

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

STATÜKO ÖN YARGISININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA YARATTIĞI
DEĞİŞİM: KIRKLARELİ İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Halis Berk AYDIN

HAZİRAN – 2023

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**STATÜKO ÖN YARGISININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA YARATTIĞI
DEĞİŞİM: KIRKLARELİ İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Halis Berk AYDIN

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Yiğit AYDOĞAN

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde bizzat elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada özgün olmayan tüm kaynaklara eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Halis Berk AYDIN

ÖZ
STATÜKO ÖN YARGISININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA
YARATTIĞI DEĞİŞİM: KIRKLARELİ İLİNDE BİR
ARAŞTIRMA

Aydın, Halis Berk

Yüksek Lisans, İktisat

Tez Yöneticisi: Dr. Öğr. Üyesi Yiğit Aydoğan

Haziran 2023

İnsanların zihinlerinde ön yargılar mevcuttur. Bu fenomenler karmaşık veya belirsizlik durumlarında insanların karar almalarını kolaylaştırmaktadırlar. Sınırlı bir rasyonaliteye sahip olan insanlar bu kısa yollara ve ön yargılara, karşılaştıkları seçenekler arttıkça daha çok başvurumaktadırlar. Bu tez çalışmasında statüko ön yargısı ve tüketim kavramları araştırılmış, tüketicilerin davranışlarını belirleyen unsurlar açıklanmış ve davranış modelleri incelenmiştir. İnsanları rasyonel kararlar almaktan uzaklaştıran statüko ön yargısının, insan zihninde yarattığı değişim ve tüketicilerin bu yanılgıya düşerken göz önüne aldıkları faktörler gösterilmiştir. İnsanlık tarihinde statükonun sağladığı pozitif katkılar göz ardı edilmemiş bununla birlikte statüko yanılgısının insanları rasyonaliteden uzaklaştırdığı da gözler önüne serilmiştir. Kırklareli ili özelinde yapılan uygulamada statüko yanılgısının tüketici davranışlarında yarattığı değişim araştırılmış, mevcut ilde rastgele seçilmiş denek grubundan, veriler anket yoluyla toplanmıştır. Statüko domine edildiği ve edilmediği zamanlar karşılaştırılıp etkileri gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Statüko ön yargısı, Tüketim, Tüketici.

ABSTRACT

THE CHANGE CAUSED BY STATUS QUO BIAS IN CONSUMER BEHAVIOR: A STUDY IN KIRKLARELI PROVINCE

Aydın, Halis Berk

Master of Arts, Economics

Supervisor: Assistant Professor Yiğit Aydoğan

June 2023

Prejudices are inherent in human mind and serve as cognitive shortcuts that facilitate decision-making in complex or uncertain situations. Individuals with limited rationality tend to rely increasingly on these biases and shortcuts as the number of options they encounter grows. This thesis examines the concepts of status quo bias and consumption elucidates the factors that influence consumer behavior and investigates behavioral models. Specifically, it explores the impact of the status quo bias on decision-making, which hinders individuals from making rational choices, and explores the factors that consumers consider when succumbing to this bias. While acknowledging the positive contributions of the status quo throughout history, this research also uncovers the extent to which the status quo bias diverts individuals from rationality. The study conducted in the province of Kırklareli investigates the influence of the status quo bias on consumer behavior, employing a questionnaire administered to a randomly selected group of participants within the province. The effects of the dominance or absence of the status quo are compared and observed.

Key Words: Behavioral Economics, Status Quo Bias, Consumption, Consumer.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iv
ABSTRACT	v
TABLolar	viii
ŞEKİLLER	ix
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

TÜKETİM KAVRAMI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞI MODELLERİ	5
1.1. Tüketim Kavramı	5
1.2. Tüketici Kavramı	6
1.3. Tüketicilerin Satın Alma Davranışları	7
1.4. Tüketici Davranış Modelleri	7
1.4.1. Marshall Ekonomik Model	8
1.4.2. Pavlov'un Öğrenme Modeli	9
1.4.3. Psikoanalitik Model	10
1.4.4. Toplumsal Model	10
1.4.5. Engel-Blackwell-Miniard Modeli	11
1.4.6. Nicosia Modeli	12
1.4.7. Howard- Sheth Modeli	12

2.BÖLÜM

TÜKETİCİLERİN İKTİSADİ KARARLARINI ETKİLEYEN ÖN YARGILAR	13
2.1. Aşırı Güven	13
2.2. Kayıptan Kaçınma	13
2.3. Sürü Davranışı	15
2.4. Statüko Ön yargısı	16

3. BÖLÜM

STATÜKO ÖN YARGISININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA YARATTIĞI DEĞİŞİM: KIRKLARELİ İLİNDE BİR ARAŞTIRMA	21
3.1. Literatür Taraması	21
3.2. Araştırma	31
3.3. Araştırmanın Konusu ve Teorik Çerçevesi	31
3.4. Araştırmanın Amacı	32

3.5. Araştırmanın Yöntemi.....	32
3.5.1. Analizde Kullanılan İstatistiksel Yöntemler	32
3.6. Demografik Verilerin Dağılımları.....	35
3.7. İstatistiksel Analizler ve Bulgular	36
3.7.1. Statüko Yatkinlığına Yönelik Likert Ölçeğinde Verilen Soruların Cevaplarının Ortalamaları.....	37
3.7.2. Statüko Ön Yargısına İlişkin Bulgular	38
3.7.3. Araştırma Hipotezleri.....	42
3.7.4. Araştırma Hipotezlerinin test edilmesi yorumlanması.....	42
SONUÇ.....	49
KAYNAKÇA	53
EKLER.....	59
Statüko Ön yargısı Anketi- Kontrol Grubu	59
Statüko Ön yargısı Anketi- Deney Grubu	64

TABLÖLAR

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı.....	35
Tablo 2: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı	35
Tablo 3: Katılımcılar Okumakta Olduğu Bölümler.....	36
Tablo 4: Anket Sorularına Verilen Cevapların Ortalamaları	37
Tablo 5: Birinci Soruya Anket Verilen Cevapların Ortalamaları.....	38
Tablo 6: İkinci Soruya Anket Verilen Cevapların Ortalamaları	39
Tablo 7: Üçüncü Soruya Anket Verilen Cevapların Ortalamaları	40
Tablo 8: Dördüncü Soruya Verilen Cevapların Ortalamaları	41
Tablo 9: Cinsiyet Farklılıklarının Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonucu.....	43
Tablo 10: Cinsiyet Farklılığı Korelasyon Testi Sonuçları	43
Tablo 11: Yaş Farklılıklarının Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonucu	44
Tablo 12: Yaş Farklılığı Korelasyon Testi Sonuçları.....	45
Tablo 13: Fakülte Farklılıklarının Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonucu.....	46
Tablo 14: Fakülte Farklılığı Korelasyon Testi Sonuçları	46
Tablo 15: Statüko Ön Yargısı Ki-Kare Testi Sonuçları	47

ŞEKİLLER

Şekil 1: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Kotler ve Armstrong, 2018:171)	5
Şekil 2: Tüketici Davranışı Modeli (Eroğlu, 2012:12).....	8
Şekil 3: Değer Fonksiyonu (Kahneman ve Tversky, 1979:279).....	14
Şekil 4: FMRI test sonuçları (Fleming, Thomas ve Dolan, 2010:6007)	17



GİRİŞ

Geleneksel iktisat, bireyleri karar alma sürecinde rasyonel insan başka bir deyişle “Homo economicus” olarak nitelendirmektedir. Genellikle klasik ve neoklasik ekonomide bu kavram insan davranışlarının basitleştirilmiş bir modeli olarak kullanılır. Homo economicus modeline göre, bireyler farklı seçenekler arasında maliyetleri ve faydaları tam bilgiye sahip bir biçimde değerlendirir ve mevcut seçenekler dahilinde fayda düzeyini maksimize eden kararlar alır. Fakat tam bilgi varsayımı sadece çok sınırlı örnek uzay kümelerindeki tercihler için geçerli bir varsayımdır. Bu varsayım özellikle günümüz dünyasında yaşayan bireylerin aldıkları kararlarda bir şey ifade etmemektedir.

Rasyonel seçim teorisi, bireylerin kendileri için en uygun ve en akılcı olan seçimi yapma eğiliminde olduklarını varsayar. Bireylerin tercihlerini optimize etmeye çalıştıklarını ve belirli hedeflere ulaşmak için çıkarlarını maksimize ettiklerini ileri sürer. Teoriye göre bireyler net hedeflere sahiptir ve eylemlerini bu hedeflere ulaşmak için konsolide eder. Sınırlı kaynaklara, zaman ve bilgi eksikliğine sahip bireyler tercihlerini yaparlarken belirli kısıtlar ile karşılaşmaktadırlar. Bireyler tercihlerini karşılaştıkları farklı seçenekler içerisinde belirli bir sıralamaya göre yapmaktadırlar. Seçim yapılan alternatifler kümesi içerisinde tam ve geçişli tercih ilişkileri vardır. Tam tercih ilişkisi kişinin iki alternatif arasında kararsız kalmaması olarak tanımlanır. Geçişken olması ise a seçeneğini b seçeneğine tercih ederken, b seçeneğini de c alternatifine tercih etmesi durumunda a seçeneğini c seçeneğine tercih etmesi olarak tanımlanır (Samuelson,1938:61-71). Tercihlerini optimize etmek için bireyler kısıtlı kaynakları ve bilgiyi en iyi şekilde kullanarak faydalarını maksimize edecek tercihi yaparlar.

Geleneksel iktisadın bireylerin tercih modellerine yönelttiği yaklaşım psikolojik faktörleri dışarıda bırakmadır. Bu durum farklılaşmanın önüne geçtiği için hesaplamayı kolaylaştırmaktır. “Bu rasyonellik varsayımı nedeniyle analizler daha kolay hale gelmiştir. Çünkü insan davranışını etkilediği düşünülen birçok değişken analiz dışıdır. Psikolojik durumlar bilindiği üzere, kişiden kişiye değişiklik gösterebilmektedir.” (Bozoğlu,2020:1)

Davranışsal iktisat ise seçim modellerine psikolojiyi de dahil ederek bireylerin kararlarında sınırlı bir rasyonellik içerisinde karar aldığını belirtmiştir. Bu alandaki yapılan çalışmalar geleneksel iktisadın teorilerini reddetmemektedir. Aksine geleneksel iktisadın teorilerine tamamlayıcı bir nitelik kazandırmaktadır.

Literatürde pek çok çalışmada görüldüğü üzere kişilerin kararları demografik özelliklerine göre değişim gösterdiği için demografik özellikleri ile statüko ön yargıları arasındaki ilişki de araştırılmıştır. Çalışmada Statüko ön yargısının tercih edilmesinin sebebi ise özellikle değişim çağı olarak nitelendirilen 21’inci yüzyılda değişime karşı en büyük direnç olan statükonun iktisadi kararlarımızdaki etkisinin statüko ön yargısı olarak karşımıza çıkmasıdır.

Yapılan çalışmanın amacı; Kırklareli ilinde statüko ön yargısının tüketici tercihlerinde yarattığı değişimi, Likert tipi ölçek kullanılarak anket yöntemi ile açıklamaktır. Literatürde statüko ön yargısı ile doğrudan ilişki içinde olan çeşitli faktörlerden yararlanılarak statüko yatkınlığı kavramı ile literatüre, özgün bir katkı sağlanması da amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda katılımcılardan elde edilen verilerin temel istatistiksel göstergeleri hesaplanmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov-Smirnov testi ile ölçülmüş, İkili gruplar arasındaki ortalamaların farklarının anlamlı olup olmadığını anlamak için t-testleri hesaplanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin gücünü ölçmek için korelasyon testleri yapılmıştır. Statüko yatkınlığı ile statüko ön yargısının bağımsız olup olmadığını ki-kare testi ile hesaplanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde; tüketim kavramının, tüketimin neden yapıldığı ve ihtiyaçlar hiyerarşisi üzerinden açıklanmasının ardından tüketici

kavramı tanımlanmıştır. Tüketicilerin satın alma davranışları ve bu davranışların nasıl gelişim süreci anlatılmıştır. Tüketicinin satın alma modelleri dışsal ve içsel faktörler açısından incelenmiştir.

İkinci bölümde; iktisadi kararları alırken karşılaşılan ve statüko ön yargısıyla doğrudan ilişkili olan sürü davranışı, kayıptan kaçınma ve aşırı güven ön yargıları açıklanmıştır. Statüko ön yargısı detaylıca tanımlanmış olup nedenleri incelenmiştir. Statüko ön yargısının beynin hangi bölümünü uyardığı literatüre uygun olarak açıklanmış olup, bu ön yargının etkilerini azaltmanın da çözümleri sıralanmıştır.

Üçüncü bölümde; öncelikle literatür araştırması yapılmış genel ve spesifik çalışmalar incelenerek araştırma için uygun teorik zemin oluşturulmuştur. Demografik, statüko yatkınlığı ve statüko ön yargısını ölçmek için toplanan veriler incelenmiş ve araştırma için uygun zemin hazırlanmıştır. Araştırmaya yönelik hipotezler oluşturulmuş ve son olarak toplanan veriler IBM SPSS Statistics 26 yazılımı kullanılarak; verilerin normal dağılıma sahip olup olmadıkları incelenip, t-testi, ki-kare testi ve korelasyon testleri ile hipotezlerin doğruluğu sınanmıştır. Sonuç kısmında, araştırmada elde edilen bulguların literatüre uygunluğu test edilmiş ve hipotezlerin sonuçları yorumlanmıştır.

Çalışmada veri elde etmek için kullanılan yöntem olarak 5’li Likert ölçek tipinde verilen sorularla online olarak gerçekleştirilen anket yöntemidir. Katılımcılar Kırklareli Üniversitesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Anket sorularının birinci bölümünde katılımcılardan cinsiyet, yaş ve okudukları bölümden oluşan demografik bilgileri istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların statüko yatkınlıklarını ölçmek için literatürde statüko ön yargısıyla doğrudan ilişkisi olduğu tespit edilen ve üçüncü bölümün literatür araştırmasında örnek verilen değişkenlere yönelik 6 adet soru sorulmuştur. Anketin üçüncü bölümünde katılımcılar kontrol grubu ve deney grubu olmak üzere ikiye ayrılıp statüko ön yargısının ölçümünde sıklıkla kullanılan Samuelson Zeckhauser (1998) kullandıkları sorular, araştırmacılardan izin alınarak kullanılmıştır.

1. BÖLÜM

TÜKETİM KAVRAMI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞI MODELLERİ

Bu bölümde tüketim kavramı, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi ve tüketici kavramı açıklanmıştır. Tüketicilerin satın alma davranışı sırasında yaşadığı süreç incelenmiştir. Tüketim modelleri içsel ve dışsal faktörler açısından açıklanmıştır.

1.1. Tüketim Kavramı

Tüketim süreci insanlık tarihin başlangıcından itibaren süregelen bir kavramdır. İnsanlık tarihinin başlangıcında tüketim bağımsız bir niteliktedir. Nüfus arttıkça ve çevresel şartlar değiştikçe üretime bağlı bir fonksiyon olmuştur.



Şekil 1: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Kotler ve Armstrong, 2018:171)

Maslow 1943 yılındaki çalışmasıyla bireylerin ihtiyaçlarını belirli bir sırayla karşıladığını ileri sürmüştür. İhtiyaçlar hiyerarşisi olarak adlandırdığı modelde bireylerin başlıca fizyolojik, güvenlik, sosyal, saygınlık ve en son da kendini gerçekleştirme ihtiyacının olduğunu ileri sürmüştür. Maslow'a göre insanlar

piramidin alt seviyelerindeki ihtiyaçlarını tamamlamadan st seviyelere geçemezler.

Tüketim, bir mal veya hizmetin kullanımı veya harcanması anlamına gelir. Ekonomik olarak, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetleri kullanması sürecini ifade eder. “Tüketime söz konusu olabilmesi için, mal ve hizmetlerden faydalanmanın doğrudan olması gerekir.” (Dinler, 2015:24)

Literatürde pek çok farklı tüketim tanımlaması yapılmıştır. Genellikle hayatta kalabilmek adına zorunlu ihtiyaçlar üzerinden yapılmaktadır. Fakat tüketim tanımı teknolojinin gelişimi ve birincil ihtiyaçların önceki dönemlere nazaran daha kolay giderilebilmesiyle yeni bir tanıma ihtiyaç duymaktadır.

