dağılımının etkinliğini ve bireylerin refahını artırır (Güneş ve Aydemir, 2005, s. 74-75).

Ktlık ve tercih kavramları, ekonomik politikaların tasarımında ve uygulanmasında da önemli rol oynar. Kamu politikaları, sınırlı kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını sağlamak ve sosyal refahı artırmak amacıyla geliştirilir. Örneğin, eğitim, sağlık ve altyapı yatırımları gibi kamu harcamaları, toplumsal ihtiyaçları karşılamada ve ekonomik kalkınmayı desteklemede kritik öneme sahiptir. Kamu politikaları, kaynak dağılımındaki dengesizlikleri gidermek ve sosyal adaleti sağlamak için de kullanılabilir. Ktlık ve tercih, iktisadi teorisinin temel kavramlarıdır ve ekonomik faaliyetlerin, piyasa mekanizmalarının ve kamu politikalarının anlaşılmasında merkezi bir rol oynar. Ktlık, sınırlı kaynakların sınırsız ihtiyaçları karşılamada yetersiz kalması durumunu ifade ederken, tercih, bireylerin bu kaynakları en verimli şekilde nasıl kullanacağını belirleme sürecini ifade eder. Bu kavramların anlaşılması, ekonomik analizlerin ve politika tasarımlarının temelini oluşturur ve bireylerin, firmaların ve hükümetlerin rasyonel kararlar almasına yardımcı olur (Akıncı, 2018, s. 2130).

3.1.2. Fırsat maliyeti

İktisadi teörinin temel kavramlarından biri olan fırsat maliyeti, bireylerin ve firmaların kaynaklarını en verimli şekilde kullanmalarını sağlamak için kritik bir öneme sahiptir. Fırsat maliyeti, bir seçim yaparken vazgeçilen en iyi alternatifin değerini ifade eder. Bu kavram, sınırlı kaynakların farklı kullanım alanları arasında nasıl tahsis edileceğini ve bu süreçte hangi maliyetlerin dikkate alınması gerektiğini anlamamıza yardımcı olur (Özer ve Tiryaki, 2015, s. 2).

Fırsat maliyeti kavramı, her türlü ekonomik karar alma sürecinde merkezi bir rol oynar. Kaynakların sınırlı olması, bireyleri ve firmaları her seçim yaptıklarında diğer alternatiflerden vazgeçmek zorunda bırakır. Bu nedenle, her ekonomik karar, bir fırsat maliyetine sahiptir. Örneğin; hükümetin mevcut imkânlarla okul yerine yol yapması, veya savunma harcamalarına daha fazla para ayırarak yurttaşlarına götürebileceği sağlık hizmetlerinden vazgeçmesi birer fırsat maliyetidir. Benzer şekilde elimizdeki parayla tiyatro yerine sinemaya gitmek veya paramızı bankada tutarak faiz elde etmek yerine cebimizde tutmamız fırsat maliyetine örnek oluşturmaktadır. Parayı cebimizde tutmanın fırsat maliyeti bankaya yatırmayarak vazgeçtiğimiz faiz geliridir. Kaynaklar sınırlıdır ve herhangi bir malı üretmek için kullanılan kaynakları başka bir şey üretmek için kullanılamaz. Sonuçta bir ihtiyacı karşılamak için üretilen her mal bir fırsat maliyeti etkisi yaratmaktadır (Yıldırım vd, 2018, 7).

Fırsat maliyeti kavramı, bireylerin ve firmaların rasyonel kararlar almasına yardımcı olur. Rasyonel kararlar, en yüksek faydayı veya en düşük maliyeti sağlayacak şekilde yapılan seçimlerdir. Kişiler ellerindeki sınırlı kaynakları hangi ihtiyaçlarına ayıracıklarına karar vererek kişisel kaynak tahsisini yaparlar. Firmalar, ellerindeki üretim faktörleri ve girdiler ile hangi malların hangi miktarda üretimini yapacaklarına karar vererek kaynak tahsisi yaparlar. Devletler toplum adına elde ettikleri kıt kaynakları toplum refahını en üst düzeye çıkaracak şekilde toplum ihtiyaçlarını tahsis ederler. İktisat teorisinde, bireylerin, firmaların ve devletin fırsat maliyetlerini dikkate alarak kaynaklarını tahsis edecekleri varsayılır. Bu süreçte, alternatiflerin karşılaştırılması ve en iyi seçeneğin belirlenmesi için fırsat maliyeti analizi kullanılır (Eğilmez, 2017, s. 13-14).

Fırsat maliyeti kavramı, ekonomik büyüme ve kalkınma süreçlerinde de önemli bir rol oynar. Ekonomik büyüme, sınırlı kaynakların en verimli şekilde kullanılması ve üretim kapasitesinin artırılması ile mümkündür. Dolayısıyla ülkeler, kıt kaynakların alan paylaşımı tahsisi konusunda birtakım kararlar almak ve tercihlerde bulunmak durumundadırlar. Bu süreçte, fırsat maliyetinin dikkate alınması, kaynakların en yüksek getiri sağlayacak alanlara yönlendirilmesini sağlar. Kalkınma politikaları, fırsat maliyeti analizi ile desteklendiğinde, ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği ve toplumsal refahın artırılması daha kolay hale gelir. Fırsat maliyeti, iktisadi teorinin temel kavramlarından biridir ve bireylerin, firmaların ve hükümetlerin kaynaklarını en verimli şekilde kullanmalarını sağlamak için kritik bir öneme sahiptir. Fırsat maliyeti, her ekonomik kararın bir bedeli olduğunu ve bu bedelin vazgeçilen en iyi alternatifin değeri olduğunu ifade eder. Bu kavram, rasyonel karar alma süreçlerinin temelini oluşturur ve ekonomik analizlerde merkezi bir rol oynar. Fırsat maliyetinin anlaşılması, kaynakların etkin bir şekilde tahsis edilmesini sağlar ve ekonomik büyüme ve kalkınma süreçlerine önemli katkılar sunar (Dikmen, 2021, s. 200-201).

3.1.3. Marjinal fayda ve marjinal maliyet

İktisadi teorinin temel kavramlarından olan marjinal fayda ve marjinal maliyet, bireylerin ve firmaların karar alma süreçlerini anlamak ve analiz etmek için kritik öneme sahiptir. Bu kavramlar, kaynakların en verimli şekilde nasıl kullanılacağını belirlemeye yönelik ekonomik analizlerin temel taşlarıdır. Marjinal fayda ve marjinal maliyet, bireylerin ve firmaların rasyonel kararlar almasına ve ekonomik etkinliğin sağlanmasına yardımcı olur.

Marjinal fayda, bir mal veya hizmetin ek biriminden elde edilen ek faydayı ifade eder. Daha spesifik olarak, marjinal fayda, bir mal veya hizmetin tüketiminde meydana gelen küçük bir artışın sağladığı ek tatmin düzeyidir. İktisadi analizlerde, marjinal fayda kavramı, bireylerin tüketim tercihlerini ve bu tercihlerin nasıl değiştiğini anlamak için kullanılır (Ertürk, 2006, s. 33). Genel olarak, marjinal faydanın azalan marjinal fayda prensibine göre hareket ettiği kabul edilir. Bu prensip, bir malın veya hizmetin tüketim miktarı arttıkça, her ek birimden elde edilen faydanın azalacağını ifade eder. Örneğin, bir birey ilk dilim pizzadan büyük bir tatmin sağlayabilir, ancak ikinci ve üçüncü dilimlerden elde ettiği tatmin giderek azalacaktır. Azalan marjinal fayda, bireylerin

tüketim kararlarını çeşitlendirmeye ve farklı mal ve hizmetleri tercih etmeye yönlendiren önemli bir faktördür (Başaran, 2019, s. 96-97).

Marjinal maliyet ise, bir mal veya hizmetin ek biriminden doğan ek maliyeti ifade eder. Marjinal maliyet, üretim sürecindeki değişikliklerin maliyet etkilerini değerlendirmek için kullanılır ve genellikle üretim miktarındaki küçük bir artışın toplam maliyet üzerindeki etkisi olarak tanımlanır. Üretim miktarı arttıkça, marjinal maliyetin nasıl değiştiği, üretim süreçlerinin verimliliği ve maliyet yapısı hakkında önemli bilgiler sağlar. Genellikle, üretim sürecinin başlangıç aşamalarında marjinal maliyet düşüktür, ancak üretim arttıkça azalan verim yasası nedeniyle marjinal maliyet artmaya başlar. Azalan verim yasası, belirli bir noktadan sonra, ek birim üretimin getirdiği ek maliyetin artacağını öngörür. Bu durum, üretim faktörlerinin verimli kullanımının sınırlarını gösterir ve kaynakların etkin bir şekilde tahsis edilmesini sağlar (Yıldırım, vd, 2018, s. 88-89).

Marjinal fayda ve marjinal maliyet kavramları, optimal karar almanın temelini oluşturur. Bireyler ve firmalar, marjinal fayda ve marjinal maliyeti karşılaştırarak kaynaklarını en verimli şekilde kullanmaya çalışırlar. İktisat teorisinde, optimal karar noktası, marjinal faydanın marjinal maliyete eşit olduğu noktadır. Bu noktada, bireyler ve firmalar, ek birim tüketim veya üretimin sağladığı faydanın, ek maliyetine eşit olduğu durumda karar verirler. Örneğin, bir tüketici, bir malın ek biriminden elde edeceği fayda, bu birimin maliyetine eşit olduğunda tüketimini durdurur. Benzer şekilde, bir firma, bir malın ek birim üretiminin getirdiği gelir, bu birimin üretim maliyetine eşit olduğunda üretimini durdurur (Ertürk, 2006, s. 145-146).

Marjinal fayda ve marjinal maliyet kavramları, ekonomik etkinliğin sağlanmasında kritik bir rol oynar. Bu kavramlar, kaynakların en yüksek getiriye sağlayacak şekilde tahsis edilmesini ve ekonomik verimliliğin artırılmasını sağlar. Piyasa ekonomilerinde, fiyat mekanizması, marjinal fayda ve marjinal maliyetin dengelenmesinde önemli bir rol oynar. Talep ve arz eğrilerinin kesiştiği noktada oluşan denge fiyatı, marjinal faydanın marjinal maliyete eşit olduğu durumu yansıtır. Bu denge, piyasada kaynakların en verimli şekilde tahsis edildiği ve toplumsal refahın maksimize edildiği durumu temsil eder (Yıldırım, vd. 2019, s. 127).

Kamu politikaları ve ekonomik planlama süreçlerinde de marjinal fayda ve marjinal maliyet kavramları önemli bir yer tutar. Hükümetler, kamu kaynaklarını tahsis ederken marjinal analizleri kullanarak en yüksek toplumsal faydayı sağlamaya çalışırlar. Örneğin, sağlık hizmetleri, eğitim veya altyapı yatırımları gibi kamu harcamalarının marjinal faydası ve maliyeti değerlendirilir ve kaynaklar, en yüksek marjinal faydayı sağlayacak şekilde yönlendirilir. Bu süreç, kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanılmasını ve toplumsal refahın artırılmasını sağlar (İşler ve Karayılmazlar, 2019, s. 75).

3.2. İktisadi Sistemler ve İhtiyaç Kavramı

İnsanlık tarihi boyunca, her toplum ihtiyaçlarını karşılamak ve fazlasını elde etmek için bir iktisadi sisteme ihtiyaç duymuştur. Bu sistemi belirlemede toplum psikolojisi, sosyoloji ve özellikle din önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca, teknolojik ve bilimsel gelişmeler toplumlarda ortaya çıkmış ve farklı ekonomik sistemlerin dünya genelinde yayılmasına katkı sağlamıştır. Gözlemlendiği gibi, ekonomik sistemler birden çok dinamikle ilişkilidir ve toplumlar kendi kimlikleri ve ihtiyaçları doğrultusunda bir ekonomik sistem benimserler. Bu nedenle, toplumlar ve bireyler, ihtiyaçlarını karşılayabilen ekonomik sistemlere yönelirler (Al-Azizi, 2023, s. 1).

İktisadi teoremin temel kavramları incelendikten sonra, farklı iktisadi sistemlerin ihtiyaç kavramını nasıl ele aldığını ve bu ihtiyaçları nasıl karşıladığını, piyasa ekonomisi, karma ekonomi ve planlı ekonomi gibi çeşitli iktisadi sistemler göz önünde bulundurularak, bu sistemlerin ihtiyaçları karşılama biçimleri ve etkinlikleri değerlendirilecektir.

3.2.1. Piyasa ekonomisi ve ihtiyaç kavramı

Piyasa ekonomisi, ekonomik faaliyetlerin büyük ölçüde serbest piyasa mekanizmaları aracılığıyla düzenlendiği bir ekonomik sistemdir. Bu sistemde, mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi, arz ve talep güçleri tarafından belirlenir ve devlet müdahalesi minimum düzeyde tutulur. Piyasa ekonomisi, bireylerin ve firmaların ekonomik kararlarını kendi çıkarları doğrultusunda almasına olanak tanır ve bu süreçte rekabet, yenilikçilik ve verimlilik gibi unsurlar öne çıkar. Bu sistemin temel işleyişini anlamak için ihtiyaç kavramını incelemek oldukça önemlidir (Biber, 2008, s. 62-63).

Piyasa ekonomisinin temel prensiplerinden biri, fiyat mekanizmasıdır. Fiyatlar, piyasada arz ve talep arasındaki etkileşim sonucunda belirlenir ve kaynakların nasıl tahsis edileceği konusunda kritik sinyaller sağlar. Bireyler ve firmalar, ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için mal ve hizmetlerin fiyatlarına göre kararlar alırlar. Örneğin, bir malın talebi arttığında, fiyatı yükselir ve bu da üreticileri daha fazla üretim yapmaya teşvik eder. Benzer şekilde, bir malın arzı arttığında, fiyatı düşer ve bu da tüketicileri daha fazla tüketim yapmaya yönlendirir. Bu dinamikler, piyasa ekonomisinde denge fiyatının ve denge miktarının oluşmasını sağlar. Fiyatlar, aynı zamanda hangi ihtiyaçların daha öncelikli olduğunu ve kaynakların bu ihtiyaçları karşılamak için nasıl kullanılacağını belirler (Aslan, 2010, s. 18).

Piyasa ekonomisinde rekabet, ekonomik etkinliğin ve verimliliğin sağlanmasında önemli bir rol oynar. Rekabet, firmaları maliyetleri düşürmeye, ürün kalitesini artırmaya ve yenilik yapmaya teşvik eder. Rekabetin varlığı, piyasa ekonomisinde kaynakların en verimli şekilde kullanılması ve tüketicilerin en yüksek faydayı elde etmesi için gereklidir. Rekabetin olmadığı durumlarda, tekeli davranışlar ortaya çıkabilir ve bu da kaynak dağılımında verimsizliklere ve tüketici refahında azalmaya yol açar. Rekabet ortamında, firmalar tüketicilerin ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve karşılamak için sürekli olarak çaba gösterirler, bu da genel refahı artırır (Kazancı, 2016, s. 164-165).

Piyasa ekonomisinin bir diğer önemli unsuru, mülkiyet haklarının korunmasıdır. Özel mülkiyet, bireylerin ve firmaların sahip oldukları varlıklar üzerinde tam kontrol ve tasarruf hakkına sahip olmalarını sağlar. Bu durum, bireyleri ve firmaları ekonomik faaliyetlerde bulunmaya ve yatırımlar yapmaya teşvik eder. Mülkiyet haklarının güvence altına alınması, piyasa ekonomisinin istikrarlı ve sürdürülebilir bir şekilde işlemesi için kritik öneme sahiptir. Mülkiyet hakları, aynı zamanda bireylerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılama süreçlerinde özgürce karar alabilmelerini sağlar (Sezgin, 2010, s. 162).

Piyasa ekonomisi, ekonomik özgürlüğü ve bireysel girişimciliği teşvik eden bir sistemdir. Bireyler ve firmalar, kendi çıkarları doğrultusunda ekonomik kararlar alır ve bu kararlar piyasada arz ve talep dengelerini şekillendirir. Bu süreçte, bireylerin ve firmaların risk alması ve yenilik yapması teşvik edilir. Piyasa ekonomisinde, başarı ve başarısızlık bireylerin ve firmaların performansına bağlıdır ve bu durum, ekonomik

faaliyetlerin dinamik ve sürekli değişen bir yapıda olmasını sağlar. Bireyler, kendi ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak için piyasadaki seçenekler arasında tercih yaparlar ve bu tercihler, piyasanın işleyişini yönlendirir (Biber, 2008, s. 65).

