

Türkiye’de Davranışsal Ekonomi Çalışmaları: Pazarlama ve Finans Alanlarına İlişkin Literatür Özeti

Behavioral Economic Studies in Turkey: Summary of the Literature on Marketing and Finance Fields

ÖZET

Ekonomik kararlar, günlük yaşantımızın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dolayısı ile ekonomi, tarih boyunca insan merkezli bir bilim alanı olmuştur. Ekonomi, kronolojik olarak modern dönem ve modern öncesi dönem olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Modern ekonomi Adam Smith’in Ulusların Zenginliği adlı eseri ile başlamaktadır. Ancak arkasındaki itici güç şüphesiz Endüstri Devrimi’dir. Ana akım ekonomi yaklaşımları bazı temel varsayımların etrafında şekillenmektedir. Bunlar homo economicus, görünmez el ve fayda gibi kült kavramlardır. Geleneksel yaklaşımların en belirgin özelliği rasyonel temelli ve duygulardan arındırılmış bakış açısına sahip olmalarıdır. Tarihsel olarak daha yeni bir kavram olan davranışsal ekonomi ise ekonomik kararların daima rasyonel olmayacağını öne sürmektedir. Dolayısı ile psikolojik yöntemleri sıklıkla kullanmaktadır. Çalışmanın amacı Türkiye’de davranışsal ekonomi alanında yapılan çalışmaların literatür özeti oluşturmayı yöneliktir. Bu bağlamda, çalışmanın kapsamı pazarlama ve finans alanında yapılan çalışmalar ile sınırlandırılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, davranışsal ekonomi alanında finans alanına ilişkin çalışma sayısının daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca finans alanında yapılan çalışmaların pazarlama alanında yapılan çalışmalara göre daha eski tarihlerde başladığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Ekonomi, Pazarlama, Finans

ABSTRACT




Economic decisions form an important part of our daily life. Therefore, economics has been a human-centered field science throughout history. The economy is chronologically divided into two parts, the modern period and the pre-modern period. Modern economics begins with Adam Smith's The Wealth of Nations book. Certainly, the driving force behind it is the Industrial Revolution. Mainstream economics approaches are shaped around some basic assumptions. These are cult concepts such as homo economicus, invisible hands and utility. The most distinctive feature of traditional approaches is that they have a rational-based and emotion-free perspective. Historically, the newer concept of behavioral economics suggests that economic decisions will not always be rational. Therefore, behavioral economics often uses psychological methods. The aim of the study is to create a literature summary of the studies conducted in the field of behavioral economics in Turkey. In this context, the scope of the study is limited to the studies in the field of marketing and finance. According to the results obtained from the study, it was seen that the number of studies on finance in the field of behavioral economics is higher. In addition, it has been observed that the studies in the field of finance started earlier than the studies in the field of marketing.

Keywords: Behavioral Economics, Marketing, Finance

GİRİŞ

Günümüzde var olan pek çok disiplin ve bilim alanının kökleri oldukça eski tarihlere kadar uzanmaktadır. Ekonomi de bu alanlardan biridir. Düşünsel kökenleri itibariyle insanlık tarihi kadar eski bir alan olan ekonomi bilimi, özellikle son birkaç yüzyıl içerisinde sistemli ve disiplinli bir kimlik kazanmıştır. Temelde bir kıtlık bilimi olan ekonominin düşünsel kökleri ahlak felsefesine uzanmaktadır. Günümüz modern ekonomi anlayışının başlangıcı ise Adam Smith’in Ulusların Zenginliği adlı eserine dayanmaktadır. Adam Smith’in öncülüğü bağlamında ortaya atılan Klasik Ekonomi kuramının gelişiminde ise en önemli kilometre taşı şüphesiz Endüstri Devrimi olmuştur (Parasız, 2010; Aycan, 2016).

Aristoteles ve Platon’un politikaya konu düşüncelerinde ve eserlerinde günlük yaşam içerisinde çözümlenmesi gereken sorunlardan biri olarak görülen ekonomi, Roma döneminde de önemli bir ilerleme kaydedememiştir (Ünlüöner ve Tayfun, 2011; İmer, 2016). Para kullanımının yaygınlaşması ve ticaret anlayışının uluslar üstü bir hâl alması sebebiyle söz konusu sorun ya da eksiklikler daha derin bir şekilde duyumsanmıştır. Endüstri Devrimi’nin gelişimi ile birlikte özellikle üreten ülkelerde referans alınabilir ve genel geçer ilkelere olan ihtiyaç, ekonominin geleneksel yaklaşımının ortaya çıkma sürecini hızlandırdığı söylenebilir.

Gürkan Ulusoy¹ 
Esra Özkahveci² 
Funda Demiroğlu³ 

How to Cite This Article

Ulusoy, G., Özkahveci, E. & Demiroğlu, F. (2023). “Türkiye’de Davranışsal Ekonomi Çalışmaları: Pazarlama ve Finans Alanlarına İlişkin Literatür Özeti”, International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:8, Issue:50; pp:2736-2752. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.66977>

Arrival: 11 December 2022
Published: 30 June 2023

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Dr., Samsun, Türkiye

² Dr., Çorum, Türkiye

³ Dr., Kastamonu, Türkiye

Tarihsel süreç içerisinde Endüstri Devrimi ve Ulusların Zenginliği adlı eserin yayımlanmasının ardından temelleri atılan Klasik Ekonomi yaklaşımı ilerleyen dönem içerisinde bazı konuları açıklamakta yetersiz kalmıştır. Bu yetersizlikten ise farklı ekonomi anlayışları ya da yaklaşımları doğmuştur. Klasik Ekonomi yaklaşımını zamanın seyri içerisinde, neo-klasik ekonomi yaklaşımı, Keynesyen Ekonomi yaklaşımı, Monetarist ekonomi yaklaşımı gibi yeni asetler doğmuştur (Toffler ve Toffler, 1996). Her yaklaşım bazı konularda birbirinden ayrılmaktadır. Ancak genel prensipler itibarıyla birbirlerine oldukça benzer yönleri de vardır. Bu yönüyle geleneksel ekonomi yaklaşımlarının birbirleri ile büyük farklılıklara sahip olsa da bazı hususlarda benzerlik taşıdıklarını söylemek de mümkündür. Söz konusu benzerlikler geleneksel ekonominin temel prensiplerini oluşturmaktadır.

Geleneksel ekonomi, bazı kavramları açıklarken birtakım sayılılar kullanmıştır. Bu durum geleneksel ekonomiyi bağımsız, çok yönlü ve disiplinli bir bilim alanı olarak ortaya koyma çabalarının bir tezahürüdür. Çünkü ekonominin bağımsız bir bilim alanı olduğu dönemde, bir araştırma alanının bilim olabilmesi için matematik temelde çözümlenebilmesi, formüle edilmesi ve diğer disiplinlerden ayrışması anlayışı hakimdir. Bu durum ise geleneksel ekonominin temel prensiplerinin açıklanması için ileri sürülen “homo economicus” yani ekonomik insan sayılısını ortaya çıkarmıştır (Mullainathan ve Thaler, 2000).