Tüketim tanımına daha geniş ve günümüzün psikolojik gereksinimleri de ele alan bir bakış açısıyla Torlak, insanların hayatta kalmak için zorunlu ihtiyaçlarının yanında zorunlu olmayan ihtiyaçlarını da karşılamak için harcanan maddi ve manevi değerleri tüketmek olarak tanımlamıştır. (Torlak, 2000:34)

1.2. Tüketicici Kavramı

Tüketicici, mal ve hizmetleri satın alan veya kullanarak tüketen birey veya kurumlardır. Bir tüketicici, çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak veya isteklerini gerçekleştirmek için ürünleri ve hizmetleri satın alır. Tüketicici, piyasadaki mal ve hizmetlerin alıcısı olarak belirleyici bir role sahiptir. Tüketicici tercihleri, talep ve tüketim alışkanlıkları, bir ekonomideki üretim, dağıtım ve fiyatlandırma süreçlerini etkileyen faktörler arasındadır. Tüketicici talepleri ve tercihleri, üreticileri ve satıcıları belirli ürünler ve hizmetler sunmaya yönlendirirken, rekabeti teşvik eder ve piyasanın gelişmesine katkıda bulunur.

Her birey hayatta kalabilmek için bir tüketicici olmak zorundadır. Özellikle sanayi devriminden sonra bireylerin hedonist tüketim tercihlerinde büyük bir artış görülmüştür. Literatürde birçok Tüketicici tanımı vardır. Kişiler satın alma davranışını psikolojik nedenler ile yapabildiği gibi ailesi veya farklı insanlar için

de yapabilir. Karabulut tüketiciyi şu şekilde tanımlamıştır; kendisinin veya ailesinin arzu, istek ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmetleri satın alan veya satın alma gücünde olan kişilerdir. (Karabulut, 1981:11)

1.3. Tüketicilerin Satın Alma Davranışları

İktisat literatüründe genellikle Tüketicilerin satın alma davranışları, bireylerin ürün ve hizmetleri satın alma, kullanma ve elde etme süreçlerinde sergiledikleri eylemler olarak tanımlanır. Tüketiciler, satın alma kararlarını etkileyen bir dizi süreçlerden geçerler. Bunlar arasında ihtiyaç ve istek tanımlama, bilgi arama, alternatif değerlendirme, satın alma kararı, satın alma sonrası değerlendirme gibi adımlar bulunmaktadır. Tüketiciler bu süreçlerde kararlarını etkileye faktörleri değerlendirir ve sonuç olarak bir ürün veya hizmeti satın alır.

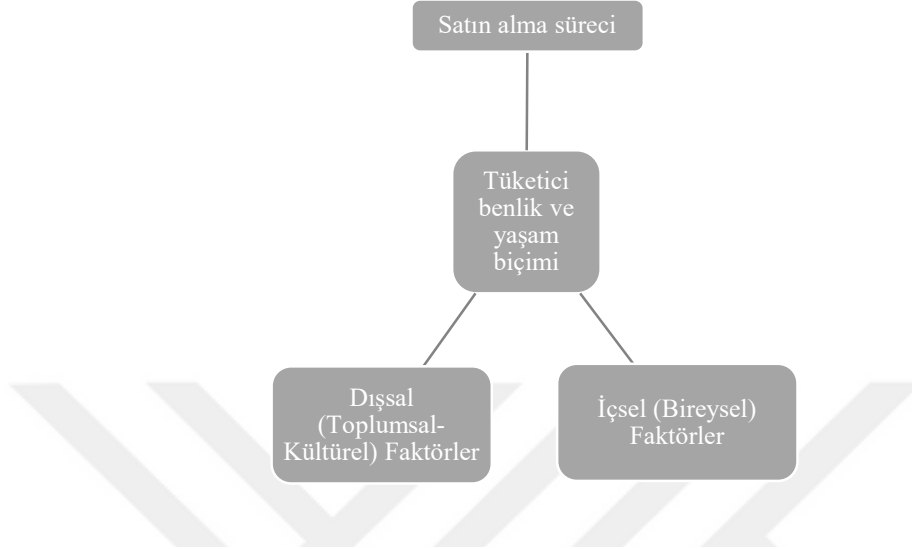
Eroğlu çalışmasında tüketici davranışlarının çeşitli özelliklerini sıralamıştır. Buna göre;

- Gütölenmiş bir davranıştır.
- Dinamik bir süreçtir.
- Çeşitli faaliyetlerden oluşur.
- Karmaşıktır ve zaman açısından farklılıklar gösterir.
- Farklı roller ile ilgilenir.
- Çevresel faktörlerden etkilenir.
- Farklı kişiler için farklılıklar gösterebilir. (Eroğlu, 2012:6)

1.4. Tüketici Davranış Modelleri

Tüketici davranış modelleri, tüketicilerin satın alma kararları ve davranışlarını açıklamak ve anlamak için kullanılan teorik çerçevelerdir. Pek çok tüketici davranış modeli olmasına karşın başlıca Klasik ve Modern modeller iki grupta incelenmektedir. Klasik yani açıklayıcı modeller; Ekonomik, Freudian, Veblen ve Pavlovian modeldir. Klasik modeller tüketicilerin kararlarını tek bir

varsayım üzerinden açıklamaktadırlar. Ekonomik model tüketicilerin



Şekil 2: Tüketici Davranışı Modeli (Eroğlu, 2012:12)

davranışlarını bireylerin rasyonel davranması ile açıklar. Freudian model bilinçaltı, Veblen model tüketicilerin içerisinde yer aldığı grup ve kültüre ve Pavlovian modelde öğrenme yetileriyle açıklamaktadır. Modern yani tanımlayıcı tüketici davranış modelleri tüketicinin satın alma davranışını bir sorun çözme eylemi olarak değerlendirmektedirler. Modern modellere göre satın alma süreci iç ve dış faktörlerden etkilenmektedir. Satın alma süreci de belirli faaliyetlerin bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Başlıca modern modeller; Assael, Howard Shelt-Hs, Engel-Kollat-Blackwell (EKB) ve Nicosia modelidir.

1.4.1. Marshall Ekonomik Model

Klasik iktisat bireyleri rasyonel insan yani homo economicus olarak ele alır. Bu kavram, tüketici ve üretici davranışlarını açıklamak için kullanılır. Ekonomik davranışın temelinde rasyonellik ve çıkar odaklılık olduğunu varsayar.

Bu kavramı benimseyen bir modelde, insanlar ekonomik kararlarını maksimum fayda veya kar elde etme amacıyla alır ve bu kararlarını rasyonel bir şekilde değerlendirirler. Homo economicus modeline göre, insanlar belirli bir

kaynak ve bilgiye sahip olduklarında en iyi ekonomik sonucu elde etme için optimize ederler.

Açlığını gidermek isteyen bir tüketici, aynı fiyattan bir kilo tavuk ve bir kilo balık seçenekleri ile karşı karşıya geldiğinde ürünleri satın almakta kararsız kalması beklenir. Marjinal fayda kavramına göre tüketici hangi maldan daha fazla marjinal fayda edebilecekse o malı satın alma yönünde bir davranış sergiler. Tüketici açısından marjinal fayda, bir birim mal veya hizmetten elde edilen ek fayda olarak tanımlanır. Azalan marjinal fayda yasasına göre birey tavuktan da balıktan da her bir birim tükettiğinde elde edeceği fayda azalmaktadır. Bu durumda kişinin alacağı karar, fiyatları aynıyken hangi malın marjinal faydası o an daha yüksekse o malı satın alacağı varsayılır.

Marshall'ın ekonomik modeline ilişkin varsayımları:

- Bir ürünün fiyatı düşerse o ürünün satışları artar.
- Bir malın ikamesinin fiyatı düşerse ikame edilen malın satışı artar.
- Tamamlayıcı malın fiyatının düşmesi tamamlanan malın satışını artırır.
- Tüketicinin gelirinin artması giffen mallar hariç diğer malların satışını artırır.
- Pazarlamanın önemli bileşenlerinden biri olan tutundurma giderlerinin artması satışları artırır.
- Bir malın üretiminde kullanılan ham madde fiyatlarında yaşanan bir artış ürünlerin fiyatlarının artmasına neden olur.

1.4.2. Pavlov'un Öğrenme Modeli

Klasik koşullanma teorisi temel alınarak oluşturulan model, hayvan davranışlarının öğrenme sürecini açıklamak için kullanılan bir teoridir. Temel aşamalar; Koşullanma, Koşullu uyarıcı ve koşullu tepki, öğrenme ve genelleme olarak 3 aşamadır. Pavlov, deneylerinde köpeklerin doğal olarak oluşan bir tükürük tepkisini, bir zil sesi gibi nötr bir uyarıcı ile eşleştirerek koşullu bir

tepkkiye dönüştürebileceğini gösterdi. Bu sürece “koşullanma” denir. Zil sesi zamanla bir koşullu uyarıcı haline gelir. Genelleme ise köpeklerin zil sesi yerine farklı bir tizlikteki çan sesine de tükürme tepkisi verebilirler. Özellikle pazarlama alanında kullanılan bu tüketim modeli bireylerin zihinlerinde bir koşullanma yaratmak için kullanılır. Yumuşatıcı reklamlarında yumuşaklığı koşullayacak bir figür, şampuan reklamlarında uzun ve dolgun saçlara sahip kadınların yer alması tüketicileri koşullandırmak amacıyla.

1.4.3. Psikoanalitik Model

Psikoanalitik modelde, insanın kişilik yapısı üç bileşenden oluşur. İd, doğuştan gelen içgüdülerin ve temel arzuların bulunduğu bölümdür. Ego, gerçeklik ilkesine göre çalışan ve içgüdüleri uygun bir şekilde tatmin etmeye çalışan bir bileşendir. Süper ego, toplumsal normlar, değerler ve ahlaki kuralların temsilcisi olan içsel bir otoritedir. Bu model ile tüketici davranışının fizyolojik ihtiyaçlarla birlikte psikolojik sebeplerle de şekillenmektedir. Reklamlarda çekici temaların kullanılması bireylerin id bölümüne yönelik olarak tüketicilerin satın alma modellerine bilinç dışı bir yönlendirme yapmayı hedeflemektedir.

Ekonomik faktörler kadar sembolik faktörler de bireylerin davranışlarını yönlendirebilmektedir. Bu sebeple bireylerin bilinçaltını etkileyerek korkularını, sevgilerini, nefretlerini kapsayan ve İd’i harekete geçirecek uyarıcıları tespit etmek, firmalar için bir pazarlama ve satış stratejisi olabilir. (Karabacak, 2003:81)

1.4.4. Toplumsal Model

Veblen’e göre tüketim ve prestij, tüketim davranışı toplum içindeki sosyal statü ve prestij arayışıyla güçlü bir şekilde ilişkilidir. İnsanlar, toplumsal statülerini ve güçlerini göstermek için lüks ve gösterişli mal ve hizmetlere yönelirler. Bu tüketim davranışı, sosyal statünün sembolik bir ifadesi olarak

görülür. Bazı firmalar bu durumu bir pazarlama stratejisi olarak kullanmaktadırlar. X marka bir telefon aldığınızda çevrenize ve kendinize ben bu telefona bu kadar para verebilecek kadar kazanan bir ekonomik sınıfın içerisindeyim mesajı verirsiniz.

Toplumun tüm sosyal gruplarındaki bireyler, içerisinde bulundukları sınıftan yukarıdaki sınıfta olmaya yönelik hareket ederler. Bir üst sınıfa çıkmazsa bile bir üst sınıftaymış gibi görünmek istediği için ait olmak istediği sınıfın tüketim alışkanlıklarını taklit eder. (Şan ve Hira, 2004:6)

1.4.5. Engel-Blackwell-Miniard Modeli

Bu model 1990'larda Albert Mehrabian ve James Russell'ın işaretlenmiş duygu teorilerine dayanmaktadır. EBM modeli tüketici satın alma sürecini bilgi arama, değerlendirme ve karar alma aşamaları olarak üç ana aşamaya ayırır. Tüketici, ihtiyaçlarını karşılamak için ürün veya hizmetler hakkında bilgi aramaya başlar. İçsel ve dışsal faktörlerin etkisi altında bilgi toplama stratejileri kullanılır. İçsel faktörler, bireyin bilgiye olan ilgisi ve deneyimi gibi kişisel özellikleridir. Dışsal faktörler ise pazarlama iletişimi, reklamlar, arkadaş tavsiyeleri gibi dış etkenlerdir. Tüketici, topladığı bilgileri kullanarak alternatif ürün veya hizmetleri değerlendirir. Ürün özelliklerini, fiyatlarını, marka imajını, kalitesini ve diğer faktörleri dikkate alarak karar alma sürecine girer. Değerlendirme sürecinde tüketici, kişisel tutumlarını, algılarını, değerlerini ve önceki deneyimlerini kullanır. Alternatifleri değerlendirerek satın alma kararı alır. Bu aşamada tüketici, satın alma kararını etkileyebilecek faktörleri değerlendirir. Bunlar arasında maliyetler, riskler, marka sadakati, sosyal etkileşimler ve kişisel tercihler bulunur. Karar alma süreci sonucunda tüketici, satın alma veya satın almama kararını alır.

Yaygın medya, online platformlar ile aile ve arkadaşların tavsiyeleri gibi dışsal etkileyiciler alternatiflerin değerlendirilmesinde önemli rol oynamaktadırlar. Ayrıca değerlendirme ve karar alma sürecinde dikkate alınması

gereken bir diğ er faktör ise, ekonomik faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Lerner, Small ve Loewenstein, 2004:7)

1.4.6. Nicosia Modeli

Tüketicisi satın alma sürecini bir iletişim modeli olarak ele alır ve tüketicinin bilgi arama, değerlendirme ve satın alma kararı aşamalarını içerir. Tüketicisi, belirli bir ürün veya hizmetle ilgili algılar ve inançlar geliştirir. Topladığı bilgilere dayanarak tutumlarını ve tercihlerini oluşturur.  r n veya hizmetle ilgili pozitif veya negatif bir tutum geliştirir. Tüketicisi tutumları ve tercihleri doğrultusunda satın alma davranışına yönelik niyet oluşturur. Satın alma kararı alma aşamasına ilerler ve niyetini eyleme dönüştürmeye karar alır. Tüketicisi, uygulama aşamasına geçer ve oluşturulan niyeti temelinde ürün veya hizmeti satın alır.

Model tüketicisi satın alma davranışını anlamak ve pazarlama stratejilerini oluşturmak için bir  er eve sunar. Tüketicisi iletişimi, algılamaları, bilgi arayışı ve satın alma sürecinin etkileşimini vurgular. Tüketicisi  r n ve şirkete yönelik bir tutum geliştirecektir ve müşteri tarafından ürünün araştırılması veya ürün özelliklerinin değerlendirilmesi sonucunu doğuracaktır. Eğer tüketicisi bir üründen memnun kalırsa, o ürünü satın almaya karar alabilir ya da tersi durum gerçekleşebilir.

1.4.7. Howard- Sheth Modeli

Tüketicisi davranışını etkileyen faktörlerin bireysel olduğunu savunur. Bunlar, kişisel özellikler, tutumlar, değerler, ihtiyaçlar, motivasyonlar ve algılardır. Satın alma sürecini ihtiyaç tanımlama, bilgi arama, değerlendirme, satın alma kararı ve satın alma davranışı aşamalarına ayırır. Devamında tüketicisi satın alma sonrası denetimlerini değerlendirir ve bu deneyimlere dayanarak gelecekteki satın alma kararlarını etkiler.

2.BÖLÜM

TÜKETİCİLERİN İKTİSADİ KARARLARINI ETKİLEYEN ÖN YARGILAR

Bu bölümde statüko ön yargısıyla doğrudan ilişkili olan ön yargılar açıklanmıştır. Statüko ön yargısı hakkında detaylı bir biçimde bilgiler verilmiştir. Statüko ön yargısının nedenleri, karar modelleri, beyinde yarattığı değişim ve statüko ön yargısının azaltılmasına yönelik öneriler verilmiştir.