Ancak piyasa ekonomisinin tamamen serbest bırakılması, bazı sorunları da beraberinde getirebilir. Piyasa ekonomisinde devletin rolü, bu sorunları çözmek ve ekonomik sistemin etkin işlemesini sağlamak için belirli müdahalelerde bulunmaktadır. Devlet, piyasa başarsızlıklarını düzeltmek, kamu mallarını sağlamak, dışsalılıkları yönetmek ve gelir dağılımında adaleti sağlamak için çeşitli politikalar uygular. Örneğin, eğitim, sağlık ve altyapı gibi kamu hizmetleri, devlet tarafından sağlanır ve finanse edilir. Ayrıca, evresel kirlilik gibi negatif dışsalılıkların yönetilmesi ve piyasa düzenlemelerinin yapılması, devletin piyasa ekonomisindeki önemli görevlerinden bazılarıdır. Devlet müdahaleleri, bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasında kritik bir rol oynar ve piyasa ekonomisinin eksik kaldığı alanlarda tamamlayıcı işlevler görür (Dursun, 2009, s. 7-8).

Piyasa ekonomisinin avantajları arasında, ekonomik etkinliğin ve verimliliğin artırılması, kaynakların en verimli şekilde tahsis edilmesi ve bireysel özgürlüklerin korunması yer alır. Rekabetin varlığı, yenilikçiliği teşvik eder ve tüketicilerin daha iyi ürün ve hizmetlere erişimini sağlar. Ayrıca, piyasa ekonomisi, ekonomik büyüme ve kalkınma için güçlü bir teşvik mekanizması sunar. Bireyler ve firmalar, piyasa ekonomisinde kendi ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için en uygun yolları ararken, aynı zamanda genel ekonomik refahın artmasına da katkıda bulunurlar. Bununla birlikte, piyasa ekonomisinin bazı dezavantajları da vardır. Gelir dağılımında eşitsizlikler, sosyal adaletin sağlanması zorlukları ve piyasa başarsızlıkları, piyasa ekonomisinin eleştiriye açık yönlerindendir. Ayrıca, piyasa ekonomisi, kısa vadeli kar hedeflerine odaklanma eğiliminde olup, uzun vadeli sürdürülebilirlik ve sosyal refah hedeflerini ihmal edebilir. Bu nedenle, piyasa ekonomisinde devletin rolü, bu dezavantajları en aza indirmek ve ekonomik sistemin daha adil ve sürdürülebilir olmasını sağlamak için kritik öneme sahiptir (Saritaş, 2019, s. 244-245).

Piyasa ekonomisi, bireylerin ve firmaların ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için serbest piyasa mekanizmalarını kullandığı bir ekonomik sistemdir. Fiyat mekanizması, rekabet ve mülkiyet hakları, piyasa ekonomisinin temel unsurlarıdır ve ekonomik etkinliğin sağlanması önemli bir rol oynar. Ancak piyasa ekonomisinin

etkin işlemesi için devletin belirli müdahalelerde bulunması gerekmektedir. Piyasa ekonomisi, ekonomik büyüme ve kalkınma için güçlü bir teşvik mekanizması sunarken, aynı zamanda sosyal adalet ve sürdürülebilirlik hedeflerinin de dikkate alınması gerektiğini vurgular (İnce, 2015, s. 93-94).

3.2.2. Karma ekonomi ve ihtiyaç kavramı

Karma ekonomi, piyasa mekanizmaları ile devlet müdahalesinin birlikte çalıştığı, ekonomik faaliyetlerin hem serbest piyasa hem de kamu sektörü tarafından düzenlendiği bir ekonomik sistemdir. Bu sistem, piyasa ekonomisinin esnekliği ve dinamizmi ile planlı ekonominin sosyal refahı artırmaya yönelik hedeflerini birleştirir. Karma ekonomi, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamada dengeli ve kapsamlı bir yaklaşım sunar. Karma ekonomi, bu ihtiyaçların karşılanmasında hem piyasa mekanizmalarının hem de devlet müdahalesinin etkili bir şekilde kullanılmasını sağlar. Bu yaklaşım, kaynakların verimli bir şekilde tahsis edilmesini ve toplumsal refahın artırılmasını hedefler (Al-Azizi, 2023, s. 11).

Karma ekonomide, piyasa mekanizmaları bireylerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamada önemli bir rol oynar. Serbest piyasa, mal ve hizmetlerin arz ve talep güçleri tarafından belirlendiği ve fiyat mekanizmasının işlediği bir sistemdir. Piyasa ekonomisi, rekabet yoluyla ekonomik etkinliği artırır ve bireylerin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamalarına olanak tanır. Bireyler, kendi çıkarları doğrultusunda kararlar alarak ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırken, firmalar da tüketicilerin taleplerine göre üretim yapar. Bu süreçte, fiyatlar kaynakların nasıl kullanılacağı konusunda önemli sinyaller sağlar ve piyasa dengesi, bireylerin ihtiyaçlarını en verimli şekilde karşılar (Sarıtaş, 2019, s. 243).

Ancak, piyasa ekonomisi her zaman toplumsal refahı maksimize etmede yeterli olmayabilir. Piyasa başarısızlıkları, dışsallıklar, kamu malları ve gelir dağılımındaki eşitsizlikler gibi sorunlar, piyasa mekanizmalarının tek başına yetersiz kalabileceğini gösterir. Bu noktada, devlet müdahalesi devreye girer ve karma ekonominin dengeleyici unsuru olarak işlev görür. Devlet, piyasa ekonomisinin eksik kaldığı alanlarda müdahale ederek toplumsal ihtiyaçların daha adil ve etkili bir şekilde karşılanmasını sağlar (Öztürk, 2004, s. 173).

Devletin karma ekonomideki rolü, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamak ve sosyal refahı artırmak için çeşitli politikalar uygulamaktır. Eğitim, sağlık, altyapı ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetleri, devlet tarafından sağlanır ve finanse edilir. Bu hizmetler, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamada kritik öneme sahiptir ve sosyal eşitsizlikleri azaltmaya yönelik önemli adımlar olarak değerlendirilir. Örneğin, eğitim hizmetleri, bireylerin bilgi ve becerilerini artırarak ekonomik fırsatlarını genişletir ve toplumsal hareketliliği sağlar. Sağlık hizmetleri ise, bireylerin fiziksel ve zihinsel sağlıklarını koruyarak yaşam kalitelerini artırır (Orer, 2015, s. 372-373).

Karma ekonomi, ayrıca ekonomik istikrarı sağlamak ve ekonomik dalgalanmaları minimize etmek amacıyla devlet müdahalesini içerir. Devlet, para politikaları ve maliye politikaları aracılığıyla ekonomik büyümeyi destekler, enflasyonu kontrol altına alır ve işsizliği azaltır. Bu politikalar, ekonomik sistemin istikrarlı ve sürdürülebilir bir şekilde işlemesine katkıda bulunur. Ekonomik istikrar, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir faktördür, çünkü istikrarlı bir ekonomik ortam, uzun vadeli planlama ve yatırım yapma olanaklarını artırır (Demir, 2022, s. 7).

Karma ekonominin avantajları arasında, piyasa ekonomisinin esnekliği ve dinamizmi ile devletin sosyal refahı artırmaya yönelik müdahalelerinin birleşmesi yer alır. Bu sistem, ekonomik etkinliği artırırken aynı zamanda sosyal adaleti ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik eder. Karma ekonomi, kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını sağlarken, toplumsal ihtiyaçların daha kapsamlı ve dengeli bir şekilde karşılanmasına olanak tanır (Güran ve Cingi, 2002, s. 60).

Ancak karma ekonominin bazı dezavantajları da vardır. Devlet müdahalesinin aşırıya kaçması durumunda, bürokrasi ve verimsizlikler ortaya çıkabilir. Ayrıca, piyasa mekanizmalarının yeterince serbest bırakılmaması, ekonomik büyüme ve yenilikçilik üzerinde olumsuz etkilere yol açabilir. Bu nedenle, karma ekonomide dengeyi sağlamak ve devlet müdahalesinin optimal düzeyde tutulması önemlidir. Devletin rolü, piyasa ekonomisinin eksik kaldığı alanlarda tamamlayıcı ve dengeleyici bir işlev görmelidir (Orer, 2015, s. 383).

Karma ekonomi, ihtiyaçların karşılanmasında piyasa mekanizmaları ile devlet müdahalesinin birlikte kullanıldığı bir ekonomik sistemdir. Bu sistem, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarını daha kapsamlı ve dengeli bir şekilde karşılamayı hedefler. Piyasa

ekonomisinin esnekliği ve rekabetçi yapısı, ekonomik etkinliği artırırken, devletin sosyal refahı artırmaya yönelik müdahaleleri, temel ihtiyaçların karşılanması ve sosyal adaletin sağlanması destekler. Karma ekonomi, kaynakların verimli bir şekilde tahsis edilmesi ve toplumsal refahın artırılmasını hedefler (Biber, 2008, s. 60).

3.2.3. Planlı ekonomi ve ihtiyaç kavramı

Planlı ekonomi, ekonomik faaliyetlerin merkezi bir otorite tarafından planlandığı ve yönetildiği bir ekonomik sistemdir. Bu sistemde, üretim, dağıtım ve tüketim kararları piyasa mekanizmalarına bırakılmadan, devlet tarafından belirlenen planlar doğrultusunda gerçekleştirilir. Planlı ekonomi, kaynakların tahsisi ve ekonomik faaliyetlerin koordinasyonu açısından merkezi bir planlamayı esas alır. Bu bağlamda, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarının nasıl karşılandığı, merkezi otoritenin belirlediği hedefler ve politikalar doğrultusunda şekillenir (Murrell ve Olson, 1991, s.239-265).

İhtiyaç kavramı, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri, sağlıklı kalabilmeleri ve toplumsal hayata katılabilmeleri için karşılanması gereken temel gereksinimlerini ifade eder. Planlı ekonomi, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarının merkezi planlamayla en etkin şekilde karşılanmasını amaçlar. Merkezi otorite, ekonomik kalkınma, sosyal refah ve adil gelir dağılımı gibi hedeflere ulaşmak için kapsamlı planlar hazırlar ve bu planlar doğrultusunda ekonomik faaliyetleri yönlendirir (Evers, 2015, s.59-75).

Planlı ekonominin temel unsurlarından biri, kaynakların merkezi otorite tarafından tahsis edilmesidir. Merkezi planlama organı, ülkenin tüm ekonomik kaynaklarını (doğal kaynaklar, iş gücü, sermaye vb.) değerlendirir ve bu kaynakları toplumsal ihtiyaçlara göre tahsis eder. Bu süreçte, toplumsal ihtiyaçların belirlenmesi ve önceliklendirilmesi önemlidir. Merkezi otorite, toplumun genel refahını artırmak için eğitim, sağlık, altyapı ve sosyal hizmetler gibi temel ihtiyaçları karşılamak üzere kaynakları planlar. Örneğin, sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve kaliteli eğitim olanaklarının sağlanması, toplumsal refahın artırılması için planlı ekonomide öncelikli hedefler arasında yer alır (Evers, 2015, s.59-75).

Planlı ekonomide, üretim ve tüketim kararları merkezi planlama organı tarafından belirlenir. Bu süreçte, üretim hedefleri ve kaynak tahsisatı, toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda şekillendirilir. Merkezi planlama, piyasa ekonomisinin aksine,

bireysel çıkarların ve rekabetin yerine toplumsal ihtiyaçların ve ortak hedeflerin önceliklendirildiği bir sistemi benimser. Üretim planları, belirlenen ihtiyaçlara göre hazırlanır ve bu ihtiyaçların en etkin şekilde karşılanması amaçlanır. Bu bağlamda, planlı ekonomi, kaynakların israfını önlemek ve üretim süreçlerini optimize etmek için merkezi planlamayı kullanır (Murrel ve Olson, 1991, s.239-265).

Planlı ekonominin bir diğer önemli unsuru, gelir dağılımında adaletin sağlanmasıdır. Merkezi otorite, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmak ve sosyal adaleti sağlamak için çeşitli politikalar uygular. Sosyal güvenlik sistemleri, yoksullukla mücadele programları ve sosyal yardımlar gibi politikalar, toplumsal ihtiyaçların karşılanmasında ve sosyal refahın artırılmasında önemli rol oynar. Planlı ekonomi, bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasını ve herkesin asgari bir yaşam standardına ulaşmasını hedefler (Sen, 2000, s.59-85).

Planlı ekonominin avantajları arasında, ekonomik istikrarın sağlanması, kaynakların etkin ve verimli kullanımı, sosyal refahın artırılması ve gelir dağılımında adaletin sağlanması yer alır. Merkezi planlama, ekonomik dalgalanmaları ve krizleri minimize ederek ekonomik istikrarı sağlar. Ayrıca, planlı ekonomi, uzun vadeli kalkınma hedeflerine ulaşmak için kapsamlı ve koordineli planlar hazırlayarak kaynakların en etkin şekilde kullanılmasını sağlar. Sosyal refahın artırılması ve gelir dağılımındaki eşitsizliklerin azaltılması, planlı ekonominin temel hedefleri arasında yer alır ve bu hedefler, toplumsal ihtiyaçların karşılanmasında merkezi bir rol oynar. Bununla birlikte, planlı ekonominin bazı dezavantajları da vardır. Merkezi planlamanın esnek olmaması ve bürokratik yapının karmaşıklığı, ekonomik verimliliği olumsuz etkileyebilir. Merkezi otoritenin ekonomik karar alma süreçlerindeki hata ve eksiklikler, kaynakların yanlış tahsis edilmesine ve ekonomik etkinliğin azalmasına yol açabilir. Ayrıca, piyasa mekanizmalarının ve rekabetin yetersiz olduğu planlı ekonomilerde, yenilikçilik ve girişimcilik teşvik edilmez ve bu da ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Moroney ve Lovell, 1997, s.1084).

Merkezi otorite, kaynakların tahsisinden üretim ve tüketim kararlarına kadar tüm ekonomik faaliyetleri planlar ve yönetir. Bu süreçte, toplumsal ihtiyaçların belirlenmesi ve karşılanması merkezi planlamanın temel hedefi olarak ön plana çıkar. Planlı ekonomi, ekonomik istikrarın sağlanması, kaynakların etkin kullanımı ve sosyal refahın artırılması gibi avantajlar sunarken, esneklik eksikliği ve bürokratik karmaşıklık gibi

dezavantajlarla da karşı karşıyadır. İhtiyaç kavramı çerçevesinde planlı ekonomi, toplumsal refahın artırılması ve herkesin asgari yaşam standartlarına ulaşmasını hedefleyen bir sistem olarak önemli bir rol oynar (Evers, 2015, s.59-75).

3.3. İktisadi Davranış Teorileri ve İhtiyaç Kavramı

Bireylerin ve grupların ekonomik kararlarını nasıl aldığını anlamak için iktisadi davranış teorilerine odaklanmak gerekmektedir. Araştırmanın bu kısmında, rasyonel seçim teorisi, sınırlı rasyonellik ve davranışsal iktisat yaklaşımları incelenerek, bu teorilerin ihtiyaç kavramına nasıl yaklaştığı ve ekonomik davranışların ihtiyaçlar doğrultusunda nasıl şekillendiği analiz edilecektir.

3.3.1. Rasyonel Seçim Teorisi ve ihtiyaç kavramı

Rasyonel Seçim Teorisi, bireylerin karar alma süreçlerini ve ekonomik davranışlarını açıklamak için geliştirilmiş önemli bir iktisadi teoridir. Bu teori, bireylerin kendi çıkarlarını maksimize etmek amacıyla rasyonel ve mantıklı seçimler yaptığını varsayar. Rasyonel Seçim Teorisi, bireylerin sınırlı kaynakları en verimli şekilde kullanarak ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştığını ve bu süreçte marjinal fayda ve marjinal maliyet analizlerini dikkate aldığını öne sürer. İhtiyaç kavramı, bu teorinin merkezinde yer alır ve bireylerin karar alma süreçlerinde kritik bir rol oynar (Kirman, 2013, s. 70-71)

İhtiyaç kavramı, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri, sağlıklı kalabilmeleri ve toplumsal hayata katılabilmeleri için karşılanması gereken temel gereksinimlerini ifade eder. Rasyonel Seçim Teorisi, bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılamak için mevcut kaynaklarını nasıl kullanacaklarını belirlerken rasyonel davranış sergilediklerini varsayar. Bu bağlamda, bireyler ihtiyaçlarını karşılamak için farklı alternatifler arasında seçim yapar ve bu seçimleri yaparken marjinal fayda ve marjinal maliyet analizlerine dayanır (Kazak, 2021, s. 49-50).