Rasyonel ya da ekonomik insan varsayımı ile birlikte, bağımsız ve disiplinli bir bilim alanı haline gelen ekonomi, diğer disiplinlerden ve benimsediği yöntemlerden izole bir çizgiye gelmiştir. Oysa ekonomi, bir kıtlık yahut yokluk bilimidir. Dolayısı ile araştırma ve çalışma alanı doğrudan doğruya insanlar ve ekonomiye konu aksiyonlarıdır. Camerer (1999), geleneksel ekonomi yaklaşımlarının interdisipliner kimliğini kaybederek yalnızca matematik temelde açıklama çabalarının ortaya çıkmasında dönemin önemli kuramcılarında Samuelson, Arrow ve Debreu gibi isimlerin etkili olduğunu ifade etmektedir (Camerer, 1999).

Rasyonel insan varsayımı, gelecek yıllarda geleneksel ekonomi yaklaşımlarının en sık eleştirilen yaklaşımlarından biri olmuştur. Çünkü bu yaklaşımın ileri sürdüğü kıstaslar, sosyal, kültürel, çevresel, ekonomik, politik ve psikolojik faktörlerin çevresinde gelişen insan davranışlarını açıklamada yetersiz kalmıştır. Zira geleneksel ekonomi yaklaşımı, yalnızca öne sürdüğü varsayımlara odaklanmakta; insan davranışlarını ve ekonomik aksiyonlarını belirleyici tüm unsurları değerlendirme dışı tutmaktadır. Davranışsal ekonomi yaklaşımı da özellikle bu noktadaki anlayış farkından doğmuştur. Geleneksel ekonomi yaklaşımlarının aksine insanı “rasyonel” temelde değerlendirmek yerine, farklı koşullar altında insan davranışlarının farklılıklar gösterebileceği gerçeğinden hareketle değerlendirmektedir. Dolayısı ile geleneksel ekonomi yaklaşımlarında değerlendirme kriteri çoğunlukla rasyonalite iken davranışsal yaklaşımlarda bütünüyle insandır. Bu çalışmada davranışsal ekonominin gelişim süreci, geleneksel ekonomi yaklaşımları ile benzerlik ve farklılıkları, esas aldığı teoriler ile pazarlama ve finans alanında yapılan çalışmaların literatür özetine yer verilmiştir.

Davranışsal Ekonomi

Tarihsel süreç içerisinde, ekonomi bilimini dönemlere ayırmak mümkündür. Modern öncesi olarak nitelendirebileceğimiz, salt düşünsel, sistemli ve disiplinli olmayan dönemde ekonomi, tarımsal ve sanayi odaklı olmak üzere iki temel döneme ayrılmaktadır. Bu dönem milattan önce 8.000’li yıllar ile başlayıp milattan sonra 1750’li yıllara kadar sürmüştür. Milattan sonra 1750’li yıllarda Sanayi Devrimi ile başlayan dönem ise ekonomi yaklaşımının modern dönemini oluşturmaktadır (Toffler ve Toffler, 1996).

Modern ekonomi süreci ise Klasik dönem, Neo-Klasik dönem, Keynesyen dönem ve Monetarist dönem olmak üzere kendi içerisinde alt dönemlere ayrılmıştır. Söz konusu dönemler, geleneksel ekonomi yaklaşımının benimsediği bazı varsayımlarını temel kabul etse de bazı hususlarda birbirlerinden ayrılmaktadır. Bunlar “homo economicus, görünmez el, fayda” gibi kavramlardandır. Davranışsal ekonomi yaklaşımı ise geleneksel ekonominin söz konusu yaklaşımlarının daima çalışmayacağını, bazı koşullar altında insanların bahsedilen bu varsayımlardan farklı hareket edebileceğini öne sürmektedir. Dolayısı ile davranışsal ekonominin bu farklılıktan doğduğu söylenebilir.

Ekonomik bir birim olarak insan davranışları psikolojik, çevresel ve bazı diğer faktörlerin etkisi altında gelişmektedir. Geleneksel ekonomi yaklaşımları insanın sosyal ve ekonomik davranışlarını sadece matematiksel düzlemde açıklamaya odaklanırken davranışsal ekonomi başta psikoloji olmak üzere pek çok disiplin ile etkileşim halindedir. Dolayısı ile insan davranışlarına ve ekonomik aksiyonlarına ilişkin açıklamalarının geçerliliği ya da düşünsel olarak kabul edilebilirliği daha yüksek algılanabilir. Davranışsal ekonominin gelişiminde en önemli isimlerden biri Simon’dur. Herbert Simon 1956’da yazdığı eseri ile insan davranışlarının daima rasyonel temelde olmayabileceğini duyurmuştur. “Rasyonel Seçimin Davranışsal Modeli” adlı eserinde insanların karar alma sistemlerinin yalnızca matematik ifadeler ya da formüller ile ifade edilemeyeceğini öne sürmektedir. En doğru değerlendirmelerin bunun dışında kalan başta psikoloji olmak üzere diğer disiplinlerin ve bilimlerin de değerlendirme algoritmasına dahil olması ile mümkün olacağını ifade etmektedir. Bu düşünceler kapsamında Herbert Simon “Sınırlı Rasyonellik” teorisini geliştirmiştir (Mullainathan ve Thaler, 2000: 1; Thaler, 2000).

Sınırlı Rasyonellik teorisi davranışsal ekonominin ortaya çıkmasında önemli bir role sahiptir. Bu yönüyle teori, geleneksel yaklaşımın homo economicus yaklaşımına bir tepki niteliğindedir. Davranışsal ekonominin gelişiminde

önemli bir yeri olan diğer bilimciler ise Kahneman ve Tversky ikilisidir. Daniel Kahneman ve Amos Tversky davranışsal yaklaşımının ortaya koyulmasında ve gelişiminde oldukça büyük katkılar sunmuştur. 1979 yılında kaleme aldıkları “Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Almanın Analizi” adlı eserlerinde insan davranışlarının riskli durumlarda farklılık gösterebileceğini ileri sürmektedir. Özellikle kayıp ya da kazanç alternatiflerinde insan davranışlarının geleneksel yaklaşımın öne sürdüğü rasyonalite varsayımının aksine genel geçer bir yapıda olmadığını ileri sürmüştür. Geleneksel yaklaşımın Beklenen Fayda teorisine bir alternatif olarak ortaya koyulan Beklenti Teorisi, davranışsal ekonominin en önemli teorileri arasındadır (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011).