2.1. Aşırı Güven

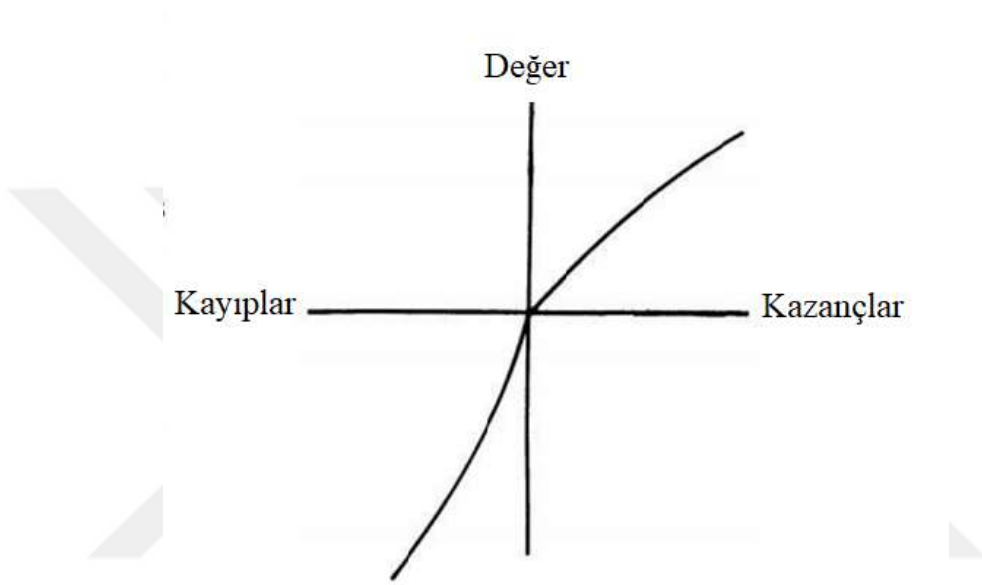
Aşırı güven ön yargısı bireyin kendi performansını ve becerilerini yanlış bir şekilde değerlendirerek aşırı iyimser etmeye eğilimi olarak tanımlanabilir. Aşırı güven ön yargısı mevcut olan riski daha düşük kabul ederek riskli kararlar almaya yöneltebilir. Bilgi edinme konusundaki gereksinimleri küçümseyerek bir direnç oluşturur. Bireylerin, normal yaşantılarında sıklıkla aşırı güven duygusu içinde oldukları görülmektedir. Aşırı güven kendi bilgilerinin doğruluğunu abartma eğilimi gibi birçok farklı şekilde kendini gösterir (Cheng, 2007:62).

Swenson çalışmasında risk alma davranışı ve aşırı güven ön yargısını incelemiştir. Araştırma hastanede 50 adet kaza yapan sürücü ile gerçekleşmiştir. Katılımcılara sürüş yeteneklerinin ortalamadan daha yüksek olup olmadığı sorulduğunda sürücüler ortalama olarak kendi sürüş yeteneklerinin diğer sürülerden iyi olduğunu savunmuşlardır (Bozoğlu, 2020:14).

2.2. Kayıptan Kaçınma

Kayıptan kaçınma ön yargısı, Nobel ödüllü Daniel Kahneman ve Amos Tversky tarafından geliştirilen Görünüm kuramı ile doğrudan ilişkilidir. Kahneman insanların kayıp ve kazançları farklı şekillerde değerlendirdiğini ve kayıptan kaçınma motivasyonunun kazanç hedeflemesinden daha güçlü olduğunu ortaya koymuştur.

Görünüm kuramı, ekonomik karar alma süreçlerinde insanların riski nasıl algıladıklarını ve bu algılamaların kararlarını nasıl etkilediğini açıklar. Kahneman ve Tversky'ye göre, insanlar olası kayıplardan kaçınmak için daha fazla risk alabilirken, olası kazançlardan daha az risk almaya eğilimlidirler. Bu durum insanların kararlarını etkileyen kayıptan kaçınma ön yargısını açıklar.



Şekil 3: Değer Fonksiyonu (Kahneman ve Tversky, 1979:279)

Kayıptan kaçınma ön yargısına göre bireyler, kayıpları kazançlardan daha fazla hissederler ve kayıplardan kaçınmak için daha fazla çaba sarf ederler. Bir kişi, potansiyel bir kayıp durumunda daha fazla risk almaktan kaçınır ve güvence altına alma stratejisine yönelebilir. İnsanlar potansiyel bir kayıptan kaçınmak için kendilerini güvence altına alma eğilimindedirler. Potansiyel kayıpların etkisini azaltmak için daha güvenli veya garantili seçenekleri tercih edebilirler. Bu durum da kayıptan kaçınma ön yargısı ile statüko ön yargısı birbirleriyle doğrudan ilişkili olmaktadır. Belirsizlikten kaçınma etkisi ise yatırımcıların belirsizlik ortamında çekimser davranmalarını ifade eder.

Riskten kaçınma etkisi, yılan sokma etkisi diye de adlandırılır. Adından da anlaşılacağı üzere yatırımcıların yapmış olduğu bir yatırımın zararlı sonuçlanmasının ardından sonraki yatırımında daha az risk taşıyan seçenekleri tercih edebilir (Bozoğlu, 2020:41).

2.3. Sürü Davranışı

Sürü davranışı bireylerin diğer bireylerin davranışlarını taklit etme eğilimi olarak tanımlanabilir. Gerçek hayatta kişiler birbirinin kararlarından etkilenmektedir. Piyasayla yakından ilişkili ve bilgi sahibi (lider) olduğu düşünülen bir yatırımcı, belirli bir hareket tarzı belirlediğinde diğer yatırımcılar da bu hareket tarzını benimseyip aynı yönde hareket etmeyi tercih edebilirler (Şişman, 2006:23). Bu durumda bireylerin kararlarını etkileyen faktör diğer insanların benzer bir şekilde davranmasıdır.

Genellikle bilgi eksikliği ve durumlarında ortaya çıkar. Bireyler, çevrelerindeki diğer insanların davranışlarını doğru ve başarılı değerlendirip onlara katılmaya karar alırlar. Böylece aynı zamanda hem daha kolay bir şekilde karar alabilir hem de sosyal uyum sağladıklarını düşünüp daha çok güvende hissederler. Dışlanmaktan kaçınma ve sosyal kabul isteği de bireyleri sürü davranışı ön yargısına yönlendirir.

Örneğin hisse senedi piyasasında yüksek karlar elde eden bir yatırımcı taklit edildiğinde eğer yatırımcı kar sağlıyor ise taklit eden kişinin de kendisine olan öz güveni yükselir. Piyasadaki bireylerin sürü davranışı ön yargısı yüksek ise bu durumda hisse fiyatları gerçek değerinden sapma gösterecektir (Chiang ve Zheng, 2010:1911)

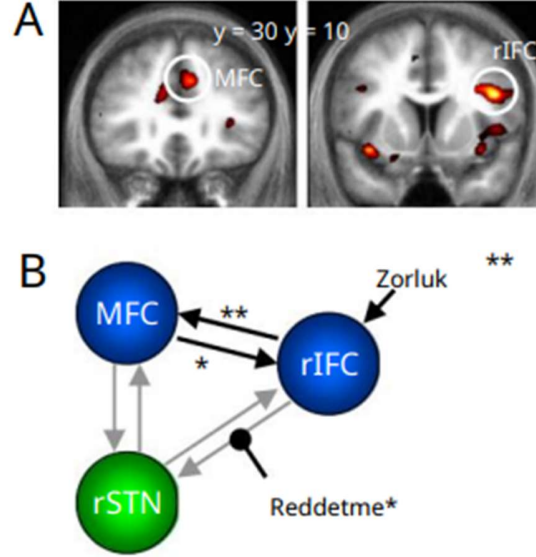
Teknolojik ilerlemeler ve sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte bireyler sosyal çevreyle günden güne daha fazla etkileşim içindedir. Bu durumun kişilerin sürü davranışı ön yargısını arttırması beklenirken bireylerin bağımsız olarak aldığı kararlar azalma eğilimindedir. “Bir yamyam kabilesinin üyesi yamyamlığı tamamen uygun ve doğru kabul eder.” (Asch, 1955:31)

2.4. Statüko Ön yargısı

Türk Dil Kurumu'na göre statüko, sürer durum anlamına gelmektedir. Epistemolojik olarak Latince “status quo ante” şeklinde genellikle ülkelerin toprak sınırlarının savaştan önceki duruma göre düzenlenmesini teklif etmek amacıyla uluslararası ilişkiler literatüründe kullanılmaktadır. Statüko ön yargısı, mevcut durumu koruma eğilimi olarak tanımlanır. Bireyler özellikle değişimle ilgili belirsizliklere ve risklere karşı statükonun değiştirilmesinden veya dönüştürülmesine karşı direnç gösterme eğilimindedirler.

Thaler ve Sunstein Statüko ön yargısını hisse senedi piyasasında yatırımcıların sahip oldukları hisse senetlerini değeri azaldığı halde elde tutmak istemeleri ile açıklamaktadırlar. Statükoyu şu şekilde de tanımlamaktadırlar; “Bir gazete ya da dergi aboneliğinde, insanların bir telefonla iptal ettirebilecek iken bunu yapmamaları bir statükodur.” (Thaler ve Sunstein, 2015:53).

Fleming, Thomas ve Dolan çalışmalarında katılımcılara statüko ile domine edilmiş çeşitli sorular sorup, zorluk seviyelerinde değişim gerçekleştirdiklerinde katılımcıların beyinlerindeki hangi bölgelerin aktifleştiklerini incelemişlerdir. Zor kararlar alırken katılımcıların statükoyu tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bunun yanında kolay sorularda karmaşık bilişsel işlevlerin düzenlenmesinde önemli rol oynayan medial frontal korteks ve rostral inferior frontal korteks daha fazla aktive olurken sorular zorlaştıkça bireylerde motor kontrol ve hareketlerin düzenlenmesinde önemli bir rol alan rostral subthalamic nucleus diğer bölgeleri domine etmiştir.



Şekil 4: FMRI test sonuçları (Fleming, Thomas ve Dolan, 2010:6007)

Tercihlerin statükodan yana olması her zaman olumsuz bir anlam taşımamaktadır. Sırf menüde bir farklılık olması adına zehirli olup olmadığı bilinmeyen bir mantarı yemek irrasyonel bir davranıştır. Bu sebeple Samuelson ve Zeckhauser statüko ön yargısının daha iyi bir seçenikle karşılaştığında statükonun tercih edilmesinin irrasyonel bir davranış olduğunu savunmuşlardır (Samuelson ve Zeckhauser, 1988:10)

Statüko ön yargısının ortaya çıkma sebepleri:

- Sürer durumda olan a tercihin olduğu seçim kümesine bir d seçeneği geldiğinde, yeni gelen d seçeneğine geçilmesinin bir maliyeti olacaktır. Eğer geçiş maliyeti d seçiminin sağlayacağı artı faydadan yüksekse bireyin statükoda kalması rasyonel olan bir seçimdir.
- Bilişsel yanlış algılamalar olduğunda kişi statükoda kalmayı tercih etmektedir.

- Yanlış algılanan batık maliyetlerden başka bir deyişle kişi süregelen seçimini değiştirdiğinde beklediği faydayı elde edememe durumunda yaşayabileceği pişmanlıktan dolayı statükoyu tercih edebilir.
- Bireyler yeni bir karar aldıklarında yaşayacakları fayda azalışını, faydalarında meydana gelecek artışa tercih edeceğinden dolayı kayıptan kaçınma ile de doğrudan ilişkilidir (Kahneman ve Tversky, 1974:453).
- Tutarlılık dürtüsünden kaynaklanan psikolojik bağlılıktan dolayı statükoyu tercih edebilir.
- Verilecek yeni kararın adaptasyon zorluğu statükonun tercih edilmesinde önemli bir etkidir.
- Süregelen karar önceden alınmış ve defalarca kez test edilmiş bir karar olabilir bu durumda bireyler alışlagelmiş kararın alındığı rahat ve güvenilir alandan çıkmak için direnç gösterebilir.
- Seçeneklerin fazla olduğu durumda bireylerin statükoyu tercih ederler (Dean, 2008:125).
- Sahiplik etkisinin olması statüko ön yargısı ile yakından ilişkilidir. Bu durumda sahiplik etkisinin yükseldiği durumlarda bireylerin tercihlerini statükodan yana kullanmaları beklenir. Gazel çalışmasında sahiplik süresinin statüko ön yargısı ile pozitif ilişki içinde olduğunu tespit etmiştir (Gazel, 2013:13).
- Süregelen seçimin devamına karar almak, karar alırken geçmişte değerlendirmesi yapılmış olduğu için zamansal olarak yeni verilecek seçime göre çok daha azdır. Yeni bir karar almak için aynı sorgulamaların baştan yapılması gerekmektedir. Sözü edilen karar almadaki zamansal fark statükonun tercih edilmesini yöneliktir.
- Bilgi eksikliği durumunda eğer yeni seçim sonucu kişi oluşacak riski analiz edemezse statükoyu tercih etmektedir.
- Toplumun aldığı kararları, dışlanma korkusu yaşayabileceğinden dolayı kişiler topluma karşı karar almaktan çekinmektedirler. Sürü etkisi ile de statüko ön yargısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

- Karşılaşılan soruların zorluğu artığında bireyler statükoyu tercih etmekte idiler (Fleming, Thomas ve Dolan, 2010:6005).
- Aşırı güven ön yargısı kişilerin almış oldukları kararlar üzerinde fazla iyimser olmasından dolayı en doğru kararı zaten seçim yanılığısına kapılarak daha iyi bir seçenek karşlarına çıktıklarında görmezden gelmeleriyle sonuçlanarak statükoyu tercih etmektedirler.

Statükonun ön yargısının etkilerini azaltmak için;

- Statüko ön yargısının farkında olmak ve nasıl çalıştığını anlamak önemlidir.
- Mevcut durumun dışında olabilecek alternatif senaryoları düşünmek önemlidir. Değişimin potansiyel faydalarını ve gelecekteki olası durumları değerlendirerek statüko ön yargısının etkisini azaltacaktır.
- Yapılacak seçimle alakalı araştırma yapmak ve bilgi edinmek.
- Riskleri değerlendirme, değişimle gelecek riskleri değerlendirmenin yanında sürer durumun yarattığı risklerin de göz ardı edilmemesi gerekir.
- Değişimi destekleyen insanlarla bir araya gelip benzer düşünen insanlarla yeni gruplar kurmak.
- Yavaş ve ikna edici ilerleme, bireylerin aniden karar değiştirmesi yerine küçük adımlar ile değişime girmesi daha kolaydır.

Masatlioglu ve Ok 2005 yılında yayınladıkları çalışmalarında genelleştirilmiş seçim modelinde, statüko eğilimine izin veren rasyonel bir seçim teorisi sunmuşlardır. Seçim problemlerini, alternatif kümesi, $B \subseteq X$ ve bu küme içerisinde yer alan statüko alternatifi, $x \in B$ olarak genellemişlerdir. (B, x) seçim probleminde statüko olmaması durumu $x = \emptyset$ ile standart seçim problemlerini de

modele dahil etmişlerdir. Seçim kuralı olan C verilen seçim probleminde, alternatif kümesinden alternatifler seçer: $C(B,x) \subseteq B$.

Aksiyom α ve β 'nın statükoya uyarlanmış halleridir. Bu iki aksiyom birlikte statüko varlığında seçim kurallarının zayıf aksiyomu olarak düşünülebilir. Diğer özellik olan Aksiyom (üstünlük aksiyomu) için, y alternatifi, statüko yokken bir alternatif kümesinden B seçsin. Standard seçim teorisine göre y alternatifi B kümesindeki hiçbir alternatiften daha kötü değildir. Bir x alternatifi B kümesinde statüko haline geldiğinde, y 'nin seçilmemesinin tek nedeni x 'in statüko olduğu durumda ek bir değer kazanmış olmasıyla açıklanabilir. Eğer daha küçük bir alternatif kümesinden $B' \subset B, x$ statüko iken y tek başına seçilirse bu olasılık ortadan kalkar ve y alternatifi x statüko iken seçilmeye devam etmektedir.