Marjinal fayda, bir mal veya hizmetin ek biriminden elde edilen ek faydayı ifade ederken, marjinal maliyet, bu ek birim üretiminin getirdiği ek maliyeti ifade eder (Eğilmez, 2017, s. 54). Rasyonel bireyler, marjinal fayda marjinal maliyete eşit olana kadar kaynaklarını kullanmaya devam ederler. Bu noktada, bireyler maksimum faydayı

elde etmiş olurlar ve kaynaklarının en verimli şekilde kullanıldığını garanti ederler. Örneğin, bir tüketici, belirli bir bütçeyle farklı mal ve hizmetler arasında tercih yaparken, her bir mal veya hizmetin sağladığı marjinal faydayı ve bu mal veya hizmetlerin marjinal maliyetini değerlendirir (İnan ve Gül, 2022, s. 149)

Rasyonel Seçim Teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları tercihlerin yanı sıra, bu tercihlerin ardındaki motivasyonları ve karar alma süreçlerini de inceler. Bireyler, ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli faktörleri dikkate alır: kişisel zevkler, sosyal normlar, ekonomik koşullar ve geleceğe yönelik beklentiler. Rasyonel Seçim Teorisi, bireylerin bu faktörleri dikkate alarak en iyi kararı vermeye çalıştığını ve bu kararların ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılamaya yönelik olduğunu varsayar (Kitapçı, 2017, s. 86).

Teori, bireylerin karar alma süreçlerinde bilgiye erişimlerinin tam ve doğru olduğunu varsayar. Bu bilgi, bireylerin mevcut alternatifler arasından en uygun olanı seçmelerine yardımcı olur. Ancak, pratikte bireyler her zaman tam bilgiye sahip olmayabilir ve bilgi eksiklikleri, kararların rasyonelliğini etkileyebilir. Bu nedenle, Rasyonel Seçim Teorisi'nin idealize edilmiş varsayımları, gerçek hayatta bazı sınırlamalarla karşılaşabilir (İnan ve Gül, 2022, s. 152).

Rasyonel Seçim Teorisi, ekonomik davranışların ve piyasa dinamiklerinin anlaşılmasında da önemli bir rol oynar. Piyasa ekonomisinde, bireyler ve firmalar, kaynaklarını en verimli şekilde kullanarak ihtiyaçlarını karşılamaya çalışır. Bu süreçte, fiyat mekanizması, marjinal fayda ve marjinal maliyet analizleri, bireylerin ve firmaların kararlarını yönlendirir. Bireyler ve firmalar, rasyonel davranarak piyasada dengeyi sağlar ve kaynakların etkin bir şekilde tahsis edilmesine katkıda bulunur (Kazak, 2021, s. 51).

Bununla birlikte, Rasyonel Seçim Teorisi, bazı eleştirilerle de karşılaşır. Özellikle davranışsal iktisat, bireylerin her zaman rasyonel kararlar almadığını ve çeşitli bilişsel önyargılar, duygusal faktörler ve sosyal etkiler altında irrasyonel davranışlar sergileyebileceğini öne sürer. Bu eleştiriler, Rasyonel Seçim Teorisi'nin bireylerin gerçek davranışlarını tam olarak yansıtmayabileceğini ve bu nedenle bazı durumlarda sınırlı kalabileceğini gösterir (Kamber, 2018, s. 168).

Rasyonel Seçim Teorisi, aynı zamanda kamu politikalarının ve ekonomik düzenlemelerin tasarımında da önemli bir çerçeve sunar. Politikacılar ve düzenleyiciler, bireylerin ve firmaların rasyonel davranışlarını dikkate alarak ekonomik politikalar geliştirirler. Örneğin, vergi politikaları, sübvansiyonlar ve teşvikler, bireylerin ve firmaların rasyonel kararlarına dayanarak tasarlanır ve uygulanır. Bu politikalar, ekonomik etkinliği artırmayı ve toplumsal refahı sağlamayı hedefler (Yıldız, 2020, s. 151).

Marjinal fayda ve marjinal maliyet analizlerine dayanarak, bireyler kaynaklarını en verimli şekilde kullanarak maksimum faydayı elde etmeye çalışır. İhtiyaç kavramı, bu teorinin merkezinde yer alır ve bireylerin karar alma süreçlerinde kritik bir rol oynar. Ancak, bu teorinin idealize edilmiş varsayımları, gerçek hayatta bazı sınırlamalarla karşılaşabilir ve bireylerin irrasyonel davranışlarını tam olarak yansıtmayabilir. Buna rağmen, Rasyonel Seçim Teorisi, ekonomik analizler ve politika tasarımlarında önemli bir çerçeve sunar ve bireylerin ve firmaların kararlarını anlamada değerli bir araçtır (Kazak, 2021, s. 57-58).

3.3.2. Sınırlı rasyonellik

Geleneksel iktisadın varsayımlarından biri olan rasyonel insan, bireyi her zaman fayda maksimizasyonunu hedefleyen, akla uygun/akılcı davranan bir varlık olarak tanımlamakta, ölçümlenebilen/fark edilebilen değişkenlere göre bir bilgisayar gibi hesaplama yeteneğine sahip canlı olarak değerlendirmektedir. Ancak insanlar karar süreçlerinde çok küçük manipölasyonlardan, kararlarına ve hatta deneyimlerine etki eden çok küçük faktörlerden dahi etkilenebilmekte, kendileri için her zaman maksimum faydayı verecek seçimi gerçekleştirememektedirler. Bunun gibi rasyonel insan varsayımıyla çelişen durumlar “sınırlı rasyonellik” başlığı altında incelenmektedir. Sınırlı rasyonellik teorisi, bireylerin karar alma süreçlerinde tam rasyonel olmadıklarını, bilgi eksiklikleri, bilişsel sınırlamalar ve zaman kısıtları nedeniyle kısıtlı rasyonalite ile hareket ettiklerini öne sürer. Bu teori, klasik iktisadi teorilerin rasyonel birey varsayımına eleştirel bir yaklaşım getirir ve bireylerin gerçek dünyadaki karar alma süreçlerini daha iyi anlamamıza yardımcı olur (Yiğit ve Yiğit, 2019, 19). İhtiyaç kavramı çerçevesinde sınırlı rasyonellik, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamada karşılaştıkları kısıtlamaları ve bu kısıtlamaların kararlarını nasıl etkilediğini açıklar (Kaya ve Özçim, 2019, s. 7).

Sınırlı rasyonellik teorisi, bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılamak için optimal kararlar alamayabileceğini ve çeşitli kısıtlamalar nedeniyle bu kararların rasyonellikten sapabileceğini belirtir. Bu kısıtlamalar arasında bilgi eksiklikleri, bilişsel sınırlamalar, zaman baskısı ve karmaşık problemler yer alır (Kamber, 2018, s. 181).

Sınırlı rasyonellik kavramını ilk olarak Herbert Simon ortaya atmıştır. Simon, bireylerin karar alma süreçlerinde "tatmin edici" zmler aradığını ve "optimal" zmler yerine "yeterli" zmler bulmaya çalıştığını ne sürmüştür. Bu, bireylerin tam rasyonel olma kapasitesine sahip olmadıklarını ve kararlarını verirken çeşitli kısıtlamalarla karşılaştıklarını gösterir. Bireyler, ihtiyaçlarını karşılamak için en iyi çözümü bulmaya çalışsalar da, sınırlı bilgi, bilişsel kapasite ve zaman nedeniyle genellikle tatmin edici çözümlerle yetinirler (Alagöz ve Farzam, 2022, s. 9-10).

Sınırlı rasyonellik, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamada çeşitli kısıtlamalarla yüzleşmelerine neden olur. Örneğin, bir birey, hangi sağlık sigortası planının kendisi için en uygun olduğunu belirlemeye çalışırken, mevcut tüm planlar hakkında tam bilgiye sahip olmayabilir ve bu bilgiyi değerlendirme kapasitesi sınırlı olabilir. Bu durumda, birey, tüm seçenekleri değerlendirmek yerine, belirli bir düzeyde tatmin sağlayan bir planı seçer. Bu seçim, optimal olmayabilir, ancak bireyin bilişsel ve bilgi kısıtlamaları göz önüne alındığında yeterli bir çözüm olarak kabul edilir (Yeşildağ, 2022, s. 147).

Sınırlı rasyonellik teorisi, bireylerin karar alma süreçlerinde bilgi asimetrisi ve belirsizlik gibi faktörlerin rol oynadığını da vurgular. Bilgi asimetrisi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan bilgilere eşit erişimlerinin olmaması durumunu ifade eder. Bu durum, bireylerin rasyonel kararlar almasını zorlaştırır ve genellikle eksik veya yanlış bilgiye dayanarak kararlar almalarına neden olur. Örneğin, bir tüketicisi, bir ürünün kalitesi hakkında tam bilgiye sahip olmayabilir ve bu nedenle yanlış bir seçim yapabilir. Belirsizlik ise, gelecekteki olayların ve sonuçların tahmin edilememesi durumunu ifade eder. Belirsizlik altında, bireyler karar alırken riskleri değerlendirme ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayacak stratejileri değerlendirme konusunda zorluklarla karşılaşır (şen ve Ayan, s. 10-11).

Sınırlı rasyonellik, aynı zamanda bireylerin bilişsel önyargılar ve duygusal faktörler nedeniyle rasyonel olmayan kararlar alabileceğini de belirtir. Bilişsel

önyargılar, bireylerin bilgi işleme süreçlerinde sistematik hatalar yapmasına neden olur. Örneğin, "onaylama önyargısı" bireylerin mevcut inançlarını doğrulayan bilgileri tercih etmelerine ve bu inançlarla çelişen bilgileri göz ardı etmelerine yol açar. Bu tür önyargılar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılarken rasyonel olmayan seçimler yapmasına neden olabilir. Duygusal faktörler de karar alma süreçlerinde önemli bir rol oynar. Stres, kaygı ve diğer duygusal durumlar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için aldıkları kararları etkileyebilir ve rasyonellikten sapmalara neden olabilir (Yiğit, 2019, s. 106).

Sınırlı rasyonellik teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamada karşılaştıkları zorlukları ve bu zorlukların karar alma süreçlerini nasıl şekillendirdiğinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu teori, ekonomik davranışları daha gerçekçi bir şekilde analiz etmeyi ve politika yapıcıların bireylerin gerçek dünya koşullarında nasıl davrandığını dikkate alarak daha etkili politikalar geliştirmesini sağlar. Örneğin, sağlık, eğitim ve tüketici koruma gibi alanlarda, sınırlı rasyonellik teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için bilgiye erişimlerini artırmayı, bilişsel önyargıları azaltmayı ve duygusal destek sağlamayı hedefleyen politikaların geliştirilmesine katkıda bulunur. Sınırlı rasyonellik teorisi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için rasyonel olmayan kararlar alabileceğini ve bu kararların çeşitli kısıtlamalar, bilgi eksiklikleri, bilişsel önyargılar ve duygusal faktörler tarafından şekillendiğini öne sürer. İhtiyaç kavramı çerçevesinde, sınırlı rasyonellik, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları ve bu zorlukların ekonomik davranışları nasıl etkilediğini anlamamıza yardımcı olur. Bu teori, bireylerin karar alma süreçlerini daha gerçekçi bir şekilde analiz etmeyi ve politika yapıcıların bireylerin ihtiyaçlarını daha etkili bir şekilde karşılamak için uygun politikalar geliştirmesini sağlar (Öztürk, 2017, s. 69-70).

3.3.3. Davranışsal iktisat yaklaşımları

Davranışsal iktisat, bireylerin ekonomik kararlarını ve davranışlarını anlamak için psikoloji ve iktisat bilimlerini birleştiren bir yaklaşımdır. İktisat bilimi insanın ekonomik tercihleri ve seçimleriyle ilgilenirken, psikoloji bilimi insan davranışları ve bu davranışların nedenleriyle ilgilenmektedir. Bu disiplin, bireylerin her zaman tam rasyonel davranmadığını ve karar alma süreçlerinde çeşitli bilişsel önyargılar, duygusal faktörler ve sosyal etkiler altında kaldığını öne sürer. Davranışsal iktisat yaklaşımları, ihtiyaç kavramı çerçevesinde bireylerin nasıl davrandığını ve bu davranışların ekonomik

sonuçlarını inceleyerek, klasik iktisat teorilerinin eksik kaldığı noktaları tamamlar (Toigonbaeva ve Eser, 2011, s. 288).

Davranışsal iktisat, bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılamak için nasıl kararlar aldıklarını ve bu süreçte hangi faktörlerden etkilendiklerini analiz eder. Ekonomik psikoloji tercihler, seçimler, kararlar ve bunu etkileyen faktörler, aynı zamanda ihtiyaçların tatminiyle ilgili karar ve seçimlerle uğraşmaktadır şeklindedir. Bu analiz, bireylerin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamalarını engelleyen bilişsel ve duygusal engelleri anlamamıza yardımcı olur (Küçüksucu vd. 2017, s. 271).

Davranışsal iktisat standart karar verme sürecinden sapmaların; standart olmayan tercihler, doğru olmayan inanışlar ve sistematik önyargılar olduğunu ileri sürmekte ve rasyonellik varsayımına psikolojik temelli matematiksel alternatifler önermektedir. Bu yaklaşımın temel prensiplerinden biri, sınırlı rasyonellik kavramıdır. Bireyler, sınırlı bilgi, bilişsel kapasite ve zaman nedeniyle optimal kararlar alamayabilirler. Bu durumda, bireyler ihtiyaçlarını karşılamak için "tatmin edici" kararlar alırlar ve bu kararlar genellikle rasyonel seçim teorisinin öngördüğü optimal çözümlerden sapar. Örneğin, bir birey, sağlık sigortası seçerken tüm alternatifleri değerlendirmek yerine, ilk bulduğu ve yeterince iyi gördüğü bir planı seçebilir. Bu durum, bireyin bilgi eksiklikleri ve zaman kısıtları nedeniyle rasyonel olmayan bir seçim yapmasına yol açar (Kitapçı, 2017, s. 90).

Davranışsal iktisat, bilişsel önyargıların bireylerin kararlarını nasıl etkilediğini de inceler. Bilişsel önyargılar, bireylerin bilgi işleme süreçlerinde sistematik hatalar yapmasına neden olan düşünce kalıplarıdır. Örneğin, "çerçeveleme etkisi" (framing effect), bireylerin aynı bilgiyi farklı şekillerde sunulduğunda farklı algılamalarına ve kararlar almalarına neden olur. Örneğin; ülkenin ölümcül bir hastalıkla karşılaşacağı, bunun için iki programdan birinin uygulanmak üzere seçilmesi gerektiği bilgisi verilmiştir. Katılımcılardan A ve B programı arasında bir tercih yapmaları istenmiştir. Bu programlar:

A: Kesin 200 kişi kurtarılacak.

B: 1/3 olasılıkla 600 kişi kurtulacak, 2/3 olasılıkla kimse kurtarılmayacak.

Deneyin sonucunda katılımcıların %72 si A programını seçmiştir. Bu sonuç, bireylerin risk içeren durumlarda kaybetme ihtimaline karşı aşırı duyarlılıklarının bir göstergesidir. Beklenen fayda modeline göre yapılan hesaplamada A ve B programları arasında bireyin bir fark görmeyeceği öngörülse de katılımcılar risk ve belirsizlik durumlarında kesin kazancın değeri daha büyüktür; çünkü birey, mevcut durumundan daha kötüye gitmek istemez. Deney bu kez farklılaştırılarak tekrarlanmıştır:

C: Kesin olarak 400 kişi ölecek

D: 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek, 2/3 olasılıkla 600 kişi ölecek

Bu deneyin sonucunda katılımcıların %78'i D programını seçmiştir. A ve B programları kurtarma gücünü gösterirken; C ve D programları kurtaramama durumunu göstermektedir. Bireyler kesin olarak kazanabilecekleri durumda riskten kaçınırken, kesin kaybetme durumu söz konusu iken risk yanlısı olmuşlardır. A ve C, B ve D aynı durumu aynı olasılıklar betimlemiş ancak farklı kelimeler kullanmışlardır. Sunumda ki farklılık, çerçeveleme etkisini doğrulamaktadır (Kamber, 2018, s. 189-190).

Benzer şekilde, "çapa etkisi" (anchoring effect), bireylerin başlangıçta verilen bir bilgiye dayanarak kararlarını şekillendirmelerine yol açar. Bu önyargılar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılarken rasyonel olmayan kararlar almalarına neden olabilir.