Davranışsal ekonominin varoluş amacı insan davranışlarının açıklanmasına yöneliktir. Bu kapsama insan karar ve davranışlarını başta psikoloji olmak üzere çeşitli faktörlerin etkisi altında incelemektedir (Camerer ve Lowenstein, 2004). Bu bağlamda en sık ilişkili olduğu diğer alan ise psikolojidir. Hatta davranışsal ekonominin analizlerinde çoğunlukla psikolojiye ilişkin yöntemler kullanılmaktadır. Geleneksel ekonomi yaklaşımında insan davranışlarının ve ekonomik aksiyonlarının analizinde psikolojik ve diğer çevresel faktörler değerlendirme dışında tutulmuştur. Özellikle Neo-Klasikler psikolojiyi tamamen değerlendirme dışında tutmuşlardır. (Şeniğne, 2011). Bu bağlamda davranışsal ekonominin temel amacının insanların ekonomik kararlarına ilişkin aksiyonların analizlerinde psikolojik faktörlerin etkilerini ortaya koymaktır. Dolayısı ile kullanmakta olduğu teori ve yöntemleri bu bakış açısı altında değerlendirmek ve geliştirerek daha doğru sonuçların elde edilmesine yardımcı olmaktır (Camerer ve Lowenstein, 2004).

Davranışsal ekonomi, geleneksel ekonomi yaklaşımlarını bütünüyle ortadan kaldırmak ya da yok saymak gibi bir amaca sahip değildir. Aksine geleneksel yaklaşımların eksik ya da hatalı değerlendirmelerini ortaya koyarak, insanların ekonomik karar alma sistemlerinin geliştirilmesine katkılar sunabilir. Bu yönüyle ekonomi alanında yapılan davranışsal temelli bir devrim işlevindedir (Thaler, 2016).

Davranışsal ekonominin önde gelen araştırmacılarından Daniel Kahneman ve Amos Tversky, 1970’li yıllarda yaptıkları çalışmalarda belirsizlik içeren durumlarda karar alma, bilişsel kısa yollar ve hüristikler gibi kavramlar üzerine yoğunlaşmıştır. 1980’li yıllarda ise çerçeveleme etkisi, sahiplik etkisi, batık maliyet etkisi gibi kavramlar üzerine etkilerini araştırmıştır (Eser ve Toigonbaeva, 2011; Thaler, 2016). Davranışsal ekonomi, araştırmalarını yaparken pek çok yöntem kullanmaktadır. Bu yöntemler genellikle psikoloji bilimi ekseninde meydana gelmiştir. Bu nedenle davranışsal ekonominin inceleme, araştırma ve uygulama alanı da oldukça geniştir. Günümüzde özellikle psikoloji, finans, pazarlama gibi majör alanlarda sıklıkla araştırılmaktadır. Çalışmanın temel amacı, Türkiye’de davranışsal ekonomi alanında yapılan çalışmaların literatür özetini oluşturmaya yöneliktir. Araştırmanın kapsamı pazarlama ve finans alanında yapılan çalışmalar ile sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda ele alınan çalışmalar kavramsal açıdan incelenmiştir.

Literatür Özeti

Çalışmanın amacı Türkiye’de davranışsal ekonomi alanında yapılan çalışmaların literatür özetini oluşturmaya yöneliktir. Bu kapsamda çalışmanın kapsamı pazarlama ve finans alanında yapılan çalışmalar ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmanın bu alanla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara referans olabileceği düşüncesi hakimdir. Bu çalışma pazarlama ve finans çalışmalarının bir arada toplanarak davranışsal ekonomi alanında gerçekleştirilen ilk literatür taraması özelliğini de yansıtmaktadır. Aşağıda yer alan tabloda Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmaların literatür özetine yer verilmiştir.

Tablo 1’de Albayrak (2022), pazarlama disiplinine ilişkin çalışmada tüketici tercihlerini geleneksel ve davranışsal perspektiften karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlarda tüketicilerin daima rasyonel seçimlerde bulunmayabileceği ifade edilmiştir. Bu durum davranışsal ekonominin temel teorilerinden Sınırlı Rasyonellik yaklaşımının temel prensipleri ile örtüşmektedir. Arman Zengi (2022) ise tez çalışmasında davranışsal ekonomi yaklaşımlarını demografik özellikler açısından incelemiş ve istatistiki olarak anlamlı sonuçlar elde etmiştir. Arslan ve Boztosun (2022) tarafından finans disiplinine ilişkin yapılan çalışmada da demografik değişkenler arasındaki anlamlı sonuç verme durumu yinelenmiştir. Bu yönüyle yukarıda bahsedilen çalışmalardan elde edilen sonuçların davranışsal ekonominin temel yaklaşımları ve ana prensipleri ile örtüştüğü söylenebilir.

Ayhan (2022) çalışmasında davranışsal ekonominin satın alma tercihleri ile ilişkisini kavramsal olarak incelemiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlarda, ekonomik karar alma birimlerine konu araştırmalarda psikoloji alanı ile birlikte hareket etme gerekliliği vurgulanmıştır. Bu durum davranışsal ekonominin varoluş amacı olarak söylenebilir. Çünkü davranışsal ekonomi, insana konu tüm bilim ve disiplinlerin ortak hareket etmesi ile çalışan yenilikçi bir alandır. Çakaröz ve Civek (2022) tarafından yapılan çalışmada kayıp ve kazanç senaryosu içeren karar alma davranışlarında tüketici davranışlarının farklılaştığı görülmüştür. Bu sonuç alanda yapılan çalışmaların sonuçları ile örtüşmektedir. Civek, Ulusoy ve Özkahveci (2022) tarafından yapılan ve mitoloji alanı ile ilişkilendirilen çalışma ise davranışsal ekonomi yaklaşımının genel sonuçlarını teyit ederken yenilikçi alanlar ile buluşturmuştur. Bu kapsamda davranışsal ekonomiye dair yenilikçi çalışmalardan bir diğeri de Hatipler ve Köksalan (2022) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada davranışsal ekonomi güncel bir çalışma alanı olan nöropazarlama ile ilişkilendirilerek değerlendirilmiştir.

Zira davranışsal ekonomi nöropazarlamanın üst fonksiyonu olan nörobilim ve nöroekonomi gibi alanlar ile yakından ilişkilidir.

Kabakçı (2022) ve Karademir (2022) çalışmalarını finans disiplini ile ilişkilendirmiştir. Davranışsal ekonomi yazını genel olarak incelendiğinde, finans alanına ilişkin çalışmaların genellikle borsa yatırımcıları üzerinde yapıldığı görülmektedir.