Statükodan bağımsızlık aksiyomu için x alternatifinin kendisi statüko olsa bile hiçbir alternatif kümesinden seçilmezse, bu durumda x 'in seçim davranışında bir rolü olmamaktadır. Bu durumda eğer y alternatifi x statüko iken de B kümesinden seçiliyorsa hiçbir statüko olmadığında da seçilmeye devam etmelidir. Farklı bir durumda y alternatifi x statüko olduğunda seçiliyorsa, y statüko olduğunda değeri diğer alternatiflere göre artmakta ve tek başına seçilmektedir (Tapkı, 2020:207).

3. BÖLÜM

STATÜKO ÖN YARGISININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA YARATTIĞI DEĞİŞİM: KIRKLARELİ İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde öncelikle statüko ön yargısına yönelik literatür araştırılması yapılmıştır. Araştırmanın amacı ve yönetiminin açıklanması belirtilmiştir. Toplanan veriler temel istatistiki göstergeler ile açıklanmış olup ekonometrik analizler yapılarak sonuca ilişkin yorumlar ve politika öneri yapılmıştır.

3.1. Literatür Taraması

Bireylerin rasyonel olarak karar alıp almadığı literatürde bir çok araştırmanın konusu olmuştur. Çalışmalarda bireylerin tüketim, yatırım ve tasarruf kararlarında bir çok ön yargı sebebiyle sınırlı bir rasyoneliteye sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu gözlemler belirli oyunlar kurgulanılarak, nörolojik çalışmalar ile ve anket yöntemi ile toplanan veriler aracılığıyla analiz edilmiştir.

1979 yılında Kahneman ve Tversky bireylerin risk alma ve karar alma sürecinde nasıl davrandığını anlamaya yönelik bir çalışma ortaya koymuşlardır. Geliştirdikleri “Beklenti teorisi” insanların kararlarını rasgele almadıklarını, duygusal ve bilişsel faktörlerin önemli bir rol aldığını savunur. Teoriye göre insanların karar alma süreçlerindeki eşiklerini, risk algılarını ve kayıplarla kazançlarını farklı şekillerde değerlendirdiklerini ileri sürer. Bireyler kayıp ve kazançlarını belirli referans noktaları ile karşılaştırır ve bu referans noktalarına göre hareket eder. Kayıplar ve kazançları mutlak riskler üzerinden değil mevcut durumla karşılaştırıldığında yaşanan değişim üzerinden değerlendirirler. Genellikle kayıpları daha fazla önemseyen bireyler kayıptan kaçınmaya yönelik hareket etmektedirler (Kahneman, ve Tversky,1979:263-291). Davranışsal iktisat

alanında yaptıkları bu çalışmalarıyla Kahneman ve Tversky 2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nün sahibi olmuşlardır.

Statüko yanılığı ilk olarak Samuelson ve Zeckhauser tarafından daha iyi bir seçenek sunulduğunda mevcut durumu korunma isteğinin keşfedilmesi olarak nitelendirilmiştir. Samuelson ve Zeckhauser 1988 yılındaki çalışmalarında statüko ön yargısının bireylerin mevcut durumu koruma eğiliminde olduklarını ileri sürer. Statüko ön yargısı bireyleri karar alırken değişime karşı direnmeye, riskten kaçınmaya ve alışlagelmiş olanı sürdürmeye yöneltir. Bireyler statüko ön yargısı ile karşılaştıklarında, değişimlerin getireceği belirsizlik, maliyetler ve mevcut faydalarındaki azalmaların yaşanabileceğinden dolayı duyacakları rahatsızlık nedenleriyle mevcut durumu korumaya yönelik tercihler yapabilirler. Statüko ön yargısından dolayı bireyler; tüketim, yatırım ve tasarruf gibi ekonomik kararlarında riskten kaçınma, yatırım, sigorta, piyasa rekabeti ve doğrudan tüketim kararlarında mevcut durumu koruyarak irrasyonel karar almanın yanında değişimle ilgili fırsatları da kaçırabilirler. Çalışmalarında statüko ön yargısının katılımcıların kararlarını etkilediklerini göstermek için bu çalışmada da kullanılan, 486 adet katılımcıdan oluşan kontrol ve deney gruplarına sorulan statüko içeren ve içermeyen bir takım sorular sormuşlardır. Çalışmalarında soruların içerisine statüko seçeneği konulduğunda katılımcıların aldıkları kararlarda statüko ön yargısının anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. (Samuelson ve Zeckhauser, 1988: 7-59)

Cialdini, Reno ve Kallgren, tarafından yapılan bir araştırmada, statüko ön yargısının bağış davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, mevcut bağış düzeylerini değiştirmek yerine insanların statükoya bağlı kalmayı tercih ettiğini bulmuşlardır. Örneğin, bir kuruluşa düzenli olarak bağış yapan kişilerin, bağış miktarını artırmak yerine aynı miktarı korumaya yönelik bir eğilim gösterdikleri tespit edilmiştir. (Cialdini, Reno ve Kallgren, 1990)

Kahneman, Knetsch ve Thaler çalışmalarında statüko ön yargısının kupa örneği üzerinden bireylerin sahiplik durumu bulundurduklarında attettikleri değerin de aynı değerde farklı bir ürün teklif edilse bile sahiplik etkisinin yüksek

olduğunu gözlemlemişlerdir. Deneklere bir kupa verildiğinde ve ardından aynı kupa için bir alışveriş teklifi yapıldığında, deneklerin büyük bir çoğunluğu kendi kupası için daha yüksek bir fiyat talep eder. Bu durum deneklerin sahip oldukları nesneyle duygusal bir bağ kurarak ona daha fazla değer atadıklarını ve bu nedenle elden çıkarmak istemediklerini gösterir. Aynı zamanda deneklerin sahip oldukları kupalar bir statüko temsilcisidir. Bu nedenle, denekler mevcut durumu değiştirmekten kaçınırlar ve alternatif bir seçenekle değiştirmek için daha yüksek bir talepte bulunurlar. Bu, deneklerin değişiklikten kaçınma ve alışlagelmiş durumu koruma eğilimlerini göstermektedir. (Kahneman, Knetsch ve Thaler, 1991: 195)

Fernandez ve Rodrik çalışmalarında bireysel belirsizliğin varlığında statüko ön yargısının reforma karşı direnç üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma bireylerin değişim veya reformla ilişkili faydalara rağmen mevcut durumu koruma eğilimini neden sergilediğini anlamayı amaçlamaktadır. Reformun sonuçları konusunda daha fazla belirsizliğe sahip olan bireylerin daha güçlü bir statüko ön yargısına sahip olduğunu göstermektedir. (Fernandez ve Rodrik, 1991)

Roch, Samulson ve Simonson tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, statüko ön yargısının tüketici tercihleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, insanların mevcut marka veya ürün seçimlerini değiştirmek yerine statükoya bağlı kalmayı tercih ettiklerini bulmuşlardır. Örneğin, yeni bir ürün veya marka tanıtıldığında, tüketicilerin mevcut alışkanlıklarını değiştirmekte direnç gösterdikleri ve daha tanıdık olan seçenekleri tercih ettikleri görülmüştür. Bu durum, pazarlama stratejilerinin başarısını etkileyebilir ve yeni ürünlerin benimsenmesini zorlaştırabilir. (Roch, Samulson ve Simonson, 1991)

Johnson, Hershey ve Meszaros, insanların mevcut durumu değiştirmekle ilgili maliyetleri göz ardı ettiklerini bulmuşlardır. Katılımcılar, mevcut durumu değiştirmek için ek maliyetlerin ortaya çıkması durumunda bile statükoya bağlı kalmayı tercih etmişlerdir. (Johnson, Hershey ve Meszaros, 1993)

Weber ve Hsee tarafından yürütölen bir araştırmada, statüko ön yargısının risk tercihleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, insanların mevcut durumu korumayı ve riskli kararlardan kaçınmayı tercih ettiğini bulmuşlardır. Örneğın, insanlar mevcut durumlarını değiştirmek için yüksek riskli fırsatlar yerine daha güvenli seçenekleri tercih edebilirler. Bu durum, girişimcilik ve inavasyon potansiyelini sınıryalabilir. (Weber ve Hsee, 1998)

Carmon ve Ariely sahiplik etkisini, çalışmalarında basketbol maçı için bilet kazanan öğrencilerin kazanamayan öğrencilere oranla 14 kat yüksek bir değer biçtiğini gözlemlemişlerdir. Deneyde, katılımcılara birçok farklı ürün içeren bir sepet sunulur ve sepetin değeri belirlenir. Ardından, katılımcılardan sepetin değerini ödemeleri karşılığında satın almaları veya sepeti ellernde tutarak bir sonraki aşamada değerin artıp artmadığını görmeleri istenir. Sonraki aşamada, sepetin değeri rastgele bir şekilde artırılır veya azaltılır. Deney sonucunda sepetin değeri artsa da azalsa da denekler satmaktansa ellerinde tutmayı tercih etmişlerdir. (Carmon ve Ariely, 2000: 365)

Johnson ve Goldstein tarafından yapılan çalışmada, statüko ön yargısının enerji tüketimi ve çevresel davranışlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, enerji tasarrufu yapmak için sunulan fırsatlara ragmen insanların mevcut enerji kullanım alışkanlıklarını değiştirmek yerine statükoya bağlı kalmayı tercih ettiklerini bulmuşlardır. Bu durum, enerji tasarrufu potansiyelini sınırlyabilir ve sürdürülebilirlik çabalarını zorlaştırabilir. (Johnson ve Goldstein, 2003)

Gibson, Sanbonmatsu ve Vorauer tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada ise statüko ön yargısının politik kararlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, insanların mevcut politik system ve liderlik yapısını değiştirmek yerine statükoya bağlı kalmayı tercih ettiklerini bulmuşlardır. Bu sonuçları politik değişikliklerin toplumda geniş çaplı Kabul görmesinin zor olduğunu ve statükonun siyasi karar alma süreçlerini etkilediğini göstermektedir. (Gibson, Sanbonmatsu ve Vorauer, 2006)

Lagnado ve Shafir, statüko ön yargısının, insanların riskli durumlarla karşılaştığında değişiklik yapmaktan kaçınmalarına neden olduğunu bulmuştur. Katılımcılar, mevcut durumu değiştirmek için daha yüksek riskli bir seçeneği tercih etmek yerine, statükoya bağlı kalmayı tercih etmişlerdir. (Lagnado ve Shafir, 2006)

Burmeister ve Schade çalışmalarında girişimciler, deneyimli bankacılar ve öğrenciler arasındaki statüko farklılığı üzerinden yaptıkları çalışmalarında en yüksek statüko yargısının sabit bir işi uzun süre yapmalarının bir sonucu olarak bankacılarda sonrasında görece yüksek deneyimlerinden dolayı girişimcilerde ve en az öğrencilerde olduğunu tespit ettiler. (Burmeister ve Schade, 2007: 345)

Richard Thaler çalışmasında bireylerin karar alma sürecindeki irrasyonel davranışlarının ekonomik sonuçlarını araştırmıştır. Araştırmaları, insanların çeşitli bilişsel ön yargılar, sınırlı rasyonellik, sosyal etkileşimler ve duygusal faktörler gibi etkenlerle bireylerin kararlarının etkilendiğini göstermektedir. Thaler, zihinsel muhasebe, batık maliyet ve sahiplik etkisi gibi ön yargıların bireylerin karar alma sürecinde ne ölçüde etkilerinin olduğu konusunda birçok bilim insanıyla birlikte çalışmalar yapmıştır. Dürtme (nudge) kavramı ise insanların daha faydalı kararlar almasına yardımcı olan küçük müdahalelerin kullanılmasını ifade eder. Thaler'a göre, insanların davranışları, karar alma süreçleri ve tercihleri, birçok faktörden etkilenir ve bu etkileri anlamak, daha etkili politika tasarımı ve insanların fayda düzeylerini arttırabilecekleri sonuçlar elde etmelerini sağlayabilir (Thaler ve Sunstein,2008:358). Davranışsal iktisat alanında yaptıkları çalışmalarıyla Thaler 2017 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nün sahibi olmuştur.

Keizer, Lindenberg ve Steg tarafından yapılan bir araştırmada, statüko ön yargısının çevresel davranışlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, insanların mevcut çevresel koşulları ve davranışları değiştirmek yerine statükoya bağlı kalmayı tercih ettiklerini bulmuşlardır. Örneğin, geri dönüşüm gibi çevresel önlemler sunulduğunda bile insanların eski alışkanlıklarını sürdürmeye daha

yatkın oldukları gözlenmiştir. Bu durum, sürdürülebilir çevresel davranışların benimsenmesini zorlaştırabilir. (Keizer, Lindenberg ve Steg, 2008)

Nicole, Fleming, Bach, Driver ve Dolan çalışmalarında statüko yanılığını yeni bir karar alındığında yaşanabilecek pişmanlığın etkisini nörolojik olarak incelemiştir. Hatalı verilmiş bir statüko reddinin beyindeki etkisinin doğru verilmiş statüko kabullerinden daha yüksek olduğu için kişiler statüko yanılığını yaşayabilmektedirler. (Nicole, Fleming, Bach, Driver ve Dolan, 2011: 3325)

Milkman, Beshears ve Choi tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, statüko ön yargısının emeklilik tasarruf düzeylerini değiştirmek yerine insanların statükoya bağlı kalmayı tercih ettiğini bulmuşlardır. Örneğin, çalışanların emeklilik planlarına yapılan otomatik katkı artışlarının isteğe bağlı katkı yapmaktan daha etkili olduğu gözlenmiştir. Bu sonuçlar, insanların gelecekteki mali güvenlikleriyle ilgili olarak statükoya bağlı kalmaya ve değişiklik yapmaktan kaçınmaya eğilimli olduklarını göstermektedir. (Milkman, Beshears ve Choi, 2011)

Samson ve Voyer tarafından yürütülen bir araştırmada, statüko ön yargısının cinsiyet eşitliği ile ilgili kararlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, insanların mevcut cinsiyet eşitsizliklerini değiştirmek yerine statükoya bağlı kalmayı tercih ettiğini bulmuşlardır. Örneğin, atama veya terfi süreçlerinde, mevcut cinsiyet dengesini değiştirmek yerine mevcut statükoyu sürdürme eğilimi gözlemlendi. Bu durum, cinsiyet eşitliği çabalarının engellenebileceğini ve mevcut sosyal normların değişmesinin zorluğunu göstermektedir. (Samson ve Vooyer, 2012)

Hsieh, Lai ve Ye Tayvan'da sağlık sektörü üzerinden yaptıkları çalışmalarında hastaların teknolojik gelişmelere karşı atalet, değer ve değişken maliyetler üzerinden bir statüko yanılığının girdiklerini göstermiştir. Araştırma, sağlık bulutunun hastalar tarafından Kabul edilme sürecinde teknoloji kabulü faktörlerinin hem de statüko ön yargısının etkili olduğunu göstermektedir. (Hsieh, Lai ve Ye, 2014: 9)

Dean, Kıbrıs ve Masatlioglu çalışmalarında büyük seçim setlerinde başka bir deyişle seçimler zorlaştıkça, bireylerde statüko yanılığını gözlemlemişlerdir. Küçük seçim setlerinde bireyler daha akılcı karar alabilmişlerdir. Sınırlı dikkat, insanların karmaşık bilgi ortamlarında daha kolay kararlar almasına ve çeşitli seçenekleri basitleştirmesine yol açabilir. Sınırlı dikkat ve statüko yanılığı birlikte etkileşime geçebilir. Sınırlı dikkat, insanları mevcut durumu koruma eğiliminde olmaya yöneltirken statüko yanılığı da sınırlı dikkati daha da pekiştirebilir. Bu durum, insanların daha fazla çaba gerektiren değişikliklerden kaçınma eğiliminde olduğunu ve mevcut durumu sürdürmeyi tercih ettiğini göstermektedir. (Dean, Kıbrıs ve Masatlioglu,2017: 7)