Örneğin; arkadaşımız bize dünyada İngilizce konuşan ne kadar insan vardır diye sordu ve ipucu olarak da 500.000'den fazla kişi vardır dedi. Biz de bu ipucuna istinaden 500.000 çevresinde sayılar söyleriz (Şeker, 2023, s. 42).

Davranışsal iktisat, ayrıca duygusal faktörlerin karar alma süreçlerindeki rolünü vurgular. Duygular, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için aldıkları kararları önemli ölçüde etkileyebilir. Bireylerin sosyal, ekonomik hareketleri toplumdaki diğer bireylerin hareketlerinden ve duygularından etkilenir ve onları da etkiler (Zengi, 2022, s. 4). Örneğin; bazen iyi hissetmek, mutlu olmak, aşırı özgüven duymak ve aşırı iyimserlik bazen de çevresinden etkilendiği için satın alma davranışı gösteren kişilerin duygularını eyleme dökmek istediği tüketime yönelebilir (Aygün, 2021, s. 89).

Sosyal etkiler de davranışsal iktisat yaklaşımlarında önemli bir yer tutar. Bireylerin kararları, sosyal çevrelerinden ve toplumsal normlardan büyük ölçüde

etkilenir. Sosyal öğrenme, taklit ve uyma gibi davranışlar, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde belirleyici olabilir. Örneğin, bir birey, arkadaşlarının veya ailesinin tercihlerini dikkate alarak bir ürün veya hizmeti seçebilir. Bu sosyal etkiler, bireylerin ihtiyaçlarını karşılarken rasyonel olmayan seçimler yapmalarına neden olabilir (Mammadli, 2022, s. 60-61).

Davranışsal iktisat, bireylerin karar alma süreçlerindeki bu sapmaları ve önyargıları anlayarak, politika yapıcıların ve işletmelerin daha etkili stratejiler geliştirmesine yardımcı olabilir. Örneğin, "nudging" olarak bilinen davranışsal müdahaleler, bireylerin rasyonel olmayan davranışlarını yönlendirmek için tasarlanmıştır. Nudging, bireylerin seçim mimarisini değiştirerek, daha rasyonel ve ihtiyaçlarına daha uygun kararlar almalarını teşvik eder. Örneğin, bir sağlık programı kapsamında bireylere sağlıklı beslenme seçeneklerini daha görünür ve erişilebilir kılmak, sağlıklı beslenme alışkanlıklarını teşvik edebilir (Serim ev Küçükşenel ,2020, s. 539).

Davranışsal iktisat yaklaşımları, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde rasyonel olmayan davranışlarını ve bu davranışların altında yatan bilişsel, duygusal ve sosyal faktörleri inceleyerek, klasik iktisat teorilerinin eksik kaldığı noktaları tamamlar. İhtiyaç kavramı çerçevesinde, davranışsal iktisat, bireylerin gerçek dünya koşullarında nasıl davrandığını ve bu davranışların ekonomik sonuçlarını anlamamıza yardımcı olur. Bu yaklaşımlar, politika yapıcıların ve işletmelerin daha etkili ve insan odaklı stratejiler geliştirmesine olanak tanır ve toplumsal refahın artırılmasına katkıda bulunur (Bakırcı vd. 2021, s. 1236-1237).

3.4. Piyasa Yapıları ve İhtiyaç Kavramı

Çalışmada farklı piyasa yapılarını ve bu yapıların ihtiyaçları karşılama biçimlerini değerlendirmek için tam rekabet, monopol, oligopol ve tekelci rekabet gibi piyasa yapıları ele alınarak, bu yapıların ihtiyaç kavramını nasıl etkilediği ve ekonomik aktörlerin ihtiyaçlarını nasıl karşıladığı tartışılacaktır.

3.4.1. Tam rekabet ve ihtiyaç kavramı

Tam rekabet piyasası, iktisadi teorisinin en idealize edilmiş piyasa yapılarından biridir ve birçok iktisat teorisinin temelini oluşturur. Bu piyasa yapısında, çok sayıda alıcı ve satıcı bulunur, ürünler homojendir ve piyasaya giriş-çıkış serbesttir. Ayrıca, tam bilgiye erişim ve maliyetlerin sıfır olduğu varsayılır. Tam rekabet piyasası, kaynakların en etkin şekilde tahsis edildiği ve bireylerin ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılandığı bir piyasa yapısını simgeler (Taşdelen vd. 2015, s. 154-155). Bu bağlamda, ihtiyaç kavramı çerçevesinde tam rekabet piyasasının işleyişi ve sonuçları üzerinde durulacaktır.

Tam rekabet piyasası, bu ihtiyaçların karşılanmasında etkin ve verimli bir yapı sunar. Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının bulunması, rekabeti artırır ve bu da ürün ve hizmetlerin kalitesinin artmasına ve fiyatlarının düşmesine yol açar. Rekabet, firmaları daha verimli üretim yöntemleri kullanmaya ve inovasyon yapmaya teşvik eder, bu da tüketicilerin ihtiyaçlarını daha iyi ve uygun maliyetlerle karşılamalarını sağlar (Sabır, 2013, s. 64).

Tam rekabet piyasasında, fiyatlar arz ve talep güçleri tarafından belirlenir ve bu fiyatlar, hem tüketicilere hem de üreticilere doğru sinyaller gönderir. Tüketiciler, ihtiyaçlarını karşılamak için en uygun fiyatlı ve kaliteli ürünleri seçerlerken, üreticiler de hangi ürün ve hizmetlerin daha fazla talep edildiğini ve hangi fiyat seviyelerinde üretim yapmaları gerektiğini anlarlar. Bu durum, kaynakların en etkin şekilde tahsis edilmesini sağlar ve piyasa dengesi, bireylerin ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılandığı bir durumu yansıtır (Öztürk, 2004, s. 173).

Tam rekabet piyasasında, homojen ürünlerin bulunması, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada geniş bir seçenek yelpazesine sahip olmalarını sağlar. Homojenlik özelliği bulunan bir piyasada belirli bir mal veya hizmeti üreten çok sayıda firma olsa da her birimin arasında ne objektif olarak ne de subjektif olarak bir fark bulunmamaktadır (Toprak, 2014, s. 72-73). Bu durum, tüketicilerin belirli bir ürün veya hizmet için aşırı fiyat ödemek zorunda kalmadan, ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri anlamına gelir. Ürün homojenliği, aynı zamanda fiyatların rekabetçi düzeyde kalmasını sağlar ve tüketicilerin ihtiyaçlarını en uygun maliyetlerle karşılamalarına olanak tanır.

Tam rekabet piyasasında piyasaya giriş ve çıkışın serbest olması, yeni firmaların piyasaya girmesine ve mevcut firmaların piyasadaki çıkmasına olanak tanır. Bu durum, piyasa dinamiklerinin sürekli değişmesine ve yeniliklerin hızla yayılmasına katkıda bulunur. Yeni firmaların piyasaya girişi, rekabeti artırır ve bu da tüketicilerin daha fazla seçenek ve daha iyi fiyatlar ile ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlar. Aynı şekilde, verimsiz firmaların piyasadaki çıkması, kaynakların daha verimli firmalara yönlendirilmesine ve genel ekonomik etkinliğin artmasına katkıda bulunur (Kevuk, 2006, s. 337).

Tam rekabet piyasasında tam bilgiye erişim, tüketicilerin ve üreticilerin rasyonel kararlar almasına olanak tanır. Tüketiciler, ihtiyaçlarını karşılamak için en iyi seçenekleri değerlendirebilirken, üreticiler de en verimli üretim yöntemlerini ve fiyatlandırma stratejilerini belirleyebilir. Tam bilgiye erişim, piyasa şeffaflığını artırır ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde daha bilinçli kararlar almasını sağlar (Taşdelen vd. 2015, s. 155).

Ancak, tam rekabet piyasası idealize edilmiş bir yapıdır ve gerçek dünyada tam rekabetin tüm koşullarının sağlanması zordur. Gerçek piyasalarda bilgi asimetrisi, ürün farklılaştırması, piyasa giriş engelleri ve diğer rekabet kısıtlamaları gibi faktörler bulunur. Bu durumlar, tam rekabet piyasasının teorik faydalarının tam anlamıyla gerçekleşmesini engelleyebilir. Örneğin, bilgi asimetrisi, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için doğru ve yeterli bilgiye sahip olmamalarına ve bu nedenle yanlış kararlar almalarına neden olabilir. Ürün farklılaştırması ise, firmaların ürünlerini farklılaştırarak monopolistik avantaj elde etmelerine ve fiyatları yükseltmelerine yol açabilir (Öztürk ve Bayraktar, 2009, s. 75-76).

Tam rekabet piyasası, ihtiyaç kavramı çerçevesinde, bireylerin ihtiyaçlarını en etkin ve verimli şekilde karşılamalarını sağlayan ideal bir piyasa yapısını temsil eder. Rekabet, fiyat mekanizması, homojen ürünler, serbest piyasa giriş-çıkışı ve tam bilgiye erişim, bu piyasa yapısının temel unsurlarıdır. Ancak, gerçek dünyada tam rekabetin tüm koşullarının sağlanması zor olduğundan, piyasa yapıları genellikle tam rekabetin idealinden sapar. Bu sapmalar, ekonomik etkinliği ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerini olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, politika yapıcılar ve düzenleyiciler, piyasa yapılarının etkinliğini artırmak ve tüketicilerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için müdahalelerde bulunabilirler.

3.4.2. Monopol – oligopol ve ihtiyaç kavramı

İktisadi piyasa yapıları, mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimini belirleyen temel dinamikleri içerir. Piyasa yapıları, rekabetin derecesine ve piyasadaki firma sayısına bağlı olarak çeşitlilik gösterir. Monopol ve oligopol, piyasa yapılarını anlamada ve bireylerin ihtiyaçlarının nasıl karşılandığını analiz etmede önemli iki yapıdır. İhtiyaç kavramı çerçevesinde bu yapıların nasıl işlediğini ve tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerini nasıl etkilediğini incelemek, ekonomik analizler ve politika önerileri açısından büyük önem taşır.

- **Monopol ve ihtiyaç kavramı**

Monopol, bir piyasada yalnızca bir firmanın mal veya hizmet ürettiği ve bu firmanın piyasayı tamamen kontrol ettiği bir piyasa yapısıdır. Monopol piyasasında rekabetin olmaması, firmanın fiyat belirleme gücüne sahip olmasını sağlar (etintaş ve Biil, 2015, s. 2-3) ve bu durum tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada bazı olumsuz sonuçlara yol açabilir.

Monopol piyasasında firmanın fiyat belirleme gücüne sahip olması, genellikle yüksek fiyatlar ve düşük üretim seviyeleri ile sonuçlanır. Bu durum, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde dezavantajlı bir konuma düşmesine neden olur. Yüksek fiyatlar, tüketicilerin belirli mal ve hizmetlere erişimini kısıtlar ve ihtiyaçlarının tam anlamıyla karşılanmasını engeller. Ayrıca, monopol durumunda ürün kalitesi ve inovasyon konusunda teşvikler azalabilir, çünkü firma rekabet baskısı hissetmediği için maliyetleri düşürme ve ürün kalitesini artırma konusunda daha az motive olabilir (Kevük, 2006, s. 338).

Monopol piyasasında tüketici refahı azalırken, monopolist firma aşırı kar elde edebilir. Bu durum, gelir dağılımında adaletsizliklere yol açabilir ve sosyal refahın azalmasına neden olabilir (etintaş ve Bicil, 2015, s. 6). Monopol piyasalarının bu olumsuz etkilerini minimize etmek için devlet müdahaleleri gerekebilir. Devlet, fiyat düzenlemeleri, kalite kontrolleri ve tekel karşıtı yasalar ile monopolist uygulamaları dengeleyebilir ve tüketicilerin ihtiyaçlarının daha adil ve etkin bir şekilde karşılanmasını sağlayabilir (Öztürk ve Bayraktar, 2009, s. 91-92).

- **Oligopol ve ihtiyaç kavramı**

Oligopol, birkaç firmanın piyasaya hâkim olduğu ve bu firmaların birbirlerinin davranışlarını dikkate alarak kararlar aldığı bir piyasa yapısıdır. Üreticilerin, birbirlerinin ne yaptığını dikkate alamayacakları kadar çok sayıda bulunduğu tam rekabet piyasası bir uçta; pazarın tek hâkimi monopol diğer uçta yer alırken, bunların arasında alıcı ve satıcıların sayılarına göre diğer piyasalar serpiştirilmiş durumdadır. Oligopol bu piyasa türlerinden biridir (Ertürk, 2006, s. 163). Oligopol piyasalarında rekabet vardır, ancak bu rekabet sınırlıdır ve firmalar arasında fiyat savaşları veya kartel anlaşmaları gibi stratejik etkileşimler görülebilir.

Oligopol piyasalarında, firmaların karşılıklı bağımlılığı, fiyat ve üretim kararlarını karmaşık hale getirir. Firmalar genellikle fiyat rekabetinden kaçınarak, reklam ve ürün farklılaştırması gibi stratejilerle rekabet etmeyi tercih ederler. Bu durum, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada bazı avantajlar ve dezavantajlar yaratabilir. Örneğin, oligopol piyasalarında firmalar ürün kalitesini artırma ve yenilik yapma konusunda teşvik edilirler, çünkü bu tür stratejilerle rakiplerine karşı rekabet avantajı elde edebilirler. Bu durum, tüketicilerin daha kaliteli ve çeşitli ürünlere erişimini sağlayabilir (Dönmez, 2019, s. 7).

Ancak, oligopol piyasalarında firmalar arasında fiyat anlaşmaları veya kartel oluşturma riski de vardır. Bu tür uygulamalar, fiyatların yüksek seviyelerde sabitlenmesine ve tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada olumsuz sonuçlara yol açabilir. Fiyatların yüksek olması, tüketicilerin belirli mal ve hizmetlere erişimini kısıtlar ve ihtiyaçlarının tam anlamıyla karşılanmasını engeller. Ayrıca, oligopol piyasalarında yoğun reklam ve pazarlama faaliyetleri, tüketicilerin ihtiyaçlarını doğru değerlendirmelerini zorlaştırabilir ve irrasyonel tüketim davranışlarına yol açabilir (Özbek ve Fidan, 2016, s. 150).

Oligopol piyasalarının olumsuz etkilerini azaltmak için devletin rolü önemlidir. Devlet, tekel karşıtı düzenlemeler, rekabet yasaları ve tüketici koruma politikaları ile oligopol firmalarının rekabeti sınırlayıcı uygulamalarını engelleyebilir ve piyasanın daha rekabetçi ve tüketici dostu olmasını sağlayabilir. Ayrıca, devlet, tüketici eğitim programları ve bilgi erişim politikaları ile tüketicilerin ihtiyaçlarını daha bilinçli bir şekilde karşılamalarına yardımcı olabilir (Öztürk ve Bayraktar, 2009, s. 90).

Monopol ve oligopol piyasa yapıları, bireylerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerini önemli ölçüde etkiler. Monopol piyasalarında tek bir firmanın fiyat belirleme gücüne sahip olması, yüksek fiyatlar ve düşük üretim seviyeleri ile sonuçlanarak tüketici refahını azaltabilir. Oligopol piyasalarında ise, birkaç firmanın stratejik etkileşimleri, ürün kalitesini artırabilir ve yenilikçiliği teşvik edebilir, ancak fiyat anlaşmaları ve kartel riski tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama süreçlerinde olumsuz sonuçlar doğurabilir. Her iki piyasa yapısında da devlet müdahaleleri, tüketici refahını artırmak ve ihtiyaçların daha adil ve etkin bir şekilde karşılanmasını sağlamak için kritik bir rol oynar.

3.4.3. Tekelci rekabet ve ihtiyaç kavramı

Tekelci rekabet, bir piyasa yapısı olarak hem tam rekabet hem de monopol piyasa yapılarının özelliklerini bünyesinde barındırır. Bu piyasa yapısında birçok firma bulunur ve her firma kendi ürününü farklılaştırarak belirli bir piyasa gücüne sahip olur. Tekelci rekabet piyasalarında ürün farklılaştırması, firmaların fiyatlandırma stratejilerinde ve tüketici tercihlerini şekillendirmede önemli bir rol oynar (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011, s. 202). İhtiyaç kavramı çerçevesinde, tekelci rekabet piyasasının nasıl işlediğini ve bu piyasada tüketicilerin ihtiyaçlarını nasıl karşıladığını incelemek, ekonomik analizler ve politika önerileri açısından büyük önem taşır.