Yöntem olarak davranışsal ekonomi çalışmalarının analizinde kullanılan büyük çoğunluğu psikolojinin çalışma alanından alınan veya adapte edilen pek çok tekniği bulunmaktadır. Konak, Civek ve Özkahveci (2022), Başarır (2021), çalışmalarında, bu tekniklerden sürü davranışını; Mat (2022) aşırı özgüven ve kayıptan kaçınma, Alma Savaş (2021) belirsizlik altında karar alma, Eryaşar ve Gönüllüoğlu (2021) dürtme tekniklerini kullanmıştır. Bu çalışmaların tümünde ilgili tekniklere ilişkin elde edilen bulgu ve analiz sonuçlarının tamamında literatürde daha önce yapılan çalışmalar ile özdeş sonuçlar elde edilmiştir. Bu yönüyle ilgili tekniklerin farklı tekniklerde, farklı anakütlelerde, farklı ülke insanları üzerinde de geçerli ve tutarlı sonuçlar verdiği görülmüştür. Dolayısı ile davranışsal ekonomi alanında kullanılan tekniklerin güçlü sonuçlar verdiği konusu çok yönlü olarak test edilmiştir.

Davranışsal ekonomi, bir araştırma alanı olarak yenidir. Günümüzün en popüler çalışma alanlarından olan davranışsal ekonomi özellikle son dönemde büyük bir yükseliş göstermiştir. Kronolojik olarak değerlendirildiğinde davranışsal ekonomi geleneksel dönem ve modern dönem olmak üzere ele alınabilir. Modern dönem içerisinde yapılan pek çok çalışma ise küresel Covid-19 salgını dönemine aittir. Tunçbilek (2022), Yağcı (2022), Çakaröz ve Civek (2022) tarafından yapılan çalışmalar Covid-19 süreci veya Covid-19 öncesi ve güncel durumu karşılaştıran bir zaman dilimi ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların Covid-19 öncesinde elde edilen sonuçlar ile özdeş olduğu görülmüştür. Bu yönüyle davranışsal ekonominin özellikle modern dönem içerisinde genel geçer sonuçlar verdiği konusunda genel bir kanaat oluşmuştur.

Davranışsal ekonomi yazınındaki araştırmalar genellikle pazarlama ve finans disiplinlerinde yoğunluk göstermektedir. Pazarlama alanına ilişkin çalışmalarda genellikle tüketici davranışı, satın alma davranışı gibi kavramlar incelenirken finans disiplinine ilişkin çalışmalarda genellikle yatırım amaçları, yatırımcı davranışları ve rasyonel seçimden sapma davranışının gözlemlenmesi gibi konulara odaklanmıştır. Nitekim literatür incelendiğinde Sektioğlu (2022) portföy modeli ve yatırımcı ilişkilerini, Dalgın ve Atak (2021) yatırımcıların finansal profillerinin belirlenmesini, Kelemci vd., (2021) finansal risk toleranslarını, Tunçman (2021) banka profesyonellerinin yatırım tercihlerini, Atak (2020) bireysel yatırım ve davranışsal finans ilişkilerini, Doğru ve Büyükkakın (2020) yatırımcıların irrasyonel davranışlarını, Tekerek ve Değerli (2020) davranışsal finans kapsamında ekonomik ve finansal krizleri, Kabapelit (2018) gruplar arasındaki yatırım kararı farklılıklarını incelemiştir.

Finans disiplinine ilişkin en çok irdelenen kavramsal konular ise finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyondur. Çevik (2018), Acaravcı ve Bediroğlu (2019), Demirkıran (2019), Çetiner ve Çilingirtürk (2019), Tetik (2021) finansal okuryazarlık konusunu incelerken Özbek (2019) ise finansal sosyalizasyon konusunu incelemiştir. Finans disiplinine ilişkin yenilikçi konulardan bir diğeri de yapay zeka yöntemlerinin kullanıldığı çalışmadır. Sail (2021), çalışmasında BIST100'de işlem gören firmalara ilişkin finansal verileri yapay zeka teknikleri ile incelemiş ve sanal yatırımcıların yatırım duyarlılığı ve yatırım karlılığı konularında belirgin bir farkın olmadığını tespit etmiştir. Bu yönüyle davranışsal ekonomiye konu ölçme araçlarının fiziki ya da sanal ölçmelerde de tutarlık gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısı ile hem pazarlama hem de finans disiplinine ilişkin davranışsal ekonomi çalışmalarında kullanılan tekniklerin benzer sonuçlar verdiği ve literatürde elde edilen sonuçlar ile özdeş olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1: Türkiye'de Davranışsal Ekonomi Alanında Gerçekleştirilen Bilimsel Çalışmalar

Sayı	Disiplin	Yazar(lar)	Yıl	Tür	Yöntem	Amaç	Bulgu
1	Pazarlama	Albayrak	2022	Makale	Teorik	Çalışmada tüketici karar ve tercihleri geleneksel ekonomiden davranışsal ekonomi süreci ile incelenmiştir.	Çalışmada kişilerin, neo-klasik kar maksimizasyon gayelerinin rasyonel seçimleri dikkate almayabileceğini, fakat günlük karar verme aşamasında sezgili metotlardan faydalanabileceklerini belirtmiştir.
2	Pazarlama	Arman Zengi	2022	Tez	Uygulama	Çalışmada davranışsal ekonomi yaklaşımlarının demografik yapılarla ilişkisinin saptanması amaçlanmıştır.	Çalışmada ulaşılan netice davranışsal ekonomi perspektifinde satın alma ve tüketici ilgilenimi boyutları demografik değişkenlere göre değişiklik oluşturduğu yönünde olmuştur.
3	Finans	Arslan ve Boztosun	2022	Makale	Uygulama	Çalışmada bireysel yatırımcıların davranışsal önyargılar	Bireysel yatırımcıların demografik özelliklerinin, çıpalama, geri görüş