Grabicki ve Menges Kaliforniya’da özelinde uyguladıkları çalışmalarında, 300 katılımcıyı kontrol ve deney grupları olarak ayırmışlardır. Sözleşmeler beş farklı elektrik sözleşmesinin 15 farklı varyasyonu olarak tasarlanmıştır. Elektrik sözleşmelerinde domine edilmiş bir statükonun tüketici tercihlerini değiştirdiğini ve rasyonel seçim modellerinin beklentilerine aykırı olarak, çerçeveleme etkisine açık olduğunu gözlemlemişlerdir. (Grabicki ve Menges, 2017: 387)

Masatlioglu ve Ok’un çalışmasında statüko ön yargısı ve rasyonel seçim modelini incelemişlerdir. Çalışmalarında statüko ön yargısını bulunduran rasyonel bir seçim modeli yaratmışlardır. Modellerinde eğer bir y seçeneği x seçeneğine karşı statüko yokken B kümesinden seçiliyorsa standart seçim teorisine göre y seçeneği B kümesindeki seçeneklerden iyidir. x seçeneği B kümesinde statüko haline getirildiğinde x’in seçilmesi için tek neden x’in statüko olduğunda kazandığı fazladan değer olarak açıklanır. Eğer x değeri için bir statüko varken y değeri B kümesinden seçilmeye devam ediyor ise bu durumda y değerinin statükonun olmadığı düşünüldüğünde de seçilmesi gerekmektedir. Çalışmalarının sonucuna göre eğer kişi geçişli seçime göre başlangıçta statükoyu diğer tercihler ile kıyaslamakta statükoyu yenen bir alternatif yoksa statükoyu tercih etmektedir. Eğer statükoyu domine eden bir seçenek varsa, domine eden seçenek tercih edilmektedir. Statüko eğilimi, seçimi kendisi lehine etkilemenin

yanında diğer seçeneklerin de tercih edilmesini etkilemektedir. (Masatlioglu ve Ok, 2005:1-29)

Karabulut çalışmasında Berg'in yatırım oyununu Türkiye'ye uyarlamış ve farklı ülkeler ile iktisadi güven düzeyini diğer ülkeler ile kıyaslamıştır. Yatırım oyunu özellikle davranışsal finans alanında en çok kullanılan oyunlardan biridir. İstanbul Üniversitesi'ndeki 60 adet lisansüstü öğrencisi üzerinde yapılan bu çalışmada 2 farklı odaya alınan öğrencilerden ilk odaya alınanlardan diğer odaya bir para göndermesi ve gönderilen paramiktari diğer odaya üç ile çarpılarak verilecektir. İkinci odada bulunanlardan bu paranın ne kadar geri gönderileceği odada bulunan kişiye bağlıdır. Çalışma sonucuna göre ilk gönderim oranı %48 iken geri dönen para oranı %41'dir. Hiç para göndermeyenlerin oranı %5 iken geriye hiç para göndermeyenlerin oranı %4 olmuştur. Türkiye'nin iktisadi güven düzeyi görece düşük düzeyde kalmıştır. (Karabulut, 2008: 126)

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda yapılan bir araştırmada katılımcıların yatırım kararlarını etkileyen ön yargılar incelenmiştir. Yatırımcıların %65'i kendilerinin farklı yatırımcılardan daha başarılı olacağını öngörmektedir. 55 yaş üzeri yaş grubunda yatırımları zararda iken aldıkları hisse senetlerini satmaya direndikleri tespit edilmiştir. Bir diğer anlamlı sonuç da belirsizlik yüksek iken erkeklere oranla daha çekimser davranmalarıdır. (Kalaycı, Demir, Yıldız ve Göksu, 2009: 95)

İstanbul Menkul kıymetler Borsası'nda yapılan bir diğer çalışmada İzmir bölgesindeki 95 yatırımcı ile anket yönetimi ile veriler alınmıştır. Yatırımcıların rasyonel karar alıp alıpmadığı araştırılan çalışmada değeri yükselen hisseleri elden çıkartma eğilimi ve satın alındığı fiyata gelinceye kadar değer düşüklüğü yaşayan hisseleri satmama eğiliminde oldukları saptanmıştır. Bu durum kayıptan kaçınma ve statüko ön yargısının yatırımlar üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. (Yüksel, 2009: 45)

Acar, Altuntaş ve Aşkar tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, statüko ön yargısının eğitim sistemi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmacılar, Türk

eğitim yaklaşımlarının benimsenmesini ve değişimin gerçekleştirilmesini zorlaştırdığını tespit etmişlerdir. Bu durum, eğitim sistemindeki dönüşüm çabalarının önündeki engelleri göstermektedir. (Acar, Altuntaş ve Aşkar, 2015)

Karabulut ve Aydemir tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, statüko ön yargısının siyasi katılım üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, Türk seçmenlerin genellikle mevcut politik sistemi koruma eğiliminde olduğunu ve değişim taleplerinin sınırlı olduğunu tespit etmişlerdir. Bu durum, siyasi katılımın sınırlı olmasına ve politik değişikliklerin zorluğuna neden olabilir. Araştırmada ayrıca, toplumsal farkındalık ve siyasi eğitimin statüko ön yargısını azaltma potansiyeline sahip olduğu belirtilmiştir. (Karabulut ve Aydemir, 2015)

Aydın ve Türker tarafından yapılan bir çalışmada, statüko ön yargısının işletmelerde değişim yönetimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, Türk işletmelerinde çalışanların mevcut durumu koruma ve değişime direnç gösterme eğilimlerini belirlemiştir. Çalışma, işletmelerde statüko ön yargısının değişim süreçlerini etkileyebileceğini ve işletmelerin rekabet gücünü olumsuz etkileyebileceğini göstermiştir. (Aydın ve Türker, 2016)

Çekiç'in Bartın ilinde yaptığı çalışmasında çeşitli tüketim tercihleri üzerinde bireylerin demografik özelliklerinden dolayı birbirlerinden ayrıştıklarını gözlemlemiştir. Alışveriş alışkanlıkları konusunda, kadınların erkeklerden daha fazla giyim ve gıda alışverişi konularında irrasyonel davranırken, erkekler de elektronik eşya alımlarında kadınlardan irrasyonel davranmaktadırlar. 61 yaş üzeri katılımcıların diğer yaş gruplarına göre daha rasyonel davrandıkları tespit edilmiştir. Eğitim konusunda ortaokul seviyesindeki katılımcılar lisansüstü katılımcılara göre daha irrasyonel bir tüketim tercihi gerçekleştirmişlerdir. (Çekiç, 2016:132)

Kabadayı, Özkan ve Yıldırım tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, statüko ön yargısının örgütsel değişim süreçleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, Türk örgütlerinde çalışanların genellikle mevcut durumu koruma ve değişimden kaçınma eğilimi gösterdiğini belirlemiştir. Bu durum,

örgütlerdeki değişim progelerinin başarısını olumsuz etkileyebilir ve değişimi zorlaştırabilir. Araştırmada ayrıca, örgütlerin statüko ön yargısını aşmak için liderlik stratejileri, iletişim ve katılım yöntemleri gibi faktörleri dikkate almalarının önemli olduğu vurgulanmıştır. (Kabadayı, Özkan ve Yıldırım, 2017)

Güney çalışmasında, 111 üniversite öğrencisine statükolu ve statükosuz soruların yer aldığı internet anketi yapmıştır. Akıllı telefonların pil ömrü ve depolama özellikleri üzerinden statükoyu domine ettiğinde statükonun tüketicilerin tercihlerini statüko lehine değiştirdiğini gözlemlemiştir. Doğrudan statükonun seçilmediği durumlarda da statükonun kişilerin karar verme setlerinde bir değişikliğe sebep olduğunu gözlemlemiştir. (Güney, 2018: 93)

Şahin ve Şeker tarafından yapılan bir çalışmada, statüko ön yargısının kamu yönetimi alanında etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, Türk kamu yönetimindeki bürokratların mevcut yapının ve süreçlerin korunmasına yönelik bir tutum sergilediğini bulmuşlardır. Bu durum, kamu hizmetlerinin etkinliği ve verimliliği açısından önemli bir engel oluşturabilir. (Şahin ve Şeker, 2018)

Çalışkan ve Karcıoğlu tarafından yapılan bir çalışmada, statüko ön yargısının ekonomik gelişme üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmacılar, Türkiye’de statüko ön yargısının girişimcilik ve yenilikçilik potansiyelini sınırlandığını ve ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediğini bulmuşlardır. Çalışmada, toplumsal ve kültürel faktörlerin statüko ön yargısının yaygınlığını etkilediği ve bu ön yargının aşılması için toplumsal dönüşüm ve değişim çabalarının gerekliliği vurgulanmıştır. (Çalışkan ve Karcıoğlu, 2019)

Aksaray Üniversitesi İktisat Bölümü’nde yapılan bir çalışmada 60 adet katılımcı üzerinden yapılan bir araştırmada katılımcıların %35’i üç seçenekte statükoyu korurken seçenek sayısı arttığında statükolu seçeneği daha fazla tercih ederek oran %53’e yükselmiştir. Bu durum Dean’in araştırmasına paralel olarak seçenek sayısı arttırıldığında katılımcıların statükoyu tercih ettiklerini göstermektedir. (Bozoğlu, 2020; 96)

Marka sadakati eğiliminin bireylerin karar alma sürecinde etkili olup olmadığının araştırıldığı bir çalışmada Likert tipi anket yöntemi kullanılmış. 953 kişinin verileri üzerinden kayıptan kaçınmanın marka sadakati eğilimi üzerinde doğrudan bir etkisinin bulunmamasına rağmen statüko eğilimi ve sürü psikoloji üzerinden dolaylı bir anlam bulunmuştur. Aynı çalışmada statüko eğilimi ile marka sadakati arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. (Samioğlu,2020 :118)

İstihdam edilen ve istihdam edilmemiş kadınlar üzerinde yapılan bir araştırmada 218 doktor ve 210 ev kadınına online anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Bireylerin belirsizlik altında karar aldıkları sırada çeşitli hesaplamalar yapmalarına karşın, ilk izlenimleri ve öğrenilmiş kalıpların etkisinde kaldıkları gözlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre Kahneman ve Tversky'nin çalışmasına paralel olarak temsiliyet kısa yolunun katılımcıların kararları üzerinde anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. (Yerlikaya, 2021: 67)

3.2. Araştırma

Bu bölümde araştırmanın konusu, amacı ve önemi açıklanarak, davranışsal iktisat alanındaki bulgular ve çalışmalar ışığında, çalışmadaki teorik model ve bu model çerçevesinde oluşturulan hipotezler ortaya konulmuştur. Araştırmanın yöntemi açıklanmıştır. Geliştirilen araştırma modelinin tüketicilerin demografik özelliklerinin statüko yatkınlığı ile olan ilişkisinin incelenmesinin ardından tüketici davranışlarında statüko ön yargısının yarattığı değişimin değerlendirilmesi yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Konusu ve Teorik Çerçevesi

Bireylerin demografik özellikleri incelenmiştir. Bu özelliklerin başta kayıptan kaçınma, batık maliyet etkisi ve aşırı bilgi yüklenmesi ve diğer ön yargıların göz ardı edilmeden statükoya olan yatkınlıklarını incelenmiştir. Tüketicilerin iktisadi karar alma sürecinde statüko ön yargısının yarattığı değişimin incelenip kararların nasıl daha rasyonel bir şekilde alınabileceği bu çalışmanın konusudur.

3.4. Araştırmanın Amacı

Bireylerin tüketim davranışları pek çok faktör tarafından etkilenebildiği ve rasyonel karar almaktan uzaklaştıkları literatürde birçok çalışmada görülmüştür. Tüketicuyu rasyonel karar almaktan uzaklaştıran bu faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi önemlidir. Statüko ön yargısı, insanlığın varoluşundan itibaren verdiği birçok kararda etkisini göstermektedir. Bu çalışmada Kırklareli ilindeki Kırklareli Üniversitesi öğrencileriyle yapılan anket çalışmasıyla, kontrol ve deney grubundan alınan veriler ışığında statüko ön yargısının tüketicilerin kararlarını değiştirip değiştirmediğinin gözlemlenmesinin yapılması amaçlanmıştır.

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verilerinin elde edilmesi amacıyla, internet ortamında Google Forms kullanılarak anket çalışması yapılmıştır. Anket soruları 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılardan cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü fakülte gibi sosyo-demografik bilgiler istenmiş. İkinci bölümde genel statüko eğilimini ölçmek amacıyla psikometrik bir anket tipi olan 5'li Likert tipi sorular kullanılmıştır. Üçüncü bölümde literatürde ilgili çalışmaların neredeyse tamamında kullanılan William Samuelson ve Richard Zeechauser (1988) yönteminin de yer aldığı statüko ön yargısı ölçülmüştür. Üçüncü bölümde yer alan soruların tümünde tüketici kararlarını etkileyen statüko tuzakları kullanılmıştır. Kırklareli ilinde yapılan araştırmada 0,05 örneklem hatasıyla 165 anketin yeterli olduğu görülmüştür. Anketlerden elde edilen verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 26 yazılımı ile temel istatistiki göstergelerin yanı sıra Kolmogorov-Smirnov, t-testi, ki kare ve korelasyon testleri ile ortaya konulmuştur.

3.5.1. Analizde Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Kolmogorov-Smirnov testi iki dağılım arasındaki farklılığı değerlendirmek için kullanılan istatistiksel bir testtir. Bu test, bir grup gözlem verisinin, genellikle normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılır.

$$D_n = \max \{ \max |F_0(x_i) - S_n(x_i)|, \max |F_0(x_i) - S_n(x_{i-1})| \}$$

$S_n(x) = \frac{\#(i: x_i \leq x)}{n}$, $\#(.)$: Parantez içindeki şartı sağlayan durumların sayısını gösterir.

Karar: Tablo değeri $k_{a,n}$ olmak üzere; eğer $D_n > k_{a,n}$ ise H_0 hipotezi reddedilir.

Gözlenen verilerin kümülatif dağılım fonksiyonu ile teorik dağılımının kümülatif dağılım fonksiyonunu karşılaştırır. Test istatistiği, bu iki fonksiyonunun arasındaki en büyük farkı ölçer. Eğer bu fark, kabul edilebilir bir anlamlılık düzeyi altında ise, gözlenen verilerin teorik dağılıma uymadığı sonucuna varılır.

T-testi, iki grup arasındaki ortalamalar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için kullanılan istatistiksel bir testtir. Gruplar arasındaki farkın ve gruplar içindeki değişkenin bir oranı olan bir t-değerini hesaplar.

$$S_x = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}}$$

Evrene ait tahmini standart sapma hesaplamak için örnekleme ait verilerle S_x hesaplanır.

$$S_{\bar{x}} = \frac{S_x}{\sqrt{n}}$$

Ortalama standart hatası $S_{\bar{x}}$ hesaplanır.

$$t = \frac{\bar{x} - u}{\frac{S_x}{\sqrt{n}}}$$

Hesaplanan t değeri, kritik değer ile karşılaştırılarak hipoteze yönelik karar alınır. T-değerine ve serbestlik derecelerine dayanarak, gözlenen farkı elde etmek için, gruplar arasında gerçek bir fark olmasaydı elde edilecek olasılığı temsil eden

p-değeri önceden belirlenmiş bir anlamlılık düzeyinin altındaysa gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılır.

Korelasyon testi, iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü değerlendirmek için kullanılan istatistiksel bir testtir.

$$cov(x, y) = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{n - 1}$$

Öncelikle kovaryans değeri hesaplanarak iki değişken arasındaki ilişki gösterilir. Fakat değişkenler farklı birimlere sahipse (kg, km, dm vb.) bu durumda kovaryansın değerini yorumlamakta zorluk yaşanmaktadır.

$$r = \frac{cov_{xy}}{S_x S_y} = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{(n - 1)S_x S_y}$$

Kovaryanstaki birim problemlerinden kurtulmak için kovaryans değerinin standartlaştırılması gerekmektedir. İki sürekli değişken arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılır. Eğer p-değeri, önceden belirlenen bir anlamlılık düzeyi altında ise, ilişki istatistiksel olarak anlamlı kabul edilir.