- **İhtiyaç kavramı ve tekelci rekabetin temel özellikleri**

İhtiyaç kavramı, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri, sağlıklı kalabilmeleri ve toplumsal hayata katılabilmeleri için karşılanması gereken temel gereksinimlerini ifade eder (Sarıpek, 2017, s. 47). Tekelci rekabet piyasasında, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için geniş bir ürün yelpazesi ve farklılaştırılmış seçenekler bulunur. Bu piyasa yapısında her firma, kendi ürününü diğerlerinden ayıran belirli özellikler sunar. Ürün farklılaştırması, tüketicilerin çeşitli ihtiyaçlarını ve tercihlerini karşılamada önemli bir rol oynar (Yaman, 2023, s. 45).

Tekelci rekabet piyasasında birçok firma bulunur ve her biri kendi ürününü belirli bir müşteri kitlesine pazarlamaya çalışır. Bu durum, firmaların belirli bir piyasa gücüne sahip olmalarını sağlar ve fiyatları belirlerken esneklik kazandırır. Ürün farklılaştırması, markalaşma, kalite, tasarım, özellikler ve müşteri hizmetleri gibi çeşitli

unsurlar üzerinden gerçekleşir. Tüketiciler, kendi ihtiyaçlarına ve tercihlerine en uygun ürünü seçme imkanına sahip olurken, firmalar da rekabet avantajı elde etmek için sürekli yenilik yapar ve ürünlerini geliştirir (Şengök, 2006, s. 2-3).

- **Tekelci rekabet ve tüketici ihtiyaçlarının karşılanması**

Tekelci rekabet piyasasında ürün farklılaştırmasının varlığı, tüketicilerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamalarını sağlar. Tüketiciler, farklı firmaların sunduğu çeşitli ürünler arasından kendi ihtiyaçlarına en uygun olanını seçebilirler. Bu durum, tüketici refahını artırır ve bireylerin yaşam kalitesini yükseltir. Örneğin, gıda sektöründe birçok firma, farklı tat, besin değeri ve ambalaj seçenekleri sunarak tüketicilerin çeşitli beslenme ihtiyaçlarını karşılamaya çalışır. Benzer şekilde, elektronik eşya sektöründe firmalar, farklı özelliklere ve fiyat aralıklarına sahip ürünler sunarak tüketicilerin teknoloji ihtiyaçlarını ve bütçelerini dikkate alır. Tekelci rekabette tüketicilerin ihtiyaçlarına en iyi cevap verebilecek mal ve hizmet üretim çabalarının teknik gelişmeyi uyurabileceği ileri sürülmektedir (Demirtaş, 1999, s. 33).

Tekelci rekabet piyasasında firmalar, ürünlerini farklılaştırarak ve yenilik yaparak rekabet avantajı elde etmeye çalışırlar. Bu rekabet, ürün kalitesini artırır ve tüketicilere daha geniş seçenekler sunar. Yenilikçilik ve sürekli iyileştirme çabaları, tüketicilerin değişen ihtiyaçlarına ve taleplerine hızlı bir şekilde cevap verilmesini sağlar. Örneğin, akıllı telefon piyasasında firmalar, yeni teknolojiler ve özellikler sunarak tüketicilerin iletişim, eğlence ve bilgiye erişim ihtiyaçlarını karşılamada daha etkili çözümler sunar. Ancak, tekolci rekabet piyasasında firmaların fiyat belirleme gücüne sahip olması, bazı dezavantajları da beraberinde getirebilir. Ürün farklılaştırması nedeniyle firmalar, fiyatlarını rekabetçi seviyelerin üzerinde belirleyebilir ve bu durum, bazı tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada zorluk yaşamalarına neden olabilir. Yüksek fiyatlar, özellikle düşük gelirli tüketicilerin belirli ürünlere erişimini kısıtlayabilir ve bu da sosyal adalet ve eşitlik açısından sorunlara yol açabilir. Ayrıca, yoğun reklam ve pazarlama faaliyetleri, tüketicilerin rasyonel kararlar almasını zorlaştırabilir ve ihtiyaçlarını doğru bir şekilde değerlendirmelerini engelleyebilir (Yılmaz, 2019, s. 47-48).

- **Tekelci rekabet ve devlet müdahaleleri**

Tekelci rekabet piyasasının olumsuz etkilerini minimize etmek ve tüketici refahını artırmak için devletin rolü önemlidir. Devlet, rekabeti teşvik eden politikalar ve düzenlemeler uygulayarak piyasa yapısının etkinliğini artırabilir. Rekabet yasaları ve düzenlemeler, firmaların fiyat belirleme gücünü sınırlayarak tüketicilerin ihtiyaçlarını daha adil ve makul fiyatlarla karşılamalarını sağlayabilir. Ayrıca, tüketici koruma politikaları ve bilgilendirme programları, tüketicilerin daha bilinçli kararlar almasına yardımcı olabilir (Demirtaş, 1999, s. 31-32).

Devlet, ayrıca, düşük gelirli tüketicilerin temel ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlamak için sosyal politikalar uygulayabilir. Sosyal yardım programları, sübvansiyonlar ve kamu hizmetleri, sosyal adaleti sağlamak ve tüm bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini temin etmek için kullanılabilir. Örneğin, eğitim ve sağlık hizmetlerinin ücretsiz veya düşük maliyetli olarak sunulması, tüm bireylerin bu temel ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlar ve toplumsal refahı artırır. Tekelci rekabet piyasası, ihtiyaç kavramı çerçevesinde, bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için geniş bir ürün yelpazesi ve farklılaştırılmış seçenekler sunan bir piyasa yapısıdır. Ürün farklılaştırması, tüketicilerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamalarını sağlarken, rekabetin varlığı, yenilikçilik ve ürün kalitesini artırır. Ancak, tekelci rekabet piyasasında firmaların fiyat belirleme gücüne sahip olması, bazı tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada zorluk yaşamalarına neden olabilir. Bu nedenle, devlet müdahaleleri, rekabeti teşvik etmek, fiyatları dengelemek ve tüketici koruma politikaları ile tekelci rekabet piyasasının olumsuz etkilerini minimize etmek açısından kritik bir rol oynar (Aktan ve Özkıvrak, 2008, s. 19-20).

4. İHTİYAÇ KAVRAMININ İKTİSADİ TEORİ AÇISINDAN İNCELENMESİNE YÖNELİK LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Araştırmanın kuramsal çerçevesinin açıklandığı bölümde ihtiyaç kavramının teorik temellerini ve farklı iktisadi yaklaşımlar çerçevesinde nasıl ele alındığı incelenmektedir. Klasik, neo-klasik, davranışsal ve heterodoks iktisat teorileri bağlamında ihtiyaçların nasıl tanımlandığını ve hiyerarşi modelleri üzerinden bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarını nasıl önceliklendirdiği incelenerek; iktisadi sistemlerin ihtiyaçları karşılama biçimleri ile piyasa yapılarının bu süreçteki rolü değerlendirilmiştir.

Araştırmanın uygulama bölümünde ise, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini daha derinlemesine inceleyerek, literatürdeki yaklaşımları ve bulgular değerlendirilecektir. Bu amaçla, ihtiyaç kavramının tarihsel gelişimini, çeşitli iktisadi teorilerdeki yorumlanış biçimleri ve bu kavramın ekonomik analizlerdeki uygulamalarını kapsamlı bir şekilde ele alınmaya çalışılacaktır. Literatür taraması yöntemiyle gerçekleştirilecek bu çalışma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki önemini ve bu kavrama ilişkin teorik çerçevelerin nasıl şekillendiğini ortaya koymayı hedeflemektedir.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini derinlemesine incelemektir. İhtiyaçlar, bireylerin ekonomik davranışlarını ve karar alma süreçlerini şekillendiren temel unsurlar olarak kabul edilir. Bu bağlamda, ihtiyaç kavramının iktisadi teori içerisinde nasıl tanımlandığı, sınıflandırıldığı ve analiz edildiği araştırmanın odak noktalarından biridir. Araştırma, ihtiyaçların bireylerin ekonomik tercihleri üzerindeki etkilerini ve farklı iktisadi modellerde nasıl ele alındığını inceleyerek, ihtiyaç kavramının iktisadi teoriye katkılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu amaca ulaşmak için, araştırma çeşitli iktisadi teoriler ve piyasa yapıları çerçevesinde ihtiyaç kavramını ele alacaktır. İhtiyaçların belirlenmesi ve karşılanmasında kullanılan iktisadi modellerin ve yaklaşımların incelenmesi, bireylerin ekonomik davranışlarının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca, farklı piyasa

yapılarının (tam rekabet, monopol, oligopol, tekelci rekabet) ihtiyaçları nasıl karşıladığını ve bu yapıların tüketicici refahı üzerindeki etkilerini değerlendirmek, araştırmanın bir diğer önemli hedefidir.

Araştırma, ihtiyaç kavramının teorik çerçevesini oluşturarak, bu kavramın tanımı, sınıflandırılması ve iktisadi teori içindeki yerini detaylandırmayı amaçlamaktadır. Farklı iktisadi teorilerde (Klasik, Neo-klasik, Davranışsal İktisat vb.) ihtiyaç kavramının ele alınış biçimleri ve bu ihtiyaçların bireylerin ekonomik karar alma süreçlerindeki rolü ve önemi incelenecektir. Bu kapsamda, ihtiyaçların bireylerin ve toplumların ekonomik refahını nasıl etkilediği değerlendirilecektir.

Ayrıca, araştırma, tam rekabet, monopol, oligopol ve tekelci rekabet gibi farklı piyasa yapılarının ihtiyaçları karşılama konusundaki etkinliklerini incelemeyi hedeflemektedir. Bu piyasa yapılarının tüketicici refahı üzerindeki etkileri analiz edilerek, hangi piyasa yapılarının ihtiyaçları daha etkin bir şekilde karşıladığı ve ekonomik etkinliği nasıl sağladığı değerlendirilecektir.

Araştırmada yöntem olarak literatür araştırması tercih edilmektedir. Bu nedenle, uygulamalı analizler yerine mevcut literatürde yer alan teorik ve ampirik çalışmalardan yararlanılacaktır. Bu yaklaşım, ihtiyaç kavramının iktisadi teori içerisindeki yerini ve önemini kapsamlı bir şekilde ele almayı ve literatürdeki bilgi birikimini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırmada ihtiyaç kavramının iktisadi teori içerisindeki önemini vurgulayarak, bireylerin ve toplumların ekonomik refahının artırılmasına yönelik stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlamayı hedeflenmektedir. İhtiyaçların doğru bir şekilde anlaşılması ve bu ihtiyaçların karşılanmasına yönelik etkin politikaların oluşturulması, sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın ve toplumsal refahın temel taşlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın sonuçlarının iktisat bilimine ve politika yapıcılara değerli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini incelemek amacıyla literatür araştırması yöntemini kullanmaktadır. Literatür araştırması, mevcut bilgi birikiminin derlenmesi, analiz edilmesi ve yorumlanması sürecidir. Bu yöntem,

belirli bir konuda mevcut teorik ve ampirik çalışmaların kapsamlı bir şekilde gözden geçirilmesini sağlar ve araştırma konusu hakkında derinlemesine bir anlayış kazandırır.

Literatür araştırmasının temel amacı, ihtiyaç kavramının iktisadi teoride nasıl ele alındığını, bu kavramın farklı iktisadi modellerde ve piyasa yapılarında nasıl incelendiğini ve bireylerin ekonomik davranışları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, araştırma, aşağıdaki adımları izleyerek literatür araştırmasını gerçekleştirecektir:

- i. **Literatür Taraması:** İlk aşamada, ihtiyaç kavramı, iktisadi teori, piyasa yapıları ve ilgili diğer konular hakkında mevcut literatür taranacaktır. Bu tarama, akademik makaleler, kitaplar, tezler ve diğer bilimsel kaynaklar üzerinden gerçekleştirilecektir. Literatür taraması sırasında, ihtiyaç kavramının tanımı, sınıflandırılması, teorik çerçevesi ve iktisadi modellerdeki yeri ile ilgili çalışmalar incelenecektir.
- ii. **Veri Toplama:** Literatür taraması sonucunda elde edilen veriler sistematik bir şekilde toplanacak ve analiz edilecektir. Bu süreçte, ihtiyaç kavramının farklı iktisadi teorilerde ve piyasa yapılarında nasıl ele alındığına dair kapsamlı bilgiler derlenecektir. Ayrıca, mevcut çalışmaların bulguları ve sonuçları karşılaştırılarak, ihtiyaç kavramının iktisadi teoriye katkıları değerlendirilecektir.
- iii. **Veri Analizi:** Toplanan veriler, nitel analiz teknikleri kullanılarak değerlendirilecektir. Bu aşamada, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yeri ve önemi üzerine yapılan çalışmaların bulguları karşılaştırılacak, ortak noktalar ve farklılıklar tespit edilecektir. Ayrıca, farklı piyasa yapılarının ihtiyaçları karşılama konusundaki etkinlikleri ve tüketici refahı üzerindeki etkileri analiz edilecektir.
- iv. **Yorumlama ve Sonuç Çıkarma:** Veri analizi sonucunda elde edilen bulgular, ihtiyaç kavramının iktisadi teori içerisindeki önemini ve bu kavramın ekonomik davranışlar üzerindeki etkilerini açıklamak için kullanılacaktır. Bu süreçte, mevcut literatürdeki boşluklar ve eksiklikler tespit edilerek, araştırmanın sonuçları yorumlanacak ve iktisat bilimine katkıları vurgulanacaktır.

Araştırmanın yöntemi olarak literatür araştırmasının tercih edilmesinin nedeni, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini kapsamlı bir şekilde ele alabilmek ve mevcut bilgi birikimini derinlemesine inceleyebilmektir. Literatür

araştırması, teorik ve ampirik çalışmaların sistematik bir şekilde incelenmesini ve analiz edilmesini sağlayarak, araştırma konusu hakkında geniş bir perspektif sunar.

4.3. Araştırma Soruları

Bu araştırma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın odak noktalarını belirlemek ve yönlendirmek amacıyla aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur:

- i. **İhtiyaç kavramının tanımı ve sınıflandırılması:**
 - a. İktisadi teoride ihtiyaç kavramı nasıl tanımlanmaktadır?
 - b. İhtiyaçların sınıflandırılması hangi kriterlere göre yapılmaktadır?
- ii. **İhtiyaç kavramının teorik çerçevesi:**
 - a. Farklı iktisadi teoriler (Klasik, Neo-klasik, Davranışsal İktisat vb.) ihtiyaç kavramını nasıl ele almaktadır?
 - b. İhtiyaç kavramı, bu teorilerin temel varsayımları ve sonuçları üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
- iii. **Piyasa yapılarının ihtiyaçları karşılama kapasitesi:**
 - a. Tam rekabet, monopol, oligopol ve tekelci rekabet gibi farklı piyasa yapıları, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama konusunda ne kadar etkilidir?
 - b. Bu piyasa yapıları, tüketici refahı üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
- iv. **Ürün ve hizmet farklılaştırmasının ihtiyaçlar üzerindeki etkisi:**
 - a. Tekelci rekabet piyasasında ürün farklılaştırmasının tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama sürecine etkisi nedir?
 - b. Farklılaştırılmış ürün ve hizmetlerin tüketici tercihleri üzerindeki rolü nasıl değerlendirilmektedir?
- v. **Devlet müdahalesi ve ihtiyaçların karşılanması:**
 - a. Devletin piyasa yapılarındaki müdahaleleri, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde nasıl bir rol oynamaktadır?
 - b. Rekabet yasaları ve tüketici koruma politikaları, ihtiyaçların daha etkin ve adil bir şekilde karşılanmasını nasıl sağlamaktadır?
- vi. **İktisadi teoriler ve bireylerin ekonomik karar alma süreçleri:**

- a. İhtiyaç kavramı, bireylerin ekonomik karar alma süreçlerinde nasıl bir rol oynamaktadır?
 - b. Bireylerin rasyonel olmayan davranışları ve bilişsel önyargılar, ihtiyaçlarını karşılama sürecinde nasıl etkiler yaratmaktadır?
- vii. **Sosyal ve kültürel faktörlerin ihtiyaçlar üzerindeki etkisi:**
- a. Sosyal ve kültürel faktörler, bireylerin ihtiyaçlarını belirlemede ve bu ihtiyaçları karşılamada nasıl bir rol oynamaktadır?
 - b. Farklı toplumlarda ihtiyaç kavramının algılanışı ve önceliklendirilmesi nasıl farklılık göstermektedir?
- viii. **Literatürdeki boşluklar ve gelecek araştırmalar:**
- a. Literatürde ihtiyaç kavramı ile ilgili hangi boşluklar ve eksiklikler bulunmaktadır?
 - b. Bu boşlukları doldurmak ve ihtiyaç kavramını daha iyi anlamak için gelecekte hangi araştırmalar yapılmalıdır?