						ve eğimler üzerinde demografik özelliklerin etkisi araştırılmıştır.	önyargısı, aşırı güven, sürü, pişmanlık ve doğrulama eğilimi üzerinde etkisinin olduğu görülmüştür.
4	Pazarlama	Ayhan	2022	Tez	Uygulama	Çalışmada, Erzurum ilinde yaşayan kişilerin davranışsal ekonomi yaklaşımları perspektifinde satın alma tercihlerini etkileme durumları incelenmiştir.	Çalışmada ekonomi biliminin multi-disipliner yapısı, konusunun insan olması sebebiyle psikolojiden bağımsız genel değerlendirmelerin sağlıklı olmayacağı yapılan araştırmalar neticesinde tespit edilmiştir.
5	Pazarlama	Civek, Ulusoy ve Özkahveci	2022	Makale	Teorik	Çalışmada, mitolojik temelli lüks markalar üzerinde snob etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Çalışmanın sonucunda çalışma kapsamında ulusal ve uluslararası literatür kapsamında, ulusal yazına teorik bir ışık tutulmuştur.
6	Pazarlama	Çakaröz ve Civek	2022	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı tüketicilerin Covid-19 aşamasında sanal ve fiziksel perakende seçeneklerinin örnek çerçeveleme uygulaması ile açıklanması yönündedir.	Çalışma sonucunda tüketicilerin kazanç ve kayıp durumunda perakende tercihlerinin farklılaştığı elde edilmiştir.
7	Pazarlama	Demir	2022	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, tüketicilere ürün ya da hizmet satarken pazarlama işlemlerinde fiyatın ne şekilde oluşturulduğu ve bu politikaya ne kadar bağlı kalındığı davranışsal ekonomi yaklaşımları ile incelenmekte ve bireylerin karar verme davranışları gözlemlenmektedir.	Çalışma sonucunda, yaş değişkeninin çerçeveleme, zihinsel muhasebe ve batık maliyet yanığı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ve tüketicilere sunulan referans fiyatlar verilerek, tüketicilerden fiyat tahmininde bulunulması istenmiş ve neticesinde de tüketicilerin başta sunulan referans fiyatlara bağlı olduğu saptanmıştır.
8	Pazarlama	Hatıpler ve Köksalan	2022	Bildiri	Teorik	Çalışmada amaç, Davranışsal ekonomi perspektifinde nöropazarlama anlayışının incelenmesi yönündedir.	Davranışsal ekonomi ve nöropazarlama nosyonları araştırılmış ve devamında davranışsal ekonomi kapsamında nöropazarlama etkinlikleri konusunda değerlendirme gerçekleştirilmiştir.
9	Finans	Kabakçı	2022	Tez	Uygulama	Çalışmada yatırımcı duyarlılığı ile pay senetlerinin fiyatlarına yansıyan ve söylenti etkisini içeren psikolojik faktörlerin etkisi araştırılmaktadır.	Duyarlılık endeksi oynaklığının araştırma kapsamındaki yirmi endeksin on tanesinin oynaklığının nedeni olduğunu göstermiştir. Borsa endekslerinden yatırımcı duyarlılığına doğru ise bir oynaklık yayılım etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.
10	Finans	Karademir	2022	Tez	Uygulama	Çalışma ile Türkiye Pay Piyasalarında Yatırımcı Duyarlılığının hisse senedi yatay kesitsel getirileri üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır.	Duyarlılık Endeksinin, tüm alt portföy gruplarında ve piyasa ölçeğinde getiri serilerini açıklayıcı gücü olduğu görülmüştür. Ayrıca duyarlılığın aşırı büyüme hisse senetleri, küçük hisse senetleri ve yüksek volatiliteye sahip hisse senetleri üzerinde daha yüksek etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
11	Pazarlama	Karadeniz	2022	Tez	Teorik	Çalışmada, davranışsal ekonomi	Çalışma sonucunda sosyal medyanın her yaş grubu

						perspektifinde kuşaklararası tüketici seçimlerinde sosyal medyanın etkisi literatür taraması ile incelenmiştir.	üzerinde irrasyonel davranışlara sebep olduğu görülmüştür.
12	Pazarlama/Finans	Konak, Civek ve Özkahveci	2022	Makale	Uygulama	Çalışmada, eş anlamlı olan “Herding Behaviour” ve “Bandwagon Effect” kavramlarının ilgi düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Çalışma sonucunda Türkçe karşılığı aynı anlama gelen sürü davranışı veya sürü psikolojisi (Herding Behaviour ve Bandwagon Effect) farklı alanlarda “kült” kavram niteliğine büründüğü çıkarımı yapılmıştır.
13	Finans	Köroğlu, Gökbulut Kazan ve Temel	2022	Makale	Uygulama	Çalışmada bireysel yatırımcıların Covid-19 pandemisi dönemindeki davranışsal finans eğilimlerini, sosyo-demografik özellikleri ve bazı yatırım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi amaçlanmıştır.	Yatırımcıların pandemi döneminde belirsizliklerden ve risklerden daha fazla kaçındığı görülmüştür. Ayrıca yüksek riskten ve belirsizlikten kaçınma eğilimi gösteren gruplar 56 yaş ve üzerinde bulunanlar, kadınlar, ailesiyle beraber yaşayanlar, emekliler olmuşlardır. Kendisini finansal okuryazar olarak görenlerin ise belirsizlikten ve riskten kaçınma eğilimleri düşük olmuştur.
14	Finans	Mat	2022	Makale	Tez	Çalışmada ilk olarak bireysel yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyen aşırı özgüven, sürü psikolojisi, kaybetme korkusu, bilinirlik, ruh hali ve risk faktörlerinin düzeylerinin belirlenmesi, ikinci olarak ise yatırımcıların demografik özelliklerine göre bu faktörlerin farklılaşma saptanması amaçlanmıştır.	Aşırı özgüven, sürü psikolojisi, kaybetme korkusu ve bilinirlik faktörlerinin yatırımcıların kararlarını etkilediğini, ancak ruh hali (duygusal faktörler) faktörünün yatırımcıların kararlarını etkilemediğini görülmüştür. Ayrıca bireysel yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyen aşırı özgüven, sürü psikoloji, kaybetme korkusu, bilinirlik ve ruh hali faktörlerinin yatırımcıların cinsiyetine, yaşına, medeni durumuna anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermiştir.
15	Pazarlama	Novruzov	2022	Tez	Uygulama	Çalışmada davranışsal ekonominin savunduğu irrasyonel satın alma davranışları üzerinde sosyal medyanın tesirinin bulunup bulunmadığı ve bu tesirde Hofstede'nin kültürel boyutlarının düzenleyici bir rol oynayıp oynamadığı araştırılmaktadır	Çalışmada, sosyal medyanın kişilerin satın alma tutumuna olumlu ve anlamlı tesir ederek, irrasyonel satın alma tutumuna yönelttiğini göstermiştir. Ayrıca bu tesirde Hofstede'nin kültürel boyutlarından toplulukçuluk, belirsizlikten kaçınma ve uzun döneme odaklanma boyutunun düzenleyici rolünün olduğu saptanmıştır.
16	Finans	Sektioğlu	2022	Tez	Uygulama	Çalışmada Türkiye'nin konjonktürel canlanma ve daralma dönemlerinde kazanan kaybeden portföy modeli yardımıyla yatırımcı eğilimleri davranışsal finans modelleri ile tespit edilmeye	Borsa İstanbul Pay piyasasında yatırımcı davranışlarının konjonktürel dalgalanma devrelerinden etkilendiğini göstermektedir. Yatırımcıların, konjonktürel canlanma ve daralma devrelerine göre davranışsal finans fiyat anomalisi olan aşırı/eksik reaksiyon anomalisine kapıldıkları