Ki-kare testi, iki kategorik değişken arasında bir ilişki olup olmadığını değerlendirmek için kullanılan bir istatistiksel testtir. Bu test, gözlenen frekanslar ile beklenen frekanslar arasındaki farkı analiz eder.

$$X^2 = \sum \frac{(G - B)^2}{B}$$

Gözlenen frekans(G) ile beklenen frekans(B) farklılığın nereden ileri geldiğini araştırmaya yardımcı olması bakımından ki-kare değerleri her satır için ayrı ayrı hesaplanır ve sonra bu değerler toplanarak toplam ki-kare değeri elde edilir. Test sonucunda elde edilen p değeri, ilişkinin veya uygunluğun istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını gösterir. P değeri, belirlenen bir anlamlılık düzeyi ile karşılaştırılır. Eğer p değeri, anlamlılık düzeyinden küçükse test sonucu istatistiksel olarak anlamlı kabul edilir.

3.6. Demografik Verilerin Dağılımları

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Oran
Kadın	95	61%
Erkek	60	38%
Belirtmek İstemiyorum	1	1%

Cinsiyete göre dağılımlara bakıldığında katılımcıların 156 adedinin 95'inin kadın, 60'ının erkek ve 1 kişinin de cinsiyetini belirtmek istemeyen grupta olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Oran
18-24	61	39%
25-30	65	42%
31-39	16	10%
40 yaş ve yukarısı	14	9%

Yaşlara göre verilerin dağılımı bir üniversitede çalışmanın yapıldığı için beklendiği gibidir. Çalışmada yer alan kişilerin yaşları 18-24 yaşlarında 61 kişi, 25-30 yaşlarındaki kişilerin sayısı 65 kişi, 31-39 yaşlarındaki kişilerin sayısı 16 kişi, 40 ve yukarısındaki kişilerin sayısı ise 14 kişidir.

Tablo 3: Katılımcılar Okumakta Olduğu Bölümler

	Kişi Sayısı	Oran
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	51	33%
Diğer	57	37%
İlahiyat Fakültesi	3	2%
Mühendislik Fakültesi	26	17%
Fen-Edebiyat Fakültesi	19	12%

Katılımcıların okumakta olduğu bölümlerin dağılımı üniversiteye kayıtlı olan öğrencilerin yüzdeleri göz önüne alındığında adil bir dağılım olduğunu göstermektedir. Katılımcılardan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okumakta olan 51 kişi, İlahiyat Fakültesi'nde okumakta olan 3, Mühendislik Fakültesi'nde okumakta olan 26, Fen-Edebiyat Fakültesi'nde okumakta olan 19 kişi ve diğer fakültelerden 57 kişi bulunmaktadır.

3.7. İstatistiksel Analizler ve Bulgular

Likert tipi sorulara verilen cevapların ortalamalarının, “Okuduğunuz Fakülte” değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. “Bir etkinlikte hediye olarak kupa bardak veya defter verilmektedir. Size kupa bardak hediye edildi. Farklı bir misafir elindeki defter ile kupa bardağınızı takas etmek isterse tercihiniz nasıl olur?” Sorusu Kahneman, Knetsch ve Thaler (1990) çalışmasının likert tipi ölçeklendirmeye uyarlanmış halidir. Sorulara verilen cevapların Kolmogorov-Smirnov testi ile incelendiğinde dağılımının normal olduğu görülmüştür. Bu sebeple tüm sorular için “Okuduğunuz fakülte” değişkenine göre t-testi istatistiklerine bakılmıştır.

3.7.1. Statüko Yatkinlığına Yönelik Likert Ölçeğinde Verilen Soruların Cevaplarının Ortalamaları

Bu bölümde fakültelere İktisadi idari bilimler fakültesi ve Diğer fakültelerdeki öğrencilerin cevaplarının puanlarının ortalamaları, standart sapmaları ve t-testi değerleri verilmiş olup aralarındaki korelasyona göre hangi bölümün Statükoya olan yatkinliğinin daha fazla olduğu saptanmıştır. Katılımcıların statükoya olan yatkinlikleri cevaplarının ortalama değeri olan “3” değerine göre yapılmıştır.

Cevapların değerleri 3’ün üzerindeyse bu durum katılımcıların sorulara katıldıklarını, değer altındaysa katılmadıklarını göstermektedir. Diğer farklılıklar dikkate alınmaksızın anket çalışmasına katılan tüm katılımcılar değerlendirildiğinde bu ortalama “3,16” değerindedir. Katılımcılar arasında Statükoya yatkinliği en yüksek olan kesim “25-30” ve en düşük kesim olan “18-24” de ortalamaları 3 değerinin üzerindedir.

Tablo 4: Anket Sorularına Verilen Cevapların Ortalamaları

Demografik Değişkenler	Ortalama
Kadın	3,17
Erkek	3,24
18-24	3,04
25-30	3,31
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	3,28
Diğer	3,08

Bu durum göstermektedir ki katılımcıların statüko yatkinliği yüksektir. “Okuduğunuz fakülte” demografik verisinin İktisadi idari bilimler fakültesi ve Diğer değişkenlerinin ortalaması da genel ortalama körele bir şekilde “3,18” olarak saptanmıştır. Bu durum bize göstermektedir ki Kırklareli Üniversitesi

öğrencileri statükoya yatkındır ve aldıkları kararda Statüko ön yargısının etkisinin olduğu beklenmektedir.

3.7.2. Statüko Ön Yargısına İlişkin Bulgular

Bu bölümde Statüko ön yargısı 4 soru ile ölçülmüştür. Soruların tümü benzer çalışmaların neredeyse tamamında kullanılan William Samuelson ve Richard Zeckhauser (1988) çalışmasında kullandıkları sorular arasından seçilmiştir. Sorular orijinal ölçüm yönteminde olduğu gibi kontrol ve deney grubu kullanılarak sorulmuştur. Kontrol grubu sorular üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmadan soruların doğrudan yöneltildiği gruptur. Deney grubu ise sorularda değişiklik yaparak araştırmanın sağlandığı gruptur.

Kontrol grubuna sorulan 1'inci soru “İyi bir finans okuyucusu olduğunuzu ve bir süredir yatırım yaptığınızı farz edin. Dedenizden size büyük bir miras kaldı. Nasıl bir portföy tercih edersiniz?” Sorusuna yönelik cevaplar aşağıdaki gibidir:

Tablo 5: Birinci Soruya Anket Verilen Cevapların Ortalamaları

Kontrol Grubu	Kişi Sayısı	Oran
Seçenek 1	30	42,9%
Seçenek 2	17	24,3%
Seçenek 3	18	25,7%
Seçenek 4	5	7,1%
Deney Grubu	Kişi Sayısı	Oran
Seçenek 1	50	56,8%
Seçenek 2	19	21,6%
Seçenek 3	14	15,9%
Seçenek 4	5	5,7%

Deney grubuna ise statüko dahil edilerek soru “İyi bir finans okuyucusu olduğunuzu ve bir süredir yatırım yaptığınızı farz edin. Dedenizden size Orta

riskli yatırım fonunda değer gören büyük bir miras kaldı. Nasıl bir portföy tercih edersiniz?” Orta riskli yatırım fonunda değer gördüğü belirtilmiştir. Statükonun eklenmesi seçim yüzdesini %13,9 oranında değiştirmiştir.

Kontrol grubuna sorulan 2’nci soru “Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, bütçesini iki güvenlik araştırma programı arasında nasıl tahsis edeceğine yönelik karar alıyor: i) Otomobil güvenliğini iyileştirme (tamponlar, gövde, benzin deposu konfigürasyonları ve emniyet kemerleri) ve ii) Şehirler arası otoyolların güvenliğini iyileştirme (korkuluk, tesviye, otoyol ve seçici azaltılmış hız sınırlarının uygulanması). Dört seçeneği değerlendiriyor, lütfen size en yakın seçeneği işaretleyin.” Sorusuna yönelik cevaplar aşağıdaki gibidir:

Tablo 6: İkinci Soruya Anket Verilen Cevapların Ortalamaları

Kontrol Grubu	Kişi Sayısı	Oran
Seçenek 1	16	18,2%
Seçenek 2	14	15,9%
Seçenek 3	20	22,7%
Seçenek 4	38	43,2%
Deney Grubu	Kişi Sayısı	Oran
Seçenek 1	18	25,7%
Seçenek 2	10	14,3%
Seçenek 3	22	31,4%
Seçenek 4	20	28,6%

Deney grubuna ise statüko dahil edilerek soru “Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, bütçesini iki güvenlik araştırma programı arasında nasıl tahsis edeceğine yönelik yeniden karar alıyor: i) Otomobil güvenliğini iyileştirme (tamponlar, gövde, benzin deposu konfigürasyonları ve emniyet kemerleri) ve ii) Şehirler arası otoyolların güvenliğini iyileştirme (korkuluk, tesviye, otoyol ve seçici azaltılmış hız sınırlarının uygulanması). Şu anda komisyon fonların

%70'ini otomobil güvenliğine ve %30'unu da karayolu güvenliğine ayırmaktadır. Dört seçeneği değerlendiriyor, lütfen size en yakın seçeneği işaretleyin.” Statükonun belirtildiği seçenek 1’de seçim yüzdesinde %8,5 değişim gözlenmiştir.

Kontrol grubuna sorulan 3’üncü soru “Şirketiniz adına, Türk Silahlı Kuvvetlerine sabit miktarda şilte tedarik etmek için bir fiyat teklifi hazırlamakla yükümlüsünüz. Ordu, sunulan kapalı fiyat tekliflerinden en düşük olanı seçecektir. Şirketinizin sözleşmeyi yerine getirme maliyetinin (kazanması halinde) 100.000 ABD Doları olduğu tahmin edilmektedir. İhaleyi almak isteyen çok sayıda rakibin farkındasınız. Dört olası teklifi değerlendiriyorsunuz. Seçimleriniz:” sorusuna yönelik cevaplar aşağıdaki gibidir:

Tablo 7: Üçüncü Soruya Anket Verilen Cevapların Ortalamaları

Kontrol Grubu	Kişi sayısı	Oran
Seçenek 1	44	50,0%
Seçenek 2	18	20,5%
Seçenek 3	22	25,0%
Seçenek 4	4	4,5%
Deney Grubu	Kişi sayısı	Oran
Seçenek 1	37	52,9%
Seçenek 2	15	21,4%
Seçenek 3	12	17,1%
Seçenek 4	6	8,6%

Deney grubuna ise statüko dahil edilerek soru “Şirketiniz adına, Türk Silahlı Kuvvetlerine sabit miktarda şilte tedarik etmek için bir fiyat teklifi hazırlamakla yükümlüsünüz. Ordu, sunulan kapalı fiyat tekliflerinden en düşük olanı seçecektir. Şirketinizin sözleşmeyi yerine getirme maliyetinin

(kazanması halinde) 100.000 ABD doları olduğu tahmin edilmektedir. Geçmişte, firmanızın bu tür sözleşmeler için teklif verirken yaygın bir uygulaması, teklifin belirlenmesinde maliyete %15'lik bir kâr marjı uygulamaktı. Bu durumda, şirketinizin daha düşük maliyetlere sahip olabileceğinden şüphelenseniz de sözleşmeyi almak için can atan birtakım rakiplerin farkındasınızdır. Tahmininiz, 115.000\$'lık bir teklifin sözleşmeyi kazanma şansının %70 olduğudur. Diğer teklifleri de düşünüyorsunuz. Seçimleriniz.” Statükonun belirtildiği seçenek 1’de seçim yüzdesinde %2,9 değişim gözlenmiştir.

Kontrol grubuna sorulan 4’üncü soru “Formasyon eğitiminizi yeni tamamladınız ve önünüzde 4 adet seçenek var. Seçiminiz nasıl olur?” sorusuna yönelik cevaplar aşağıdaki gibidir:

Tablo 8: Dördüncü Soruya Verilen Cevapların Ortalamaları

Kontrol Grubu	Kişi sayısı	Oran
Seçenek 1	1	1,1%
Seçenek 2	9	10,2%
Seçenek 3	61	69,3%
Seçenek 4	17	19,3%
Deney Grubu	Kişi sayısı	Oran
Seçenek 1	7	10,0%
Seçenek 2	7	10,0%
Seçenek 3	43	61,4%
Seçenek 4	13	18,6%

Deney grubuna ise statüko dahil edilerek soru “Formasyon eğitiminizi tamamladınız. Şu anda A Koleji’nde öğretmensiniz. Farklı okullardaki meslektaşlarınız size okulunuzu değiştirmek için teklifte bulunuyor. Tercihiniz nasıl olur?” değiştirilmiştir. Statükonun dahil edildiği seçenek 1’de %8,9’luk

bir değişim gözlenmiştir. Tüm sorulara bakıldığında ortalama olarak statüko eklendiğinde cevapların statükonun lehine %8,55’lik bir değişim olduğu gözlemlenmiştir.

3.7.3. Araştırma Hipotezleri

Kırklareli ilindeki öğrencilerin tüketici davranışlarının nasıl etkilendiğini analiz edebilmek için anket çalışmasında kullanılan statüko yatkınlığı ölçümü ile statüko ön yargısının ölçümlerinden alınan sonuçlar ışığında aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H1: Araştırmaya katılan kişilerin Statüko yatkınlıkları kadın ve erkek cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H2: Araştırmaya katılan kişilerin Statüko yatkınlıkları 18-24 ve 24-30 yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H3: Araştırmaya katılan kişilerin Statüko yatkınlıkları okudukları iktisadi ve idari bilimler ve diğer bölümlere göre farklılık göstermektedir.

H4: Araştırmaya katılan kişilerin statüko ön yargıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.7.4. Araştırma Hipotezlerinin test edilmesi yorumlanması

Hipotez 1, “*H1: Araştırmaya katılan kişilerin Statüko yatkınlıkları kadın ve erkek cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.*” olarak tanımlanmıştır. Anketin 2’nci bölümünde yer alan statüko yatkınlığı sorularına 95 Kadın katılımcı 6 farkı soruya toplamda 87 adet “Kesinlikle katılıyorum”, 179 adet “Katılıyorum”, 95 adet “Tarafsızım”, 143 adet “Katılmıyorum” ve 66 adet “Hiç katılmıyorum” yanıtını vermiştir. Ankete katılan 60 Erkek katılımcı 6 farklı soruya toplamda 73 adet “Kesinlikle katılıyorum”, 102 adet “Katılıyorum”, 60 adet “Tarafsızım”, 90 adet “Katılmıyorum” ve 35 adet hiç katılmıyorum yanıtını vermiştir.

Tablo 9: Cinsiyet Farklılıklarının Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonucu

Normallik Testi							
	Cinsiyet	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	df	Sig.	İstatistik	df	Sig.
STK	Erkek	,077	60	,200*	,979	60	,402
	Kadın	,056	95	,200*	,993	95	,881
a. Lilliefors Anlamlılık Düzeltmesi							

Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonucuna göre toplanan veriler normal dağılmaktadır. Katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği t-testi ile incelendiğinde de değerler 0,05'ten yüksek çıkmıştır. Bu durum bize farklı cinsiyetlere sahip katılımcıların birbirlerinden farklı cevap vermediklerini göstermektedir.

Tablo 10: Cinsiyet Farklılığı Korelasyon Testi Sonuçları

Korelasyonlar			
		Kadın	Erkek
Kadın	Pearson Korelasyon	1	,305*
	Sig. (2-taraflı)		,018
	N	60	60
Erkek	Pearson Korelasyon	,305*	1
	Sig. (2-taraflı)	,018	
	N	60	60

Değişkenler arasındaki korelasyon testi sonuçlarına göre iki değişken arasında %5 önem seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Farklı cinsiyette olsalar da statüko yatkınlıklarının aynı anda artma eğilimi

olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin ortalama değerlerine bakıldığında (Tablo:5) Erkeklerin ortalama değerlerinin kadınlardan %2 yüksektir. Bu durumda statüko yatkinlığına göre erkekler kadınlardan daha irrasyoneldir.