Yukarıdaki araştırma soruları, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini kapsamlı bir şekilde ele almayı ve bireylerin ekonomik refahını artırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Literatür araştırması yöntemi kullanılarak, bu sorulara verilecek cevaplar, ihtiyaç kavramının iktisadi teoriye katkılarını ve farklı piyasa yapılarında nasıl ele alındığının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Her araştırmada olduğu gibi, bu çalışmanın da belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıklar, araştırmanın bulgularının genelleştirilebilirliğini ve kapsamını etkiler. Bu araştırmada literatür araştırması yöntemi kullanıldığından, mevcut çalışmalara ve kaynaklara dayanmaktadır. Literatür araştırmasının doğası gereği, araştırma yeni veri toplama veya uygulamalı analizler içermez. Bu durum, bulguların tamamen mevcut literatürdeki bilgilere dayanması ve yeni ampirik verilerle desteklenmemesi anlamına gelir. Ayrıca, literatürde yer alan çalışmaların kalitesi ve kapsamı, araştırmanın bulgularını etkiler. Mevcut çalışmaların sınırlılıkları, bu araştırmanın sonuçlarına da yansır.

Araştırma sürecinde kullanılan kaynakların erişilebilirliği de araştırmanın kapsamını etkiler. Özellikle bazı önemli çalışmaların erişilemez olması veya sadece belirli dillerde yazılmış olması, literatür taramasının kapsamını sınırlar. Bu araştırma, çoğunlukla İngilizce ve Türkçe kaynaklara dayanır. Diğer dillerdeki önemli çalışmaların göz ardı edilmesi, araştırmanın bulgularında eksikliklere yol açar. Ayrıca, araştırma, ihtiyaç kavramını belirli iktisadi teoriler ve piyasa yapıları çerçevesinde inceler. Bu teorik çerçevenin dışında kalan alternatif yaklaşımlar ve modeller, araştırmanın kapsamı dışında kalır. Bu durum, ihtiyaç kavramının tüm boyutlarıyla ele alınmasını zorlaştırır. İhtiyaç kavramının iktisadi teorideki farklı yaklaşımlarını incelemek için seçilen modeller ve teoriler, araştırmanın sonuçlarını sınırlar. Farklı teorik yaklaşımlar ve modellerin incelenmemesi, bulguların genelleştirilebilirliğini kısıtlar.

Araştırmanın belirli bir zaman diliminde ve sınırlı kaynaklarla gerçekleştirilmesi, kapsamını ve derinliğini etkiler. Daha geniş bir zaman aralığı ve daha fazla kaynak ile daha kapsamlı bir literatür taraması ve analiz yapılabilirdi. Araştırma sürecindeki zaman kısıtlamaları, bazı önemli çalışmaların gözden kaçmasına veya yeterince detaylandırılmamasına neden olur. Literatür araştırması yöntemi, araştırmacının yorum ve analizlerine dayanır. Araştırmacının bilgi birikimi, bakış açısı ve yorumlama tarzı, bulguların ve sonuçların öznelliğini etkiler. Farklı araştırmacılar, aynı literatürü farklı şekillerde yorumlayabilir ve farklı sonuçlara ulaşabilir. Bu durum, araştırmanın bulgularının ve sonuçlarının öznelliğini artırır.

Sonuç olarak, bu araştırma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini literatür araştırması yöntemiyle inceler. Araştırmanın sınırlılıkları, bulguların genelleştirilebilirliğini ve kapsamını etkiler. Bu sınırlılıkların farkında olarak, araştırmanın sonuçları dikkatle değerlendirilmelidir. Gelecekte yapılacak araştırmalar, bu sınırlılıkları aşarak daha kapsamlı ve derinlemesine analizler yapar ve ihtiyaç kavramının iktisadi teoriye katkılarını daha iyi anlamamıza yardımcı olur.

4.5. Araştırma Konusu ile İlgili Literatür Çalışmaları

Bu çalışmada ihtiyaç kavramının iktisadi teoride incelenmesine yönelik kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada hem yabancı hem de Türkçe kaynaklar tablo halinde derlenmiştir. Yabancı kaynaklar arasında, iktisadi psikolojiden davranışsal iktisata, rekabet teorilerinden küresel eşitsizliklere kadar geniş

bir yelpazede yayınlar bulunmaktadır. Bu kaynaklar, ihtiyaç kavramının tarihsel evrimini ve farklı teorik perspektiflerini anlamada önemli katkılar sunmaktadır (Tablo 1). Türkçe kaynaklar ise Türkiye ekonomisi, makroekonomi teorileri, iktisat politikaları ve sosyal güvenlik sistemleri gibi konuları ele almakta ve ihtiyaç kavramının ulusal düzeydeki yansımalarını değerlendirmektedir (Tablo 2). Bu iki kapsamlı kaynak grubu, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve önemini derinlemesine incelemek için zengin bir bilgi birikimi sağlamaktadır.

Tablo 1. Literatür Araştırması

Yayın Yazarı	Yayının Türü	Yayınlanma Yılı	Yayınlanma Yeri	Yayının Konusu
Alkin, E.	Kitap	2005	Beta Yayınları	Para ve Banka.
Aksu, B.	Kitap	2018	Nobel Yayınları.	Makroekonomi Teorileri ve Politikaları.
Akyol, A.	Kitap	2017	Der Yayınları	Türkiye Ekonomisi.
Arrow, K. J.	Kitap	1963	Yale University Press	Sosyal Seçim Teorisi
Borataş, K.	Kitap	2019	İmge Kitabevi	Türkiye İktisat Tarihi
Demir, M.	Kitap	2015	Nobel Yayınları..	Davranışsal Ekonomi.
Doğan, H.	Kitap	2016	Der Yayınları	Sosyal Politika.
Smith, A.	Kitap	2007	Harriman House	Ulusların Zenginliği
Ricardo, D.	Kitap	2004	Dover Publications	Politik Ekonomi ve Vergilendirme
Coase, R. H.	Makale	2013	Journal of Law and Economics	Sosyal Maliyet Problemi
Bourdieu, P.	Kitap	2010	Routledge	Toplumsal Farklılaşma
Ellsberg, D.	Kitap	2001	Garland Publishing	Risk ve Belirsizlik
Fehr, E., & Schmidt, K. M.	Makale	1999	Quarterly Journal of Economics	Rekabet ve İşbirliği Teorisi
Friedman, M.	Kitap	2008	University of Chicago Press	Kapitalizm ve Özgürlük
Galbraith, J. K.	Kitap	2009	Houghton Mifflin Harcourt	Refah Toplumu
Gintis, H.	Kitap	2009	Princeton University Press	Davranışsal İktisat
Hicks, J. R.	Kitap	2009	Oxford University Press	Değer ve Sermaye Teorisi
Kahneman, D.	Kitap	2011	Farrar, Straus and Giroux	Hızlı ve Yavaş Düşünme
Krugman, P.	Kitap	2012	W. W. Norton & Company	Ekonomik Buhran
Marshall, A.	Kitap	2013	Palgrave Macmillan	Ekonominin Temel İlkeleri
North, D. C.	Kitap	2005	Princeton University Press	Ekonomik Değişim Süreci
Nussbaum, M. C.	Kitap	2011	Harvard University Press	İnsan Gelişimi Yaklaşımı
Piketty, T.	Kitap	2014	Harvard University Press	21. Yüzyılda Sermaye
Samuelson, P. A.	Kitap	2004	Harvard University Press	İktisadi Analiz Temelleri
Scherer, F. M.	Kitap	2010	Springer	Rekabet Ekonomisi

Sen, A.	Kitap	2009	Harvard University Press	Adalet Kavramı
Stiglitz, J. E.	Kitap	2002	W. W. Norton & Company	Globalizasyon ve Ekonomik Eşitsizlik
Thaler, R. H., & Sunstein, C. R.	Kitap	2008	Yale University Press	Davranışsal İktisat ve Karar Alma
Tirole, J.	Kitap	2017	Princeton University Press	Kamu Yararı İçin Ekonomi
Veblen, T.	Kitap	2007	Oxford University Press	Tüketim Alışkanlıkları
Williamson, O. E.	Kitap	2005	Free Press	Kapitalizmin Ekonomik Kurumları
Acemoglu, D., & Robinson, J. A.	Kitap	2012	Crown Business	Ulusların Başarısızlık Nedenleri
Aghion, P., & Howitt, P.	Kitap	2009	MIT Press	Büyüme Ekonomisi
Autor, D. H.	Makale	2013	Journal of Labor Economics	İşgücü Piyasalarının Görev Yaklaşımı
Banerjee, A. V., & Duflo, E.	Kitap	2011	PublicAffairs	Yoksulluğu Yeniden Düşünmek
Bénabou, R., & Tirole, J.	Makale	2006	American Economic Review	Teşvikler ve Prososyal Davranış
Card, D., & Krueger, A. B.	Kitap	2015	Princeton University Press	Asgari Ücretin Yeni Ekonomisi
Case, A., & Deaton, A.	Kitap	2020	Princeton University Press	Umutsuzluk Ölümleri ve Kapitalizmin Geleceği
Chetty, R.	Makale	2008	Journal of Political Economy	Ahlaki Tehlike ve Likidite
Deaton, A.	Kitap	2013	Princeton University Press	Sağlık, Zenginlik ve Eşitsizlik
Diamond, P. A.	Makale	2010	American Economic Review	İşsizlik, Açık Pozisyonlar ve Ücretler
Duflo, E.	Makale	2012	Journal of Economic Literature	Kadınların Güçlendirilmesi ve Ekonomik Kalkınma
Easterly, W.	Kitap	2006	Penguin Press	Batı'nın Yardım Çabalarının Etkileri
Fama, E. F.	Makale	2014	Journal of Monetary Economics	Finans Teorisinde Bankacılık
Gabaix, X.	Makale	2011	Econometrica	Toplu Dalgaların Granüler Kökenleri
Gennaioli, N., & Shleifer, A.	Kitap	2014	Princeton University Press	Yatırımcı Psikolojisi ve Finansal Kırılganlık
Goldin, C., & Katz, L. F.	Kitap	2008	Belknap Press	Eğitim ve Teknoloji Yarışı
Heckman, J. J.	Makale	2006	Science	Dezavantajlı Çocuklara Yatırım
Krueger, A. B.	Makale	2012	The Brookings Institution	ABD'de Eşitsizliğin Artışı
Mankiw, N. G.	Kitap	2010	Worth Publishers	Makroekonomi
Mullainathan, S., & Shafir, E.	Kitap	2013	Times Books	Kıtlık Ekonomisi
Rajan, R. G.	Kitap	2010	Princeton University Press	Gizli Kırılma Hatları

Bu çalışma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerini ve evrimini incelemektedir. İhtiyaç kavramı, iktisadi düşüncenin merkezinde yer almakta olup, bu alandaki teorik ve ampirik çalışmaların temelini oluşturmaktadır. Çalışmada, hem yabancı hem de Türkçe literatürde yer alan önemli kaynaklar kullanılarak kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir.

İhtiyaç kavramının iktisadi teorideki yeri, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Arrow (1963) tarafından ortaya konulan sosyal seçim teorisi, bireysel tercihlerin toplumsal düzeyde nasıl şekillendiğini ve bu tercihlerin ihtiyaç kavramı çerçevesinde nasıl değerlendirileceğini ele alır. Benzer şekilde, Friedman (2008) ve Samuelson (2004) gibi iktisatçılar, kapitalizm ve özgürlük konularını ele alarak, bireylerin ekonomik sistemlerdeki ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarını ve bu süreçlerin toplumsal refah üzerindeki etkilerini incelemişlerdir.

Davranışsal iktisat alanında, Kahneman (2011) ve Thaler ve Sunstein (2008) gibi isimler, bireylerin ekonomik kararlarını nasıl aldıklarını ve bu kararların ihtiyaç kavramıyla nasıl ilişkilendirildiğini detaylandırmışlardır. Özellikle Kahneman'ın "Thinking, Fast and Slow" adlı eseri, bireylerin hızlı ve yavaş düşünme süreçlerinin ihtiyaçlarının belirlenmesinde nasıl rol oynadığını açıklar. Thaler ve Sunstein ise "Nudge" adlı eserlerinde, bireylerin kararlarını yönlendirmek için kullanılabilecek küçük teşviklerin (nudges) nasıl etkili olabileceğini ve bu bağlamda ihtiyaçların nasıl şekillendirilebileceğini tartışırlar.

İktisadi büyüme ve kalkınma teorileri de ihtiyaç kavramının anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. Piketty (2014) ve Acemoglu ve Robinson (2012) gibi iktisatçılar, ekonomik büyümenin ve sermaye birikiminin toplumsal ihtiyaçlar üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde analiz etmişlerdir. Piketty'nin "Capital in the Twenty-First Century" adlı eseri, gelir dağılımı ve servet eşitsizliğinin ihtiyaçlar üzerindeki etkilerini tartışırken, Acemoglu ve Robinson'un "Why Nations Fail" adlı çalışması, kurumsal yapılar ve politikaların ekonomik ihtiyaçların karşılanmasında nasıl bir rol oynadığını inceler.

Yabancı kaynaklarda ihtiyaç kavramının farklı açılardan ele alındığı görülmektedir. Camerer ve Loewenstein (2004), davranışsal iktisat alanında geçmişten günümüze olan gelişmeleri ele alırken, Coase (2013) sosyal maliyet problemine

odaklanmıştır. Ellsberg (2001) risk ve belirsizlik konularını irdelerken, Fehr ve Schmidt (1999) rekabet ve iş birliği teorilerini incelemişlerdir. Marshall (2013) ve Hicks (2009), klasik iktisadi teorilerin temel ilkelerini ve değer kavramlarını ele alırken, North (2005) ve Nussbaum (2011) ekonomik değişim süreçlerini ve insan gelişimi yaklaşımlarını analiz etmişlerdir.

Türkçe literatürde de ihtiyaç kavramına yönelik kapsamlı çalışmalar bulunmaktadır. Boratav (2019) ve Alkin (2005), Türkiye ekonomisinin tarihsel gelişimi ve iktisadi politikaları bağlamında ihtiyaçların nasıl karşılandığını ve bu süreçlerin toplumsal yapıya nasıl etki ettiğini analiz etmişlerdir. Boratav'ın "Türkiye İktisat Tarihi" adlı eseri, Türkiye'nin iktisadi gelişim sürecinde ihtiyaçların nasıl şekillendiğini ve değiştiğini tartışırken, Alkin'in "Para ve Banka" adlı eseri, finansal sistemlerin bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarını karşılama yöntemlerini detaylandırır.

Makroekonomi teorileri ve politikaları bağlamında, Aksu (2018) ve Akyol (2017) gibi yazarlar, makroekonomik değişkenlerin ihtiyaçlar üzerindeki etkilerini ele almışlardır. Aksu'nun "Makroekonomi Teorileri ve Politikaları" adlı eseri, farklı makroekonomik teorilerin ihtiyaç kavramını nasıl ele aldığını ve bu teorilerin pratikte nasıl uygulandığını inceler. Akyol'un "Türkiye Ekonomisi" adlı çalışması ise, Türkiye'nin makroekonomik yapısının bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamada nasıl bir rol oynadığını tartışır.

Davranışsal iktisat ve sosyal politika alanında, Demir (2015) ve Doğan (2016) gibi yazarlar, bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarını karşılama biçimlerini analiz etmişlerdir. Demir'in "Davranışsal Ekonomi" adlı eseri, bireylerin ekonomik davranışlarının ihtiyaçlarını nasıl şekillendirdiğini incelerken, Doğan'ın "Sosyal Politika" adlı çalışması, sosyal güvenlik ve refah politikalarının ihtiyaçların karşılanmasındaki rolünü tartışır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki konumunu, zorunlu ve ihtiyari ihtiyaçlar ekseninde kapsamlı bir literatür analizi ile incelemiştir. Bu inceleme, klasik iktisattan çağdaş yaklaşımlara uzanan geniş bir teorik perspektifi ele almaktadır.