17	Finans	Sarıdağ ve Doğan	2022	Makale	Bibliyometrik Analiz	Çalışılmıştır. Çalışmada davranışsal finans kavramının dünyadaki ve Türkiye'deki durumunun araştırılması amaçlanmıştır.	tespit edilmiştir. Davranışsal finansın hem dünya genelinde hem de Türkiye'de popüler bir araştırma konusu olduğu elde edilen bulgular neticesinde vurgulanmıştır.
18	Pazarlama	Tataroğlu	2022	Makale	Teorik	Çalışmada davranışsal ekonomi yaklaşımlarının politik pazarlama karması vasıtasıyla seçmen tercihleri üzerindeki etkisi derinlemesine literatür taraması yapılarak incelenmiştir.	Çalışmada ilerleyen teknoloji, sosyal medya ve nöropazarlama teknikleri ile bu etkinin politik pazarlamadaki kullanım şekline dair yol haritası sunulması hedeflenmiştir.
19	Pazarlama	Tunçbilek	2022	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, Süleyman Demirel Üniversitesi'nde görev yapmakta olan akademisyenlerin Covid-19 salgınında gıda tüketim ve tüketici davranışlarının araştırılmasıdır.	Anket neticelerine göre elde edilen bulgular ise davranışsal ekonomi perspektifinde değerlendirilmiştir.
20	Finans	Yağcı	2022	Makale	Nicel Veriler	Çalışmada, Covid-19 salgının yatırımcı davranışlarına etkisi incelenmiştir.	Kripto para, VIX Endeksi, Borsa İstanbul, konut satışlarını etkilediği tespit edilmiştir.
21	Finans	Akdeniz ve Turan	2021	Makale	Uygulama	Çalışmada yatırımcıların hangi davranışsal yanılılarda bulunduğu ve bu yanılılardan risk alma düzeylerini nasıl etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Katılımcıların davranışsal finans tutumları ile finansal risk alma düzeyleri arasında doğru orantı olduğu görülmüş ve buldukları psikolojik ve sosyolojik ortamların kararları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.
22	Pazarlama	Alma Savaş	2021	Tez	Uygulama	Çalışma ile davranışsal ekonomi kapsamında tüketicilerin seçimlerini saptamak, örneklemelerin kültür açısından farklılıklarını bulmak, davranışsal ekonomide kararları şekillendiren hevristikler perspektifinde kültür farklılığının tüketici seçimleriyle ilişkisini açıklamaya çalışmaktır.	Çalışma sonuçlarına göre İstanbul ve Londra örneklemelerinin belirsizlikten kaçınma, bireycilik-toplulukçuluk ve kısa-uzun döneme yönelme boyutları arasında fark olduğu tespit edilmiştir.
23	Pazarlama	Bilir	2021	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, tüketicilerin mal ve hizmet satın alma kararlarının cinsiyet ve yaş unsurlarına göre değişiklik gösterip göstermediğinin ve tüketicilerin hangi hususlarda rasyonel hangi hususlarda rasyonel dışı davranış sergilediklerini davranışsal ekonomi	Çalışma sonucunda cinsiyet ve yaş faktörlerinin tüketicilerin tutumlarında değişiklik oluşturduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin her zaman rasyonel kararlar vermediği rasyonel dışı davranışlar da sergilediğini gösteren bulgular saptanmıştır.

						perspektifinde belirlemektir.	
24	Finans	Başarır	2021	Makale	Literatür İncelemesi	Çalışmada yatırım kararlarının alınmasında sürü davranışına dair literatür taraması gerçekleştirilmiştir.	Sürü davranışı bulgusu daha çok gelişmiş piyasalarda görülmüştür. Ayrıca ülke ve bölgeler arasında bu kavramın karşılaştırmalı analizinin yapılması ve gelişmekte olan ülke piyasalarında da bu kavramın araştırılması ihtiyacı görülmüştür. .
25	Finans	Dalgın ve Atak	2021	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, yatırımcıların davranışsal finans eğilimlerinin ve finansal profillerinin ortaya konması ve yatırımcıların BİST’de ki getiri oranları ile bu değişkenlerin ilişkisini belirlemektir.	Katılımcı portföylerinin getiri düzeylerini açıklayan en önemli değişkenler; kullanılan analiz yöntemi, aşırı güven ve doğrulama eğilimi, finansal piyasalardaki tecrübe olduğu görülmüştür. Ayrıca aşırı güven eğiliminin katılımcıların portföylerinin getiri düzeyi üzerinde etkisi olduğu ve aşırı güven eğilimi yüksek yatırımcıların daha yüksek portföy getirisine sahip olduğu tespit edilmiştir.
26	Pazarlama	Eryaşar ve Gönüllüoğlu	2021	Makale	Bibliyometrik Veri Analizi	Çalışmada 1996 – 2020 yılları arası pazarlama disiplininde yapılmış “dürtme” konulu araştırmaların içeriği çeşitli değişkenlere göre ölçümlenip incelenmiştir.	Çalışma neticesinde dürtmenin gelişmiş ülkelerde pazarlama çalışmalarına ve pazarlama ile ilgili toplumsal yapılara yardımcı olacağı gözlemlenmiştir.
27	Finans	Kelemci, GÜsan Köse ve Ulusal Polat	2021	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı bireysel yatırımcı (tüketici) odaklı marka denkliğinin yatırım yapma niyeti üzerindeki etkisini finansal risk toleransının aracılık rolünü de dikkate alarak analiz etmektir.	BİST içerisindeki değişik pazarlarda işlem gören ürünlerin çeşitliliği ve bunların risk profili açısından doğru yatırımcı tipine pazarlanması gerek marka denkliği gerekse yatırım yapma niyeti üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır.
28	Finans	Sail	2021	Tez	Uygulama	Çalışmada çeşitli yapay zekâ yöntemleri kullanılarak geçmiş pay senedi fiyat hareketleri ve bu hareketlere etki eden faktörler incelenmiştir.	En başarılı sanal yatırımcı modelinin, temel analiz kullanan, geçmiş altı aylık veriyi inceleyen, yalnızca BİST100 firmalarına bir aylık vade ile yatırım yapan model olduğu görülmüştür. Sanal yatırımcıların zarara olan duyarlılıklarının ise yatırım karlılığında belirgin bir fark yaratmadığı tespit edilmiştir.
29	Finans	Tetik	2021	Kitap Bölümü	Teorik	Çalışmanın amacı, finansal okuryazarlığı teorik olarak ele almak ve yatırımcı davranışı üzerine etkisini ortaya koymaktır.	Finansal eğitimin bireylerin davranış kalıpları ve yatırım tercihleri üzerinde iyileştirici, olumlu etkisi olduğu ifade edilmiştir.
30	Finans	Tunçman	2021	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, davranışsal finans bağlamında banka çalışanlarının yatırım tercihlerinin incelenmesi yönündedir.	Katılımcıların davranışsal finansla ilişkin görüşleri ile "cinsiyet, çocuk sayısı, aynı evde yaşayan kişi sayısı" değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüşken; "medeni durum,