Hipotez 2, “H2: Araştırmaya katılan kişilerin Statüko yatkinlıkları 18-24 ve 24-30 yaşlarına göre farklılık göstermektedir.” olarak tanımlanmıştır. Anketin 2’nci bölümünde yer alan statüko yatkinlığı sorularına Anketin 2’nci bölümünde yer alan statüko yatkinlığı sorularına 61 adet 18-24 yaş aralığındaki katılımcı 6 farkı soruya toplamda 54 adet “Kesinlikle katılıyorum”, 104 adet “Katılıyorum”, 60 adet “Tarafsızım”, 106 adet “Katılmıyorum” ve 42 adet “Hiç katılmıyorum” yanıtını vermiştir. Ankete katılan 65 adet 25-30 yaş aralığındaki katılımcı 6 farklı soruya toplamda 75 adet “Kesinlikle katılıyorum”, 124 adet “Katılıyorum”, 77 adet “Tarafsızım”, 78 adet “Katılmıyorum” ve 3 adet hiç katılmıyorum yanıtını vermiştir.

Tablo 11: Yaş Farklılıklarının Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonucu

Normallik Testi							
	Yaş	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	df	Sig.	İstatistik	df	Sig.
SKT	18-24	,062	61	,200*	,991	61	,937
	25-30	,100	65	,171	,976	65	,224
a. Lilliefors Anlamlılık Düzeltmesi							

Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonucuna göre toplanan veriler normal dağılmaktadır. Katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediği t-testi ile incelendiğinde de değerler 0,05’ten yüksek çıkmıştır. Bu durum bize farklı cinsiyetlere sahip katılımcıların birbirlerinden farklı cevap vermediklerini göstermektedir.

Tablo 12: Yaş Farklılığı Korelasyon Testi Sonuçları

Korelasyonlar			
		18-24	25-30
18-24	Pearson Korelasyon	1	-,336**
	Sig. (2-tarafli)		,008
	N	61	61
25-30	Pearson Korelasyon	-,336**	1
	Sig. (2-tarafli)	,008	
	N	61	61

Değişkenler arasındaki korelasyon testi sonuçlarına göre iki değişken arasında %5 önem seviyesinde negatif yönde güçlü bir ilişki söz konusudur. Değişkenlerin ortalama değerlerine bakıldığında (Tablo:5) 25-30 yaş grubunun ortalama değerlerinin 18-24 grubundan %8 yüksektir. Bu durumda statüko yatkinlığına göre 18-24 yaş grubu, 25-30 daha rasyoneldir.

Hipotez 3, “H3: Araştırmaya katılan kişilerin Statüko yatkinlıkları okudukları iktisadi ve idari bilimler ve diğer bölümlere göre farklılık göstermektedir.” olarak tanımlanmıştır. Anketin 2’nci bölümünde yer alan statüko yatkinlığı sorularına 51 İktisadi ve idari bilimler fakültesinde okuyan katılımcı 6 farklı soruya toplamda 69 adet “Kesinlikle katılıyorum”, 85 adet “Katılıyorum”, 45 adet “Tarafsızım”, 76 adet “Katılmıyorum” ve 31 adet “Hiç katılmıyorum” yanıtını vermiştir. Ankete katılan 57 kişi seçenekler arasındaki bölümler dışında bir bölümde okuduğunu belirterek “Diğer” seçeneğini işaretlemiştir. Diğer katılımcılar 6 farklı soruya toplamda 43 adet “Kesinlikle katılıyorum”, 112 adet “Katılıyorum”, 53 adet “Tarafsızım”, 99 adet “Katılmıyorum” ve 35 adet hiç katılmıyorum yanıtını vermiştir.

Tablo 13: Fakülte Farklılıklarının Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonucu

Normallik Testi							
	Bölüm	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	df	Sig.	İstatistik	df	Sig.
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	,113	51	,100	,973	51	,305
	Diğer	,099	57	,200*	,970	57	,172
a. Lilliefors Anlamlılık Düzeltmesi							

Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonucuna göre toplanan veriler normal dağılmaktadır. Katılımcıların okudukları bölümlere göre farklılık gösterip göstermediği t-testi ile incelendiğinde değerler 0,05'ten düşük çıkmıştır. Bu durum bize farklı bölümlere sahip katılımcıların birbirlerinden farklı cevap verebildiklerini göstermektedir.

Tablo 14: Fakülte Farklılığı Korelasyon Testi Sonuçları

Korelasyonlar			
		İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Diğer
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Pearson Korelasyon	1	-,057
	Sig. (2-taraflı)		,693
	N	51	51
Diğer	Pearson Korelasyon	-,057	1
	Sig. (2-taraflı)	,693	
	N	51	57

Değişkenler arasındaki korelasyon testi sonuçlarına göre iki değişken arasında %5 önem seviyesinde anlamlı bir ilişki söz konusu değildir. Değişkenlerin ortalama değerlerine bakıldığında (Tablo:5) İktisadi ve idari bilimler fakültesinin ortalama değerlerinin diğer fakültelerde okuyanlara göre %6,5 yüksektir. Bu durumda statüko yatkınlığına göre diğer fakültelerde okuyan öğrenciler iktisadi ve idari bilimler fakültesinde okuyan öğrencilerden daha rasyoneldir.

Hipotez 4, “*H4: Araştırmaya katılan kişilerin statüko ön yargıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*” Anketin 3’üncü bölümünde yer alan statüko ön yargısı sorularına verilen cevapların oranlarına göre Tablo:6, Tablo:7, Tablo8 ve Tablo:9 içinde yer alan statükolu ve statükosuz veriler kullanılarak yapılan analizde William Samuelson ve Richard Zeechauser (1988) çalışmasına bağlı kalınmıştır.

Tablo 15: Statüko Ön Yargısı Ki-Kare Testi Sonuçları

Ki-Kare Test			
	Değer	df	Asimtotik Anlamlılık (2-terafli)
Pearson Ki-Kare	10,732 ^a	3	,013
İhtimal Oranı	11,924	3	,008
Geçerli Vakalar	258		
a. 0 hücre (%0,0) 5'ten daha az beklenen sayıya sahip değildir. Minimum beklenen sayı 5,37'dir.			

Değişkenler arasındaki ki kare testi sonucuna göre %5 önem düzeyinde statükolu ve statükosuz cevapların arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Görülmektedir ki soruların içerisinde statüko eklendiğinde tercihlerde anlamlı bir değişiklik söz konusudur.

SONUÇ

Ortodoks iktisat anlayışı, insan davranışlarını rasyonel olarak kabul eden Homoeconomicus üzerinden bireylerin kararlarında tam bilgiye sahip olduğunu varsayımına dayandırılmıştır. Bireysel çıkarları doğrultusunda aksiyon alan insanoğlunun da bu uğurda faydasını da maksimize edeceği varsayılır. Adam Smith Milletlerin Zenginliği eserinde bireylerin kişisel çıkarları ve toplumun fayda maksimizasyonu arasındaki ilişkiyi şu şekilde ele almaktadır: *“İşte böyle bireylerin kişisel çıkar ve hırsları, onları olağan hallerde sermayelerini topluluğa en faydalı olan işlere doğru yöneltmeye götürür.”*¹

Davranışsal iktisat bireylerin tüketim, tasarruf, yatırım gibi kararlarını alırken hangi faktörler tarafından ne ölçüde etkilendiklerini psikolojik bir açıdan incelemektedir. Bireyleri rasyonel insan olarak değil ortalama insan olarak analizlerini yapar. Bireylerin aldıkları kararlarda geleneksel iktisatın teorilerinin psikolojik eksikliklerini gidererek tamamlanmasına yönelik çalışmalar ortaya koyar.

Bu çalışmada tüketicilerin aldıkları kararlarda statüko ön yargısının yarattığı değişim anket yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Literatürdeki çalışmalarda kişilerin cinsiyetleri, yaşları ve bulundukları grupların aldıkları kararlar üzerinde etkisinin olabildiği için öncelikle demografik bilgiler elde edilmiştir ve temel istatistik göstergeler ile açıklanmıştır. Toplam 156 katılımcıdan 95’i kadın, 60’ı erkek ve 1 kişi de cinsiyetini belirtmek istemedi. Katılımcıların yaşları sorulduğunda 61 kişinin 18-24 yaş aralığında olduğu, 65 kişinin 24-30 yaş aralığında olduğu, 16 kişinin 31-40 yaş aralığında olduğu ve 14 kişinin de 40 yaş ve üzeri olduğuna yönelik yanıt verilmiştir. Katılımcılar okumakta oldukları bölümler sorulduğunda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde okuyan 51 kişi, İlahiyet Fakültesi’nde okuyan 3 kişi, Mühendislik Fakültesi’nde okuyan 26 kişi,

¹ Adam Smith, Milletlerin Zenginliği, çev. Haldun Derin, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2006, s. 880

Fen-Edebiyat Fakültesinde okuyan 19 kişi ve Diğer fakültelerde okuyan 57 kişi tespit edilmiştir.

İkinci bölümde statüko yatkınlığının ölçümlenebilmesi için 6 adet Liket tipi soru sorulmuştur. 1'inci ve 2'nci sorular kişilerin salt tüketim tercihlerine, 3'üncü ve 5'inci sorular marka sadakatlarına, 4'üncü soru sahiplik ön yargısına ve 6'ncı soru belirsizliğe karşı tutuma yöneliktir. Tüm bu sorular literatürdeki araştırmasında da belirtilen kaynaklarda statüko ön yargısı ile doğrudan ilişkililerdir. Çalışmada bu sorulara verilen cevapların ortalama değerleri statüko yatkınlığı olarak belirtilmiştir. Elde edilen bulgular öncelikle temel istatistikî göstergeler ile açıklanmıştır. Demografik bilgilerin alındığı bölümdeki başlıca gruplar ile (Kadın-Erkek, 18-24, 25-30 ve İktisadi ve idari bilimler fakültesi ve Diğer) ikinci bölümde verilen cevapların öncelikle t-testi sonuçları alınmış sonrasında korelasyon testleri yapıp karşılaştırılmıştır. Tüm katılımcı gruplarının statüko yatkınlığı ortalama değerin (3) üzerinde bulunmuş ve katılımcı gruplar arasında korelasyon mevcut olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı gruplar arasında statüko yatkınlığı en yüksek grup 3,31 ortalama ile 25-30 yaş grubu statüko yatkınlığı en düşük olan grup ise 3,04 ortalama ile 18-24 yaş grubu olmuştur.

Üçüncü bölümde statüko ön yargısı konusunda literatürdeki neredeyse tüm çalışmalarda kullanılan Samuelson ve Zeckhauser'in soruları kullanılmıştır. 3'üncü bölümde kullanılan 3'üncü soru Türk Silahlı Kuvvetleri olarak Türkiye'ye uyarlanarak sorulmuştur. Orjinalinde de kullandığı gibi sorular kontrol ve deney grubu olarak ikiye ayrılmış. Deney grubuna sorulan sorulara statüko eklenmiştir. Öncelikle verilen cevaplar temel istatistikî göstergeler ile açıklanmıştır. Cevapların tümünde soruya statüko eklendikten sonra statükonun gösterdiği cevabın seçim oranı artmıştır.

Statüko yatkınlığı tercihi yapan yani ikinci bölümdeki sorulara “katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” cevabını veren katılımcılar ile statüko ön yargısı soruları için literatürde benzer çalışmalarda sıklıkla kullanılan ve Samuelson ve Zeckhauser'in kullandığı test olan ki-kare testi kullanmıştır. Çalışmanın

sonucunda Statüko yatkınlığı olan bireyler ve statüko ön yargısı arasında ki-kare skoru ($0,01 < 0,05$) yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Çalışmanın bulguları politika yapıcılara iki şekilde faydalı olabilir. Birinci olarak, uygulayacakları yeni düzenlemeler ve reformlar ile alakalı kamuyu daha fazla bilgilendirerek atılacak yeni adımlar karşısında insanların daha iyi uyum sağlamasına bir zemin hazırlayabilirler. İkinci olarak, politika yapıcılar yeni düzenlemeler ve atılacak adımlar konusunda risklerin daha iyi belirlenmesine yönelik bir kurum kurabilirler bu durum politika yapıcıları da statüko ön yargısından korumaya yardımcı olabilecektir.

Bu çalışma gelecekte insan beynine doğrudan bağlı olan implantlar veya vericilerin kullanımı arttığında elde edilecek veri kümesi sürekli ve tam kapsayıcı olacaktır. Bu durum gerçekleştiğinde statüko ön yargısı kavramsal biçimde “iklimsel statüko ön yargısı” gibi parçalara ayrılarak geliştirilebilir. Bu bilgiler tüketiciler ve satıcılar ile paylaşılsa alınabilecek kararların rasyonalitesi de artacaktır.

KAYNAKÇA

- Akın, Z. ve Urhan, U.B. (2015). *Davranışsal Oyun Teorisi*. İktisat ve Toplum.
- Aktan, C. C., & Yay, S. (2016). Türkiye’de statüko ve değişime direnç. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8(1), 49-71.
- Ariely, D. (2013). *Akıldışı Ama Öngörülebilir*, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Asch, S. E. (1955). Opinions and social pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35.
- Beder Şen, R., & Yurtkuran, S. (2004). Bitlis’ te yaşayan ailelerin sosyo-demografik, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel özellikleri ile toplumsal hayatta törenin gücü. *Aile Ve Toplum Dergisi*, 7, 73-80.
- Burmeister, K., & Schade, C. (2007). Are entrepreneurs' decisions more biased? An experimental investigation of the susceptibility to status quo bias. *Journal of Business Venturing*, 22(3), 340-362.
- Buğra, A. (1995). *İktisatçılar ve İnsanlar: Bir Yöntem Çalışması*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bozoğlan, B. (2020). *Bireyin psikolojik durumunun iktisadi karar verme sürecinde güven, statüko ön yargısı ve sürü davranışına etkisi* (Master's thesis, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Bozoğlan, B. ve Gülpınar Demirci V. (2020). İktisadi karar verme sürecinde statüko ön yargısı kişilik özelliklerinden bağımsız mıdır?, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 534-549.
- Carmon, Z. ve Ariely, D. (2000). "Focusing on the Forgone: How Value Can Appear So Different to Buyers and Sellers", *Journal of Consumer Research*, C: 27, No: 3, ss. 360-370.
- Cheng, P. Y. (2007). The trader interaction effect on the impact of overconfidence on trading performance: An empirical study. *The Journal of Behavioral Finance*, 8(2), 59-69.

- Chiang, T. C., & Zheng, D. (2010). An empirical analysis of herd behavior in global stock markets. *Journal of Banking & Finance*, 34(8), 1911-1921.
- Cristina Martinez, and Rafael Mazer, "Financial (Dis-) Information: Evidence from an Audit Study in Mexico," *World Bank Policy Research Working Paper*, 2014,(6902).,, and, "Information Disclosure and Demand Elasticity of Financial Products: Evidence from a Multi-Country Study," Working Paper.
- Çekiç, S. (2016). *Davranışsal iktisat bağlamında cinsiyet farkının tüketici tercihlerine etkisi: Bartın örneği* (Master's thesis, Bartın Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü).
- Dean, M. (2008). Status quo bias in large and small choice sets. *Unpublished working paper*.
- Dean, M., Kıbrıs, Ö. ve Masatlioglu, Y. (2017). Limited attention and status quo bias. *Journal of Economic Theory*.
- Diamond, J. (2006). *Tüfek, Mikrop ve Çelik*. İ. Ülker (Çev). TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları. Ankara: TÜBİTAK.
- Dinler, Z. (2000). *Mikroekonomi*. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Dumludağ, D., Gökdemir, Ö., Neyse, L. ve Ruben, E. (2015). *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, İmge Yayınevi, Ankara.
- Durmaz, Y. (2020). *Tüketici Davranışları*. Nobel Yayınları. Ankara.
- Elvan, Lütfi (2012): Bölgesel Gelişme ve Bölgeler Arası Gelişmişlik Farkları, Discussion Paper, No. 2012/6, *Turkish Economic Association*, Ankara.
- Eroğlu, E. (2012). Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri. *Tüketici Davranışları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Fleming, S. M., Thomas, C. L., & Dolan, R. J. (2010). Overcoming status quo bias in the human brain. *Proceedings of the national Academy of Sciences*, 107(13), 6005-6009.