Çalışmanın temel bulguları, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Alderfer'in ERG Teorisi ve bu alandaki diğer çalışmalar çerçevesinde, zorunlu ihtiyaçların sınırlı doğasını ve bunların karşılanmasında adil kaynak dağılımının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Adam Smith'in piyasa mekanizmalarından başlayarak, neo-klasik iktisadın fayda maksimizasyonu varsayımlarına kadar uzanan teorik perspektifler, zorunlu ihtiyaçların toplumsal istikrar açısından kritik önemini vurgulanmaktadır. Bu teorik çerçevede, fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarının karşılanması, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için vazgeçilmez nitelikte görülmektedir. Özellikle, günümüz küresel ekonomik sisteminde, bu temel ihtiyaçların karşılanmasındaki eşitsizlikler ve adaletsizlikler, sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından önemli bir sorun teşkil etmektedir.

İhtiyari ihtiyaçların analizi, bu ihtiyaçların bireylerin yaşam süresiyle sınırlı olmakla birlikte sınırsız bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Maslow'un hiyerarşisinde üst basamaklarda yer alan ait olma ve sevgi, saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları ile Alderfer'in ilişki ve gelişim ihtiyaçları bu kategori altında değerlendirilmektedir. Davranışsal iktisat literatürü, bu ihtiyaçların karşılanmasında rasyonel olmayan karar süreçlerinin varlığına ve tüketim tercihlerinin duygusal ve bilişsel önyargılardan etkilendiğine işaret etmektedir. Sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin tüketim tercihlerinin çevrelerindeki diğer bireylerin davranışlarından etkilendiğini ortaya koyarken, zihinsel muhasebe kavramı, bireylerin harcamalarını kategorize ederek farklı ihtiyaçlara farklı öncelikler verdiğini göstermektedir. Modern tüketim toplumunda, ihtiyari ihtiyaçların çeşitlenmesi ve karmaşıklaşması, bireylerin karar verme süreçlerini daha da zorlaştırmaktadır.

Heterodoks yaklaşımlar, ihtiyaçların karşılanmasında sosyo-kültürel bağlamların önemini vurgulamakta ve kaynak dağılımında ekonomik faktörlerin yanı sıra sosyal ve kültürel imkanların da dikkate alınması gerektiğini savunmaktadır. Özellikle Marksist perspektif, temel ihtiyaçların karşılanmasında kapitalist sistemin yarattığı eşitsizliklere

dikkat çekmekte ve bu ihtiyaçların bir hak olarak ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Feminist iktisat ise, kadınların ve marjinal grupların ihtiyaçlarının karşılanmasında toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin giderilmesinin önemini ortaya koymaktadır. Post-Keynesyen yaklaşımlar, belirsizlik ve beklentilerin ihtiyaçların karşılanmasındaki rolüne dikkat çekerken, kurumsal iktisat, toplumsal kurumların ve normların ihtiyaçların şekillenmesindeki etkisini vurgulamaktadır.

Araştırmanın temel çıkarımı, zorunlu ihtiyaçların karşılanmasında adalet temelli bir kaynak dağılımının, ihtiyari ihtiyaçlarda ise fırsat eşitliğine dayalı bir yaklaşımın benimsenmesi gerekliliğidir. Bu durum, ekonomik sistemlerin her iki ihtiyaç kategorisi için farklılaşan stratejiler geliştirmesinin önemini ortaya koymaktadır. Zorunlu ihtiyaçların karşılanmasında, kaynakların adil ve eşit dağılımı bir zorunluluk olarak görülürken, ihtiyari ihtiyaçların karşılanmasında bireylerin farklılaşan arzularını ve sosyal koşullarını göz önünde bulunduran bir fırsat eşitliği anlayışının gerekliliği öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve sosyal politika uygulamaları, ihtiyaçların karşılanmasında önemli araçlar olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmanın literatür analizi, bireylerin zorunlu ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra sahip oldukları kaynakları toplumsal fayda için kullanmasının, kapsayıcı ve dayanışmacı bir toplumsal düzenin tesisindeki rolünü ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, ekonomik dengesizliklerin giderilmesinin ötesinde, toplumsal bağları güçlendiren ve kolektif dayanışma kültürünü geliştiren bir etki yaratmaktadır. Bireylerin ihtiyaç fazlası kaynaklarını paylaşması, yalnızca ekonomik eşitsizlikleri azaltmakla kalmayıp, aynı zamanda sosyal sermayenin güçlenmesine ve toplumsal uyumun artmasına katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, sosyal girişimcilik ve paylaşım ekonomisi gibi yenilikçi modeller, ihtiyaçların karşılanmasında alternatif çözümler sunmaktadır.

Küreselleşme sürecinin ihtiyaçların şekillenmesi ve karşılanması üzerindeki etkisi de önemli bir analiz alanı oluşturmaktadır. Uluslararası ticaret ve kültürel etkileşimler, ihtiyaçların küresel düzeyde standartlaşmasına yol açarken, yerel ve kültürel farklılıkların korunması gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda, ihtiyaçların karşılanmasında küresel-yerel dengesinin gözetilmesi önem kazanmaktadır.

Bu araştırma, ihtiyaç kavramının iktisadi teorilerde ele alınışını yeniden düşünmeye imkân tanımakta ve hem teorik hem de uygulamalı alanlar için kapsamlı bir referans noktası sunmaktadır. İktisadi teorilerin, ihtiyaçların karşılanması sürecinde sadece bireysel fayda maksimizasyonunu değil, aynı zamanda toplumsal refahı ve sürdürülebilirliği de gözetecek şekilde yeniden yapılandırılması gerektiği görülmektedir. Bu bağlamda, ekonomik politikaların ve sosyal düzenlemelerin, zorunlu ihtiyaçların karşılanmasını garanti altına alırken, ihtiyari ihtiyaçların karşılanmasında fırsat eşitliğini sağlayacak şekilde tasarlanması önem kazanmaktadır.

Çevre sorunları ve iklim krizi, ihtiyaçların karşılanmasında sürdürülebilirlik boyutunun önemini artırmaktadır. Özellikle döngüsel ekonomi ve yeşil büyüme modelleri, ihtiyaçların karşılanmasında çevresel etkilerin minimize edilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, tüketim alışkanlıklarının sürdürülebilir bir çerçevede yeniden şekillendirilmesi ve çevre dostu üretim tekniklerinin geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma ihtiyaçların karşılanmasında bireysel faydanın ötesinde, toplumsal sorumluluk anlayışının da gözetilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, ekonomik sistemlerin yalnızca bireysel refahı değil, aynı zamanda toplumsal iyilik halini de gözetecek şekilde yapılandırılması gerektiğine işaret etmektedir. İhtiyaçların karşılanmasında eşitlik ve fırsat ilkelerinin bir arada ele alınması, daha adil, kapsayıcı ve dayanışmacı bir ekonomik düzenin inşasında teorik bir temel sunmaktadır. Bu yaklaşım, sürdürülebilir toplumsal kalkınmanın ve refah artışının sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır.

Bu tez çalışmasının bulguları ışığında, gelecekteki araştırmalar ve politika önerileri için birkaç önemli noktaya dikkat çekmektedir. Bunlar:

1. **Kapsamlı İhtiyaç Analizleri:** İktisadi analizlerde ihtiyaçların yalnızca ekonomik boyutları değil, sosyal ve kültürel boyutları da dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda, ihtiyaç analizlerinin daha kapsamlı ve multidisipliner yaklaşımlar kullanılarak yapılması gerekmektedir.
2. **Politika Geliştirme:** Ekonomik politikalar geliştirilirken, bireylerin ve toplumların çeşitli ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik kapsamlı stratejiler

oluşturulmalıdır. Özellikle marjinalleştirilmiş grupların ihtiyaçlarına odaklanan politikalar önem arz etmektedir.

3. **Davranışsal İktisat Uygulamaları:** Davranışsal iktisat bulguları, politika yapıcılar ve işletmeler tarafından daha fazla dikkate alınmalı ve uygulamalarda kullanılmalıdır. Bireylerin ekonomik kararlarını etkileyen psikolojik ve sosyal faktörler göz önünde bulundurulmalıdır.
4. **Heterodoks Yaklaşımların Entegrasyonu:** İktisadi analizlerde ve politika geliştirmede heterodoks yaklaşımların daha fazla entegrasyonu sağlanmalıdır. Bu yaklaşımlar, ihtiyaçların ve ekonomik süreçlerin daha geniş bir perspektiften değerlendirilmesine olanak tanır.
5. **Eğitim ve Farkındalık:** İhtiyaç kavramının iktisadi teorideki yeri ve önemi hakkında eğitim ve farkındalık artırılmalıdır. Özellikle ekonomi eğitimi veren kurumlarda, öğrencilerin ihtiyaç kavramının farklı teorik yaklaşımlar çerçevesinde nasıl ele alındığını öğrenmeleri sağlanmalıdır.
6. **Araştırma Destekleri:** İhtiyaç kavramı üzerine yapılan araştırmaların desteklenmesi önemlidir. Akademik kurumlar ve araştırma fonları, bu alandaki çalışmaları teşvik etmeli ve finansal destek sağlamalıdır.

Bu neriler, ihtiyaç kavramının iktisadi teorideki yerinin ve öneminin daha iyi anlaşılmasına ve bu alandaki araştırmaların geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, ekonomik politikaların daha etkili ve kapsayıcı bir şekilde oluşturulmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. Crown Business
- Akıncı, B. (2018). Türkiye'de kamu politikası oluşturma sürecinde yeni aktör: Cumhurbaşkanlığı politika kurulları. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 2128-2146.
- Aksu, B. (2018). *Makroekonomi Teorileri ve Politikaları*. Nobel Yayınları.
- Aktan, C. C. ve Özkıvrak, Ö. (2008). *Sosyal Refah Devleti*. Okutan Yayıncılık.
- Akyol, A. (2017). *Türkiye Ekonomisi*. Der Yayınları.
- Al-Azizi, M. A. K. M. (2023). *İslam ekonomik sisteminin ekonomik sorunların çözümüne etkisi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Alagöz, B. ve Farzam, R. (2022). Sınırlı Rasyonellik Modeli Çerçevesinde İran'ın Doğu'ya Bakış Politikası. *İran Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 1-26.
- Albayrak, Ö. ve Memiş, E. (2011). Giriş: Feminist İktisat. *Fe Dergi*, 3(2), 1-3.
- Alkin, E. (2005). *Para ve Banka*. Beta Yayınları.
- Altman, M. (2005). The Ethical Economy and Competitive Markets: Reconciling Altruistic, Moralistic, and Ethical Behavior with the Rational Economic Agent and Competitive Markets. *Journal of Economic Psychology*, 26, 732-757. <https://doi.org/10.1016/J.JOEP.2005.06.004>
- Arogundade A. M. ve Akpa, V. O. (2023). [Başlık belirtilmemiş]. *Sch J Econ Bus Manag*, 10(10), 232-239.
- Arrow, K. J. (1963). *Social Choice and Individual Values* (2nd ed.). Yale University Press.
- Arman Zengi, C. (2022). *Davranışsal iktisat bağlamında, demografik farklılıkların tüketici davranışlarına etkisi: Aydın ilinde bir uygulama* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Arslan, R. (2010). Sosyal Piyasa Ekonomisi 2008-2009 Ekonomik Mali Krizini Önleyebilir Miydi?. *Journal of Management and Economics Research*, 8(13), 15-26.
- Atmaca, K. (2010). İnsan kaynakları yönetimi ve etik. *Sayıştay Dergisi*, (76), 63-76.

- Aydın, A. M. (2022). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi açısından günümüz öğrenci ihtiyaçlarının incelenmesi. *Uluslararası Liderlik alışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 5(3), 234-251. <https://doi.org/10.52848/ijls.1083692>
- Aygün, H. (2021). XYZ Kuşaağı tüketicilerin finansal iyilik hali algıları ile tüketim davranışlarındaki ilişkinin davranışsal iktisat çerçevesinde karşılaştırılması. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(1), 87-112.
- Bağatır, F. K. (2023). *Sosyo-kültürel sınırlar ve ötekilik algısı: Çumra örneğinde Yörükler ve Dağlılar* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Bakırcı, F., Sarıkaya, M. ve Bayraktar, A. (2021). Bireysel kararların davranışsal iktisat açısından değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(4), 1223-1244.
- Bakırtaş, D. ve Demirhan, H. (2015). İhtiyaç ve istek paradoksu: iktisadi ve metafizik bir yaklaşım. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 71-87.
- Basu, K. (2010). Beyond the Invisible Hand: Groundwork for a New Economics. . <https://doi.org/10.5860/choice.48-6401>
- Başaran, A. (2019). John Kenneth Galbraith'in İktisadi Analizinde Bolluk Toplumu, Tüketiciler Egemenliğı ve Sosyal Sorunlar. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 90-105.
- Bayraktutan, Y. ve Uçak, S. (2011). Ekolojik İktisat ve Kalkınmanın Sürdürülebilirliğı. *Akademik Araştırmalar ve alışmalar Dergisi*, 3(4), 17-36.
- Berik, G., Rodgers, Y., & Seguino, S. (2009). Feminist Economics of Inequality, Development, and Growth. *Feminist Economics*, 15, 1 - 33. <https://doi.org/10.1080/13545700903093524>
- Bharadwaj, K. (1978). The subversion of classical analysis: Alfred Marshall's early writing on value. *Cambridge Journal of Economics*, 2, 253-271. <https://doi.org/10.1093/OXFORDJOURNALS.CJE.A035389>
- Biber, A. E. (2008). Değışen Devlet Anlayışı, Müdahalecilik ve Piyasa Ekonomisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 56-69.
- Bilgili, M. Y. (2017). Ekonomik, Ekolojik Ve Sosyal Boyutlarıyla Sürdürülebilir Kalkınma. *Journal of International Social Research*, 10(49).
- Boratav, K. (2019). Türkiye İktisat Tarihi. İmge Kitabevi.

- Camerer, C., & Loewenstein, G. (2004). Behavioral Economics: Past, Present, Future. In C. Camerer, G. Loewenstein, & M. Rabin (Eds.), *Advances in Behavioral Economics* (pp. 3-51). Princeton University Press.
- Caporaso, J., ve Levine, D. (1992). Theories of political economy: Neoclassical political economy. , 79-99. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511840197.006>.
- Coase, R. H. (2013). The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*, 56(4), 837-877.
- Çalış, M. (2020). *Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Çelik, İ. (2011). Kıtık ve rekabet: Rekabetin negatif sonuçları. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 1-12.
- Çetintaş, H. ve Bicil, İ. (2015). Elektrik piyasalarında yeniden yapılanma ve Türkiye elektrik piyasasında yapısal dönüşüm. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2).
- Çoban, G. S. (2021). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kendini gerçekleştirme basamağında gizil yetenekler. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 6(1), 111-118.
- Daal, J., ve Jolink, A. (1993). The Equilibrium Economics of Leon Walras. . <https://doi.org/10.4324/9780203401460>
- Dal, Ö. G. V. ve Eroğlu, A. H. (2009). Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algılarının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 361-385.
- Davidson, P. (1991). Response [Is Probability Theory Relevant for Uncertainty? A Post Keynesian Perspective]. *Journal of Economic Perspectives*, 6, 206-208. <https://doi.org/10.1257/JEP.5.1.129>
- de Andrade Baptista, J. A., Formigoni, A., da Silva, S. A., Stettiner, C. F. ve de Novais, R. A. B. (2021). McClelland'dan edinilmiş ihtiyaçlar teorisinin iş tatmini aracı olarak analizi. *Timor Leste İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3, 54-59.
- Demir, Ç. (2022). Devletin Ekonomiye Müdahale Nedenleri ve Regülasyonlar. *Kamu Politikaları ve Kalkınma*, 1.
- Demir, M. (2015). Davranışsal Ekonomi. Nobel Yayınları..

- Demirtaş, İ. (1999). *Türkiye'de Tüketicinin Korunması* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Diener, E., ve Seligman, M. (2004). Beyond Money. *Psychological Science in the Public Interest*, 5, 1- 31. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2004.00501001.x>
- Dikmen, N. (2021). Bölüm 7 İktisadi büyümede kaynakların rasyonel kullanımı: Üretim ve stok sorunları. *İşletme ve İktisadî Bilimler Araştırma ve Teori*, 123.
- Doğan, H. (2016). Sosyal Politika. Der Yayınları.
- Dohmen, T. (2014). Behavioral labor economics: Advances and future directions. *Labour Economics*, 30, 71-85. <https://doi.org/10.1016/J.LABECO.2014.06.008>
- Dönmez, G. (2019). *Oligopol piyasalarında oyun teorisinin rekabet geliştirme amacıyla kullanılması üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Dursun, H. (2009). Serbest piyasa düzeni= kriz, çöküntü ve felaket. *TBB Dergisi*, (82), 1-39.
- Eğilmez, M. (2017). *Mikro Ekonomi* (4. Basım). Remzi Kitapevi.
- Ellsberg, D. (2001). Risk, Ambiguity, and Decision. Garland Publishing.
- Erhan, T. ve Bayrakçı, E. (2022). Herzberg'in çift faktör teorisi: Turizm çalışanları üzerinde fenomenolojik bir araştırma. *Ampirik Ekonomi ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 78-99.
- Eröz, M. (1969). Sakarya'nın Hizmetinde Yeni Bir İçtimai İlim ve Sosyal Antropoloji. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (9), 21-64.
- Ertürk, E. (2006). *İktisada Giriş*. Nobel Yayın.
- Evers, M. (2015). Fiscal federalism and monetary unions: A quantitative assessment. *Journal of International Economics*, 97, 59-75. <https://doi.org/10.1016/J.JINTECO.2015.05.001>.
- Fehr, E., & Schmidt, K. M. (1999). A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. *Quarterly Journal of Economics*, 114(3), 817-868.
- Foxon, T., Köhler, J., Michie, J., & Oughton, C. (2013). Towards a new complexity economics for sustainability. *Cambridge Journal of Economics*, 37, 187-208. <https://doi.org/10.1093/CJE/BES057>.
- Frager, R. D. ve Fadimam, J. (1997). *A.H. Maslow, motivation and personality*. Pearson.
- Friedman, M. (2008). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.

- Gençoğlu, A. Y. (2020). Kapitalizme teorik yaklaşımlar: kapitalist ekonomik sistemin temel nitelikleri üzerinden karşılaştırmalı bir analiz. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*, (14), 237-256.
- Goldberg, L. (2013). Thinking, Fast and Slow, by D. Kahneman. *Quantitative Finance*, 13, 177 - 179. <https://doi.org/10.1080/14697688.2012.710501>.
- Göksu, Y. D. D. T. (2002). Maslow'u ihtiyaçlar (güdüler) piramidi ve polisi yabancılaşma olgusu. *Polis Bilimleri Dergisi*, 4(3).
- Göküş, M. (2010). Küreselleşme sürecinin kamu hizmetine yansması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 193-218.
- Gültekin, E. ve Kanger, F. (2023). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Kur'an'da İnsanın Temel İhtiyaçları Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Usul İslam Araştırmaları*, (40), 65-100.
- Güneş, H. H. ve Aydemir, C. (2005). Anayasal İktisat Teorisini Doğuran Arayışlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 74-86.
- Güran, M. C. ve Cingi, S. (2002). Devletin ekonomik müdahalelerinin etkinliği. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 3(1), 56-89.
- Gürdil, G. (2023). *Ürün ilgilenimi, kıtlık mesajları, algılanan değer ve plansız satın alma davranışı arasındaki ilişki* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Aksaray Üniversitesi.
- Hagerty, M. (1999). Testing Maslow's Hierarchy of Needs: National Quality-of-Life Across Time. *Social Indicators Research*, 46, 249-271. <https://doi.org/10.1023/A:1006921107298>
- Henden Şolt, H. B. (2018). Kentlerde swot analizi ve maslow gereksinim hiyerarşisi etkileşimi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 214-223
- Hicks, J. R. (2009). Value and Capital: An Inquiry into Some Fundamental Principles of Economic Theory. Oxford University Press.
- Hodgson, G. (1998). The Approach of Institutional Economics. *Journal of Economic Literature*, 36, 166-192.
- İnan, A. ve Gül, R. E. (2022). Kur'an ve hadislerde rasyonel seçim. *Yakın Doğu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(1), 147-160.
- İnce, M. (2015). Piyasa Ekonomisi ve Özgürlük. *Sayıştay Dergisi*, (98), 75-96.
- İşler, İ. ve Karayılmazlar, E. (2019). Kamu yatırım projelerinde fayda maliyet analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 65-82.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.

- Kamber, S. C. (2018). Davranışsal iktisat ve rasyonellik varsayımı: Literatür incelemesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 168-199.
- Kan, K. ve Kanmaz, M. (2022). Küreselleşmenin kültürel boyutu ve göçün etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (47), 59-73.
- Karadoğan Doruk, E. (2015). *İknanın Sosyal Psikolojisi Temel Kavramlar ve Kuramlarıyla*. Derin Yayınları.
- Kayım, N. (2018). Herzberg'in çift-faktör teorisi bağlamında motivasyon: Şeytan Marka Giyer filmi. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 31-45.
- Kaya, F. ve Özçim, H. (2019). Davranışsal İktisat, Sınırlı Rasyonellik ve İslam İktisadı İlişkisi. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 1-24.
- Kaya, F. Ş., Yıldız, B. ve Yıldız, H. (2013). Herzberg'in çift faktör kuramı açısından ilköğretim I. kademe öğretmenlerinin motivasyon düzeylerinin değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 1-18.
- Kazak, M. (2021). *Tüketicilerin dijital tv platformlarını tercih etme sebeplerinin rasyonel seçim teorisi bağlamında ampirik bir analizi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Kazancı, F. (2016). Serbest piyasa ekonomisi ve İslam ekonomisi üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(3), 161-178.
- Kevük, S. (2006). Bilgi ekonomisi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 1(4), 319-350.
- Kirman, M. A. (2013). Rasyonel seçim kuramı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (22), 66-98.
- Kitapçı, İ. (2017). Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal iktisat yaklaşımı ve bilişsel önyargılar. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-102.
- Korkmaz, İ. ve Dal, N. E. (2020). Kıtlik teorisi ve bandwagon etkisi çerçevesinde COVID-19 salgınının tüketici davranışı açısından incelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(11), 88-125.
- Küçüksucu, M., Konya, S. ve Karaçor, Z. (2017). Davranışsal İktisat Ekseninde İktisatta Psikolojik Arka Plan. *2nd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS)*, 19-22.
- Ladikli, M. F. ve Arslan, H. (2023). Kavramsal ve kuramsal olarak iş doyumu. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 139-173.

- Lenthe, F., Jansen, T., & Kamphuis, C. (2015). Understanding socio-economic inequalities in food choice behaviour: can Maslow's pyramid help?. *British Journal of Nutrition*, 113, 1139- 1147. <https://doi.org/10.1017/S0007114515000288>
- Malthus, T. (1966). Malthus. *The Eugenics review*, 58 4, 193-4 . https://doi.org/10.1007/978-94-024-1179-9_301075
- Mammadli, O. (2022). *Davranışsal finansın yatırım teorisine katkısı üzerine bir değerlendirme* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Marchi, D. (1974). The Success of Mill's Principles. *History of Political Economy*, 6, 119-157. <https://doi.org/10.1215/00182702-6-2-119>
- Marshall, A. (2013). Principles of Economics. Palgrave Macmillan.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Max-Neef, M. (2017). Development and human needs. In *Development ethics* (pp. 169-186). Routledge.
- Moroney, J., & Lovell, C. (1997). The Relative Efficiencies of Market and Planned Economies. *Southern Economic Journal*, 63, 1084. <https://doi.org/10.2307/1061243>.
- Murrell, P., & Olson, M. (1991). The devolution of centrally planned economies. *Journal of Comparative Economics*, 15, 239-265. [https://doi.org/10.1016/0147-5967\(91\)90088-B](https://doi.org/10.1016/0147-5967(91)90088-B).
- North, D. C. (2005). Understanding the Process of Economic Change. Princeton University Press.
- Nussbaum, M. C. (2011). Creating Capabilities: The Human Development Approach. Harvard University Press.
- O'Brien, M. (2010). The conceptualization and measurement of need: a key to guiding policy and practice in children's services. *Child & Family Social Work*, 15(4), 432-440.
- Olçay, S. (2019). *Sosyal ihtiyaçların karşılanmasında yeni medya uygulama örneği olarak dijital asistanlar* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Öner, R. (2021). ERG Teorisi ve Hedonik Tüketim Bağlamında Iphone 11'in Tanıtımının İncelenmesi. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-78.

- Özbek, F. ve Fidan, H. (2016). Konya ilinde buğday üretiminde kullanılan tarım ilaçları piyasa yapısının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 19(2), 147-151.
- Özer, M. ve Tiryaki, A. (2015). İktisada giriş-I. *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayın*, (1583), 49-72.
- Öztürk, N. (2004). Piyasa başarısızlıkları. *Öneri Dergisi*, 6(21), 173-187.
- Öztürk, N. ve Bayraktar, Y. (2009). Aksak Rekabetin Önlenmesinde Devletin Rolü. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 74-93.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Pirgmaier, E. (2020). The value of value theory for ecological economics. *Ecological Economics*, 179, 106790 - 106790. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106790>
- Rick, S., ve Loewenstein, G. (2007). The Role of Emotion in Economic Behavior. *Behavioral Marketing*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.954862>
- Ruffin, R. (2002). David Ricardo's Discovery of Comparative Advantage. *History of Political Economy*, 34, 727 - 748. <https://doi.org/10.1215/00182702-34-4-727>
- Sabır, H. (2013). Küreselleşen Dünyada Rekabet Politikası ve Gelişmekte Olan Ülkeler. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 1(1), 121-133.
- Samuelson, P. A. (2004). *Foundations of Economic Analysis*. Harvard University Press.
- Sarıipek, D. B. (2017). "İhtiyaç" Kavramı Ekseninde Sosyal Koruma: Temel İhtiyaçlar Yaklaşımı. *İnsan ve İnsan*, 4(12), 43-65.
- Sarıtaş, Ş. E. (2019). Piyasa ekonomisi ve özgürlük ilişkisi üzerine bir tartışma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (49), 237-258.
- Sen, A. (2000). Social justice and the distribution of income. *Handbook of Income Distribution*, 1, 59-85. [https://doi.org/10.1016/S1574-0056\(00\)80004-4](https://doi.org/10.1016/S1574-0056(00)80004-4).
- Serim, H. ve Küçükşenel, S. (2020). Davranışsal iktisat ve dürtme: Sağlık politikaları özelinde bir inceleme. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 38(3), 531-559.
- Sesini, G., Castiglioni, C., ve Lozza, E. (2020). New Trends and Patterns in Sustainable Consumption: A Systematic Review and Research Agenda. *Sustainability*, 12, 5935. <https://doi.org/10.3390/su12155935>.
- Sever, M. (2021). İhtiyaçlar ve tüketim kültürü. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (8), 265-274.
- Sevinç, H. (2015). Kamu Çalışanlarının Motivasyonunda Kullanılan Araçlar. *Journal of International Social Research*, 8(39).

- Sezgin, Ş. (2010). Piyasa ekonomisinin şartları ve özelleştirme. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(2), 154-171.
- Shah, A., Shafir, E., ve Mullainathan, S. (2015). Scarcity Frames Value. *Psychological Science*, 26, 402 - 412. <https://doi.org/10.1177/0956797614563958>.
- Shaw, A. (2023). The Necessity of 'Need'. *Ethics*, 133(3), 329-354.
- Sørensen, A. (1991). On the Usefulness of Class Analysis in Research on Social Mobility and Socioeconomic Inequality. *Acta Sociologica*, 34, 71 - 87. <https://doi.org/10.1177/000169939103400201>
- Şeker, M. (2023). Tüketici davranışlarının davranışsal iktisat özelinde kavramsal açıdan incelenmesi. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 4(2), 34-53.
- Şen, F. ve Ayan, H. (t.y.). Türkiye'de davranışsal psikoloji'nin borsa ve büyüme üzerindeki etkisi. *I. Uluslararası Ekonomi, Finans ve Ekonometri Öğrenci Sempozyumu (EFEOS) Tam Metin Bildiri Kitabı*, 9.
- Şengök, Z. N. (2006). Reklam ve fiyat esnekliği. *Verimlilik Dergisi*, (2), 1-26.
- Şengöz, M. (2022). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi modeli'nin bütünselik bir süreç olarak yeniden yorumlanması. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 164-173.
- Tan, M. (2019). Tüketim kültürü bağlamında istek ve ihtiyaçların oluşumu: Kavramsal bir analiz. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 193-218.
- Taşbaşı, A. (2023). Bronislaw Malinowski'nin kültür teorisinde işlevselci yaklaşım ve ihtiyaçlar teorisi. *Culture and Civilization*, 1(5), 16-21.
- Taşdelen, G., Ağa, S., Ülkü, F. G. ve Dinç, A. (2015). Karadeniz'de piyasa kavramı ve tam rekabet piyasası. *Bildiri Kitabı*, 153.
- Tekin, G. ve Görgülü, B. (2018). Clayton Alderfer'in ERG Teorisi ve çalışanların iş tatmini. *Social Sciences Studies Journal*.
- Tetlock, P., & Mellers, B. (2002). The Great Rationality Debate. *Psychological Science*, 13, 94 - 99. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00418>.
- Thaler, R. (2016). Behavioral Economics: Past, Present and Future. *Behavioral & Experimental Finance (Editor's Choice) eJournal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2790606>.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Yale University Press.

- Tınaz, P. (2005). *Çalışma Yaşamından Örnek Olaylar*. Beta Kitap.
- Toigonbaeva, D. ve Eser, R. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak Davranışsal İktisat. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 287-321.
- Toprak, H. (2014). *Ergenlerde mutluluk ve yaşam doyumunun yordayıcısı olarak psikolojik sağlamlık ve psikolojik ihtiyaç doyumu* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Toprak, N. G. (2014). B2C E-Ticaret'in tam rekabet piyasası çerçevesinde değerlendirilmesi: Türkiye örneği. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 64-75.
- Ustaahmetoğlu, E. (2015). Satın alma niyeti üzerinde ürün kıtlık mesajları, algılanan kalite ve algılanan değerin etkisi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 157-177.
- Ünal, R. (2019). Davranışsal İktisat Bağlamında Z Kuşağı Tüketici Davranışlarının Cinsiyet Farkına Göre İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 574-587.
- Xiao, J., & Olson, G. (1993). Mental Accounting and Saving Behavior. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 22, 92-109. <https://doi.org/10.1177/004677749302200105>
- Yaman, A. (2023). Uluslararası ticarete tekelleri rekabete dayalı dış ticaret teorileri. *İçinde Teorik ve Politik Yönleriyle İktisadi ve Finansal Alanda Yaşanan Gelişmeler* (ss. 43-48).
- Yanıklar, C. (2010). Tüketim kültürü, kapitalizm ve insan ihtiyaçları arasındaki ilişki üzerine bir tartışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.
- Yavaş, T., Aygün, B. ve Ulak, H. (2021). Türk Milli Eğitim Sisteminin Amaçladığı İnsan Profili: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Temelinde Bir Değerlendirme. *Journal of Social Sciences And Education*, 4(1), 42-56.
- Yeşil, A. (2016). Liderlik ve motivasyon teorilerine yönelik kavramsal bir inceleme. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(3), 158-180.
- Yeşildağ, İ. (2022). Sınırlı rasyonellik bağlamında iktisadi bilgi ve influencer takibi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 6(16), 144-155.
- Yıldırım, K., Koyuncu, C., Yazıcı, A. ve Erdoğan, M. (2018). *Mikro İktisat*. Anadolu Üniversitesi Yayını.

- Yıldız, F. (2020). Rasyonel seçim teorisi ile organize suçları anlamak. *Akademik Hassasiyetler*, 7(14), 147-171.
- Yılmaz, Y. (2019). *Eksik rekabet piyasalarında rekabet üstünlüğü: Kastamonu ilinde bir uygulama* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kastamonu Üniversitesi.
- Yiğit, A. G. (2019). Rasyonel Bireyin Beklenen Fayda Teorisine Davranışsal Yaklaşım: Sınırlı Rasyonelliğin Beklenti Teorisi. İçinde A. Ş. Duymaz ve Ö. Çelikkaleli (Ed.), *Bilim Dünyasında Multidisipliner Çalışmalar* (ss. 95-112). Berikan Yayınevi.
- Yiğit, A. G. ve Yiğit, M. (2019). Davranışsal iktisat çerçevesinde sınırlı rasyonalite: Tüketici tercihlerinde algı yanılgısı üzerine bir deney. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 19-34.
- Yüksel, E. ve Sarıdoğan, E. (2011). Uluslararası ticaret teorileri ve Paul R. Krugman'ın katkıları. *Öneri Dergisi*, 9(35), 199-206.
- Yumrukuz, Ö. (2022). Çevrimiçi Çok Oyunculu Oyunlarda Z Kuşağının Oynama Pratikleri. *YAZIT Kültür Bilimleri Dergisi*, 2(2), 274-298.
- Zengi, C. A. (2023). Tüketici Satın Alma İlgilenimi Ve Davranışsal İktisat Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(20), 291-324.