- Fernandez, R., & Rodrik, D. (1991). Resistance to reform: Status quo bias in the presence of individual-specific uncertainty. *The American economic review*, 1146-1155.
- Filiztekin, A., & Çelik, M. A. (2010). Türkiye’de bölgesel gelir eşitsizliği (Regional income inequality in Turkey). *Megaron*, 5(3), 116-127.
- Gazel, S. (2013). Finansal Piyasalarda Psikolojik Eşik: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi, Kayseri*.
- Giné, X., & Goldberg, J. (2017). *Status Quo Bias and Usage of Financial Products: Field Evidence from Malawi*. Working Paper, 2020.
- Güney, B. (2018). Domine edilen statükonun referans etkisi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*.
- Grabicki, F., & Menges, R. (2017). Consumer preferences and switching behavior: an experimental testing off status quo effects in the electricity market. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 224, 385-390.
- Hsieh, P. J., Lai, H. M., & Ye, Y. S. (2014). Patients' Acceptance and Resistance toward the Health Cloud: an Integration of Technology Acceptance and Status Quo Bias Perspectives. *In PACIS* (p. 230).
- Kahneman, D. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47, 278.
- Kahneman, D. (2015). *Hızlı ve Yavaş Düşünme*. O.Ç. Deniztekin ve F. Deniztekin (Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk", *Econometrica*, C: 47, No: 2, ss. 263-292.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic perspectives*, 5(1), 193-206.

- Kamilelebi, H. (2016). *Davranışsal İktisat ve Davranışsal İktisadın Uygulamaları*. Ankara: Nobel Basım, Yayın, (1525).
- Karabacak, E. (1993). Medyanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Pazarlama Yönetimi Açısından Önemi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: SÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karabulut, M. (1981). Tüketici Davranışları. *İstanbul: Fatih Yayınevi*.
- Kaya, K. (2003). *Türk Toplumunun Yasama Tarzı*. Isparta: Fakülte Kitabevi.
- Koç, E. (2015). *Tüketici Davranış ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım*. (6.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kotler, P. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing| Pearson.
- Kulaksız, Y. (2008). Türkiye’de Bölgesel gelişmişlik farkları, istihdam ve kurum hizmetlerinin çeşitlendirilmesi. *Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara*.
- Masatlioglu, Y., & Ok, E. A. (2005). Rational choice with status quo bias. *Journal of economic theory*, 121(1), 1-29.
- Küüksucu, M., Konya, S., & Karaçor, Z. (2017, October). Davranışsal İktisat Ekseninde İktisatta Psikolojik Arka Plan. In *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)* (No. 2).
- Lerner, J. S., Small, D. A., & Loewenstein, G. (2004). Heart strings and purse strings: Carryover effects of emotions on economic decisions. *Psychological science*, 15(5), 337-341.
- Mucuk, İ. (2000). *Pazarlama İlkeleri*. (12. Baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Nicolle, A., Fleming, S. M., Bach, D. R., Driver, J., & Dolan, R. J. (2011). A regret-induced status quo bias. *Journal of Neuroscience*, 31(9), 3320-3327.
- Nilsen, L. K. V., & Dydland, E. (2015). *Why customers stick to their bank: Loyalty or status quo bias?* (Master's thesis, University of Stavanger, Norway).

- Samioğlu, M. (2020). Tüketici Satın Alma Karar Süreçlerini Etkileyen Sezgiseller: Marka Sadakati Eğiliminde Bilişsel Yanılgıların Rolü (Unpublished doctoral thesis). *University of Istanbul*.
- Samuelson, W. ve Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*.
- Samuelson, P. A. (1938). A note on the pure theory of consumer's behaviour. *Economica*, 5(17), 61-71.
- Sinaiko, A. D., Afendulis, C. C., & Frank, R. G. (2013). Enrollment in Medicare Advantage plans in Miami-Dade County: evidence of status quo bias? *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 50(3), 202-215.
- Şan, M. K., & Hira, İ. (2004). Modernlik ve postmodernlik bağlamında tüketim toplumu kuramları. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 1-19.
- Şişman, Y. (2006). Sokakta çalışan çocukların yaşam koşulları ve gelecek beklentileri. *Anadolu Üniversitesi Basım Yayım*.
- Tapkı, İ. G. (2007). Revealed incomplete preferences under status-quo bias. *Mathematical Social Sciences*, 53(3), 274-283.
- Thaler, R. ve Sunstein Cass R. (2019). Dürtme. Pegasus Yayınları, 7. Baskı, Nisan, İstanbul
- Torlak, Ö. (2000). *Tüketim: Bireysel eylemin toplumsal dönüşümü*. İnkılâb Basım Yayım.
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1981). "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice", *Science*, C: 211, No: 4481, ss. 453-458.
- Yavuzaslan, K. (2019). *Yeniden Yeni İktisat Deneyisel İktisat*. Beta Yayınları. İstanbul.
- Yerlikaya, A., & Özyakışır, D. (2022). Türkiye’de İstihdam Edilen ve Edilmeyen Kadınların Temsilîyet Kısa Yolu Üzerine Bir Araştırma. *Kadın/Woman 2000, Journal for Women's Studies*, 23(1), 67-92.

- Yıldız, S. B., Kalaycı, Ş., Demir, Y., & Göksu, Ş. A. (2009). Yatırımcıların psikolojik ön yargıları: İMKB üzerine ampirik bir çalışma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 46(537), 91-106.
- Yorgancılar, N (2015). *Tüketici Davranışı Nörolojisi*. Çizgi Kitapevi. Konya.
- Yüksel, N. D. (2009). *İMKB'de yatırımcı davranışı ve örnek bir uygulama* (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).



EKLER

Statüko Ön yargısı Anketi- Kontrol Grubu

Sayın katılımcı,

Dolduracağınız anket formu Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında Dr. Öğr. Üyesi Yiğit AYDOĞAN danışmanlığında yürütülen “Statüko Ön yargısının İnsan Davranışlarında Yarattığı Değişim Kırklareli İlinde Bir Araştırma“ isimli yüksek lisans tezinde kullanılmak amacıyla oluşturulmuştur. Katılımcıların cevapları bilimsel bir amaca hizmet edecek, isimleri talep edilmeyecek ve alınan bilgileriniz gizli kalacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Saygılarımla,

Halis Berk AYDIN

Kırklareli Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

Cinsiyetiniz nedir?

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek
- ☐ Belirtmek İstemiyorum

Kaç yaşındasınız?

- ☐ 18-24
- ☐ 25-30
- ☐ 31-39
- ☐ 40 ve yukarı

Okuduğunuz fakülte?

- ☐ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- ☐ Mühendislik Fakültesi
- ☐ Fen-Edebiyat Fakültesi
- ☐ İlahiyat Fakültesi
- ☐ Diğer

Toplu taşıma boşsa genellikle aynı koltuğa otururum.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Şehirlerarası yolculuk yaparken ve sinemada genellikle aynı yeri almaya çalışırım.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Parfüm, şampuan, saç kremi vb. ürünlerde kullandığım ürün bittiğinde aynıısından almaya özen gösteririm.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Bir etkinlikte hediye olarak kupa bardak veya defter verilmektedir. Size kupa bardak hediye edildi. Farklı bir misafir elindeki defter ile kupa bardağınızı takas etmek isterse tercihiniz nasıl olur?

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Yeni bir telefon alacağım zaman kullanmakta olduğum telefonun markasından devam etmek benim için önemlidir.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Gitmediğim bir şehre gitmeye çekinirim.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

İyi bir finans okuyucusu olduğunuzu ve bir süredir yatırım yaptığınızı farz edin. Dedenizden size miras kaldı. Nasıl bir portföy tercih edersiniz?

- Orta riskli yatırım: 1 yıl sonra %50 ihtimalle yatırımınız %30 değer kazanacak, %20 ihtimalle değişim olmayacak ve %30 ihtimalle de %20 değer kaybedecektir.
- Yüksek riskli yatırım: 1 yıl sonra %40 ihtimalle yatırımınız %100 değer kazanacak, %30 ihtimalle değişim olmayacak ve %30 ihtimalle %40 değer kaybedecek.
- Hazine Bonosu yatırımı: 1 yıl sonra yatırımınız %9 değer kazanacak.
- Belediye Tahvili: 1 yıl sonra yatırımınız vergiden muaf bir şekilde %6 değer kazanacak.

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, bütçesini iki güvenlik araştırma programı arasında nasıl tahsis edeceğine karar veriyor: i) Otomobil güvenliğini iyileştirme (tamponlar, gövde, benzin deposu konfigürasyonları ve emniyet kemerleri) ve ii) Şehirler arası otoyolların güvenliğini iyileştirme (korkuluk, tesviye, otoyol ve seçici azaltılmış hız sınırlarının uygulanması). Dört seçeneği değerlendiriyor, lütfen size en yakın seçeneği işaretleyin.

- %70'ini otomobil güvenliğine, %30'unu karayolu güvenliğine ayırmak.
- %30'unu otomobil güvenliğine, %70'ini karayolu güvenliğine ayırmak.
- %60'ını otomobil güvenliğine, %40'ını karayolu güvenliğine ayırmak.
- %50'sini otomobil güvenliğine, %50'sini karayolu güvenliğine ayırmak.

Şirketiniz adına, Türk Silahlı Kuvvetlerine sabit miktarda şilte tedarik etmek için bir fiyat teklifi hazırlamakla yükümlüsünüz. Ordu, sunulan kapalı fiyat tekliflerinden en düşük olanı seçecektir. Şirketinizin sözleşmeyi yerine getirme maliyetinin (kazanması halinde) 100.000 ABD Doları olduğu tahmin edilmektedir. İhaleyi almak isteyen çok sayıda rakibin farkındasınız. Dört olası teklifi değerlendiriyorsunuz. Seçimleriniz:

- 115.000\$ teklif edin. Sözleşmeyi kazanma şansınız %70'tir.
- 125.000\$ teklif verin Sözleşmeyi kazanma şansınız %50'dir.
- 120.000\$ teklif edin. Sözleşmeyi kazanma şansınız %60'tır.

- 130.000\$ teklif edin. Sözleşmeyi kazanma şansınız %40'tır.

Formasyon eğitiminizi yeni tamamladınız ve önünüzde 4 adet seçenek var.

- Kolej A: düşük prestijli okul orta maaş, çok yüksek kadro şansı.
- Kolej B: düşük prestijli okul, yüksek maaş, yüksek kadro şansı.
- Kolej C: çok prestijli okul, yüksek maaş, adil kadro şansı.
- Kolej D: prestijli okul, makul maaş, yüksek kadro şansı.



Statüko Ön yargısı Anketi- Deney Grubu

Sayın katılımcı,

Dolduracağınız anket formu Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında Dr. Öğr. Üyesi Yiğit AYDOĞAN danışmanlığında yürütülen “Statüko Ön yargısının İnsan Davranışlarında Yarattığı Değişim Kırklareli İlinde Bir Araştırma“ isimli yüksek lisans tezinde kullanılmak amacıyla oluşturulmuştur. Katılımcıların cevapları bilimsel bir amaca hizmet edecek, isimleri talep edilmeyecek ve alınan bilgileriniz gizli kalacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Saygılarımla,

Halis Berk AYDIN

Kırklareli Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

Cinsiyetiniz nedir?

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek
- ☐ Belirtmek İstemiyorum

Kaç yaşındasınız?

- ☐ 18-24
- ☐ 25-30
- ☐ 31-39
- ☐ 40 ve yukarısı

Okuduğunuz fakülte?

- ☐ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- ☐ Mühendislik Fakültesi

- ☐ Fen-Edebiyat Fakóltesi
- ☐ İlahiyat Fakóltesi
- ☐ Diğer

Toplu taşıma boşsa genellikle aynı koltuğa otururum.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Şehirlerarası yolculuk yaparken ve sinemada genellikle aynı yeri almaya çalışırım.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Parfüm, şampuan, saç kremi vb. ürünlerde kullandığım ürün bittiğinde aynısından almaya özen gösteririm.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Bir etkinlikte hediye olarak kupa bardak veya defter verilmektedir. Size kupa bardak hediye edildi. Farklı bir misafir elindeki defter ile kupa bardağınızı takas etmek isterse tercihiniz nasıl olur?

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Yeni bir telefon alacağım zaman kullanmakta olduğum telefonun markasından devam etmek benim için önemlidir.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

Gitmediğim bir şehre gitmeye çekinirim.

- ☐ Kesinlikle katılıyorum
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Tarafsızım
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Hiç katılmıyorum

İyi bir finans okuyucusu olduğunuzu ve bir süredir yatırım yaptığınızı farz edin. Dedenizden size Orta riskli yatırım fonunda değer gören büyük bir miras kaldı. Nasıl bir portföy tercih edersiniz?

- ☐ Orta riskli yatırım: 1 yıl sonra %50 ihtimalle yatırımınız %30 değer kazanacak, %20 ihtimalle değişim olmayacak ve %30 ihtimalle de %20 değer kaybedecektir.
- ☐ Yüksek riskli yatırım: 1 yıl sonra %40 ihtimalle yatırımınız %100 değer kazanacak, %30 ihtimalle değişim olmayacak ve %30 ihtimalle %40 değer kaybedecek.

- Hazine Bonosu yatırımı: 1 yıl sonra yatırımınız %9 değer kazanacak.
- Belediye Tahvili: 1 yıl sonra yatırımınız vergiden muaf bir şekilde %6 değer kazanacak.

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, bütçesini iki güvenlik araştırma programı arasında nasıl tahsis edeceğine yeniden karar veriyor: i) Otomobil güvenliğini iyileştirme (tamponlar, gövde, benzin deposu konfigürasyonları ve emniyet kemerleri) ve ii) Şehirler arası otoyolların güvenliğini iyileştirme (korkuluk, tesviye, otoyol ve seçici azaltılmış hız sınırlarının uygulanması). Şu anda komisyon fonların %70'ini otomobil güvenliğine ve %30'unu da karayolu güvenliğine ayırmaktadır. Dört seçeneği değerlendiriyor, lütfen size en yakın seçeneği işaretleyin.

- Mevcut kararı korurum.
- %30'unu otomobil güvenliğine, %70'ini karayolu güvenliğine ayırmak.
- %60'ını otomobil güvenliğine, %40'ını karayolu güvenliğine ayırmak.
- %50'sini otomobil güvenliğine, %50'sini karayolu güvenliğine ayırmak.

Şirketiniz adına, Türk Silahlı Kuvvetlerine sabit miktarda şilte tedarik etmek için bir fiyat teklifi hazırlamakla yükümlüsünüz. Ordu, sunulan kapalı fiyat tekliflerinden en düşük olanı seçecektir. Şirketinizin sözleşmeyi yerine getirme maliyetinin (kazanması halinde) 100.000 ABD doları olduğu tahmin edilmektedir. Geçmişte, firmanızın bu tür sözleşmeler için teklif verirken yaygın bir uygulaması, teklifin belirlenmesinde maliyete %15'lik bir kâr marjı uygulamaktı. Bu durumda, şirketinizin daha düşük maliyetlere sahip olabileceğinden şüphelenseniz de sözleşmeyi almak için can atan birtakım rakiplerin farkındasınızdır. Tahmininiz, 115.000\$'lık bir teklifin sözleşmeyi kazanma şansının %70 olduğudur. Diğer teklifleri de düşünüyorsunuz. Seçimleriniz:

- 115.000\$ teklif edin. Sözleşmeyi kazanma şansınız %70'tir.
- 125.000\$ teklif verin Sözleşmeyi kazanma şansınız %50'dir.
- 120.000\$ teklif edin. Sözleşmeyi kazanma şansınız %60'tır.

- 130.000\$ teklif edin. Sözleşmeyi kazanma şansınız %40'tır.

Formasyon eğitiminizi tamamladınız. Şu anda A Koleji'nde öğretmensiniz. Farklı okullardaki meslektaşlarınız size okulunuzu değiştirmek için teklifte bulunuyor. Tercihiniz nasıl olur?

- Kolej A: düşük prestijli okul orta maaş, çok yüksek kadro şansı.
- Kolej B: düşük prestijli okul, yüksek maaş, yüksek kadro şansı.
- Kolej C: çok prestijli okul, yüksek maaş, adil kadro şansı.
- Kolej D: prestijli okul, makul maaş, yüksek kadro şansı.