							eğitim seviyesi, iş tecrübesi, yaş" değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
31	Pazarlama	Yunusov	2021	Tez	Uygulama	Çalışmada bireylerin marka üzerinde yaptıkları tüketimde rasyonellik durumları ve onlardan sapmaları incelenmiştir.	Çalışmada Azerbaycan`da marka tüketimi aşamasında hem rasyonel hem de rasyonel olmayan davranış kalıplarının geçerli olduğu sonucu elde edilmiştir.
32	Finans	Atak	2020	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, yatırımcıların bireysel yatırım tercihlerine göre davranışsal finans eğilimlerinin anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmektir.	Yatırımcıların davranışsal finans eğilimleri, yatırım tercihler, yararlanılan bilgi, yatırım yaparken esas alınan faktörler, yatırım süresi, gelir durumu, gelirden ayrılan yıllık pay ve yatırımları gözden geçirme sıklığına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.
33	Finans/Pazarlama	Aytimur vd.,	2020	Makale	Literatür Taraması	Çalışmada, davranışsal ekonominin pazarlama, finans, yönetim gibi işletme bilimi ile etkileşimi incelenmiştir.	Davranışsal ekonomi yaklaşımlarının pazarlama alanında tüketici ve fiyat, finans alanında yatırımcı, yönetim alanında örgütsel davranış ve karar alma araştırmalarına ışık tutacaktır.
34	Pazarlama	Barış ve Bursal	2020	Makale	Uygulama	Çalışmada üniversite öğrencisi tüketicileri cinsiyet değişkeni kapsamında irrasyonel tercihe yönlendiren faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır	Çalışmada tüketim seçimlerinde öğrencilerin cinsiyet değişkeninde anlamlı olarak değişiklik göstermediği, hem erkek hem de kadın öğrencilerin tüketim seçimlerinde temel olarak tüketimi etkileyen dışsal faktörlerin ve marka seçiminin önemli tesirleri olduğu tespit edilmiştir.
35	Pazarlama	Çetintürk	2020	Tez	Uygulama	Çalışmada Y ve Z kuşağında bulunan tüketicilerin sosyal medyada yer alan reklamlar, marka, moda ve fenomenlere bakış açısı ile harcama tercihleri arasındaki ilişki incelenmiştir	Çalışma neticesinde sosyal medyada oluşturulan moda akımları ve sosyal medyada tanıtılan markalar ile harcama seçimleri arasında ilişki saptanmıştır. Ayrıca sosyal medyada tanıtılan markalara ilişkin bakış açısının Y ve Z kuşakları arasında değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir.
36	Finans	Doğru ve Büyükakın	2020	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, kurumsal yatırımcıların irrasyonel davranışlar sonucunda yatırım kararı aldıklarını tespit etmektir.	Yatırımcılar, geleneksel finans modelleri varsayımlarının aksine sistematik hatalarda bulunabilmekte ve rekabet söz konusu olduğunda irrasyonel kararlar alabilmektedirler.
37	Finans	Karavardar ve Şahintürk	2020	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin yatırım yaparken hangi psikolojik ve duygusal faktörlerden etkilendiklerini tespit etmektir.	Kişilik özellikler, yatırım araçları, medya ilişkisi ve risk tutumu öğrencilerin yatırım kararlarını etkileyen faktörler olarak belirlenmiştir.
38	Finans	Polat ve Duman	2020	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, bireyin zihinsel yapısından kaynaklanan sistematik davranışsal anomalilerin bilişsel yansıma testi yardımı	Bireyde hevristiklerden kaynaklanan davranışsal anomaliler ile bireyin bilişsel yansıma düzeyi arasında doğru yönlü bir ilişki görülmüştür.

						ile kategorize etmektedir.	
39	Finans	Polat ve Duman	2020	Makale	Teorik	Çalışmada, davranışsal yanlıklara ilişkin literatürü teorik olarak ele almak amaçlanmıştır.	Temel varsayımı rasyonalite olan tüm teorilerin pratik dünyayla uyumsuzluğunu açıklayan temel etken olarak davranışsal yanlıklar ifade edilmiştir.
40	Pazarlama	Sertkol	2020	Tez	Uygulama	Çalışmada tüketicilerin kararlarının demografik özelliklere göre farklılaşmış ve farklılaşmadığı incelenmiştir.	Elde edilen sonuç, tüketicilerin tercihlerinin değiştirilmesi, hatta yönlendirilmesinde etkili olan çerçeveleme etkisinin doğru ve etkili bir biçimde pazarlama etkinliklerinde kullanılmasının önemli sonuçlar vereceği tahmin edilmektedir.
41	Finans	Sever, Çetiner ve Paksoy	2020	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, davranışsal finans eğilimleri ile bireysel yatırım kararları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.	Yatırımcıların hisse senedi, vadeli mevduat ve yatırım fonu tercihleri ile davranışsal finans eğilim düzeyleri arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.
42	Finans	Tekerek ve Değerli	2020	Makale	Teorik	Çalışmada, davranışsal finans perspektifinde finansal krizlerin sebebini anlama, önleme, tahmin etme gibi öğretilerin davranışsal boyutta değerlendirilmesi amaçlanmıştır.	Yatırımcı psikolojisinin ekonomik krizlerin yaşandığı dönemlerde hem bireysel davranışları hem de tüm ekonomiyi etkilediği tespit edilmiştir.
43	Finans	Tuna Kıymık	2020	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, bireylerin finansal yatırım kararı verme süreçlerinde sosyal ve psikolojik faktörlerin etkisini belirlemektir.	Bireysel yatırımcıların faydacı davranış göstermedikleri ve yatırımcılarda sosyal ve psikolojik eğilimler dahilinde hareket ettikleri tespit edilmiştir.
44	Pazarlama	Akboz	2019	Tez	Uygulama	Çalışmada kişilerin internet üzerinden yaptıkları tüketimde rasyonellikten sapmaları incelenmiştir.	Çalışmadan elde edilen genel değerlendirme Mersin ilinde gerçekleştirilen araştırmada, tüketicilerin çoğunlukla rasyonel davranışlar sergilediklerini söylemek olası olacaktır, yönünde olmuştur.
45	Finans	Çetiner, Ayhan Gökçek ve Turp Gölbaşı	2019	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, davranışsal finans açısından, bireysel yatırımcıların yatırım davranışlarını davranışsal finans açısından incelemesidir.	Yatırımcıların bilişsel çelişki, aşırı güven, zihinsel muhasebe, sürü davranışı, belirsizlikten kaçınma davranışları gösterdikleri tespit edilmiştir.
46	Finans	Çetiner ve Çilingirtürk	2019	Makale	Uygulama	Çalışmada, sosyal ağların finansal okuryazarlık üzerine etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Sosyal ağlar aracılığıyla verilen finansal okuryazarlık eğitim sonuçları, kişinin ekonomik tutumlarına bağlı olarak değişim göstermektedir.
47	Pazarlama	Çetinkaya	2019	Tez	Uygulama	Çalışmada davranışsal ekonomi yaklaşımı kapsamında müziğin tüketici davranışları üzerindeki etkisini bir uygulama ile incelenmektedir.	Çalışmada elde edilen bulgu klasik müziğin tercih edilen bütün ürünlerde kişi başına düşen sipariş miktarını arttırdığı yönünde olmuştur.
48	Finans	Demirkıran	2019	Tez	Uygulama	Çalışmada, Kırıkkale Üniversitesi öğrencilerinin finansal	Katılımcıların finansal davranışları ile finansal yeterlilik düzeyleri arasında

						okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	anlamli bir iliski olduğu görülmüştür.
49	Pazarlama	Erman	2019	Tez	Uygulama	Çalışma davranışsal ekonomi ve yaklaşımları kapsamında tüketici davranışlarını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	Çalışma, çevreyi korumaya yönelik daha iyi kararların alınması adına davranışsal ekonomi perspektifinde yorumlanmıştır.
50	Finans	Genç	2019	Makale	Uygulama	Çalışmada, Sakarya ilindeki çalışan kişilerin davranışsal finans açısından yatırım davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır.	Bireylerin yatırım davranışlarında psikolojik faktörlerden etkilendikleri görülmüştür.
51	Finans	Acaravcı ve Bediroğlu	2019	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerini belirlemek ve finansal bilgi, tutum/davranışlarını araştırmaktır.	Öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri orta seviyededir. Ayrıca öğrencilerin okuryazarlık seviyelerinin artmasında ekonomi ve finans alanıyla ilgili eğitimin önemi vurgulanmıştır.
52	Finans	Özbek	2019	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, okul eğitimi, aile, çevre, iş ve para kazanımı gibi finansal sosyalizasyon ajanlarının öğrencilerinin finansal davranışları üzerindeki etkilerini ölçmektir.	Öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerine okulda alınan finansal eğitim ve zorunlu staj uygulamalarının, olumlu etkisi olacağı gözlemlenmiştir.
53	Pazarlama	Şimşek ve Kurt	2019	Makale	Teorik	Çalışmada tüketici davranışları davranışsal ekonomi perspektifinde değerlendirilmiştir.	Tüketicilere yönelik yapılan çalışmalar kapsamında değerlendirilmelerde bulunulmuştur.
54	Finans	Tekin	2019	Makale	Bibliyometrik Analiz	Çalışmada, davranışsal kurumsal finans alanının kapsamına giren çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Yönetim, işletme, işletme finansı, ekonomi ve uygulamalı psikoloji alanlarında davranışsal kurumsal finans alanında çalışmalar yapıldığı tespit edilmiştir.
55	Pazarlama	Ünal	2019	Makale	Uygulama	Çalışmada Z kuşağı tüketicilerinde kadın ve erkeklerin satın alma kararlarında ussallığı ve akıl dışı tutumları sorgulanmaktadır.	Çalışma sonucunda kadın tüketicilerin irrasyonelliğe daha meyilli oldukları, erkek tüketicilerin ise elektronik eşya alımında rasyonellikten uzaklaştıkları tespit edilmiştir.
56	Finans	Çevik	2018	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, Kırklareli Üniversitesi'ndeki öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri, finans ile ilgili ders alma/almama durumlarına göre karşılaştırmalı olarak araştırmaktır.	Finans ve benzeri alanda ders almayan öğrencilerine kıyasla ilgili alanda ders alan öğrencilerin temel düzeydeki finansal okuryazarlık bilgilerinin ve davranışlarının daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.
57	Finans	Kabapelit	2018	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, sermaye piyasalarında işlem yapan çeşitli gruplar arasında yatırım davranışlarında bir	Yatırımcıların yatırım ilgisi düzeyinin sosyal ve duygusal eğilimler, bilgi ve iletişim kaynaklı eğilimler tarafından etkilendiği görülmüştür. Ayrıca yatırımcıların risk

						fark olup olmadığını belirlemek ve yatırım yaparken gösterdikleri davranışsal eğilimleri tespit etmektedir.	alabilme eğilimi düzeyinin duygusal eğilimler ve davranışsal eğilimler tarafından da etkilendiği elde edilen bir diğer bulgu olmuştur.
58	Pazarlama	Koç	2018	Tez	Uygulama	Çalışmada kişisel, çevresel, sosyal ve psikolojik faktörlerin cinsiyet faktörüne bağlı olarak tüketicilerin satın alma tutumlarını farklılaştırıp farklılaştırmadığını saptaması amaçlanmıştır.	Analiz neticesinde kadın ve erkeklerin farklı davranış sergiledikleri saptanmıştır.
59	Finans	Özçelik	2018	Tez	Uygulama	Çalışmanın amacı, bireysel yatırımcıların finansal yatırım tercihlerinde davranışsal finansın rolünü belirlemektir.	Bireysel yatırımcıların psikolojik önyargıların etkisinde kalarak rasyonel yatırım tercihinde bulunamadığı saptanmıştır.
60	Finans	Tekin	2018	Makale	Uygulama	Çalışmanın amacı, davranışsal finans kapsamında dikkate alınan dayanak noktası önyargısının KOBİ yöneticileri üzerindeki etkisini incelemektir.	İşletme yöneticileri üzerinde dayanak noktası önyargı düzeyleri tespit edilmiştir. Fakat ilgili psikolojik önyargının finansman ve yatırım kararları üzerinde herhangi bir etkisine ulaşılamamıştır.
61	Pazarlama	Yürük	2017	Tez	Uygulama	Çalışmada tüketiciyi karar aşamasında etkileyen hevristikleri göstermek ve literatürde bulunan araştırmalarda karar alma aşamasında tüketicinin rasyonellikten nasıl uzaklaştığını ortaya koymaktır.	Çalışmadan elde edilen sonuç önceki yapılan çalışmalara benzer bulgular saptanmış, kişilerin çıpa tuzağına düşerek irrasyonelliğe saptığı tespit edilmiştir.
62	Pazarlama	Aycan	2016	Tez	Uygulama	Çalışmada turistik ürün satın alma seçimlerinin davranışsal ekonomi ile açıklanması amaçlanmıştır.	Çalışma sonucunda tüketicilerin gelir seviyeleri, turizm eğitimi almaları, işlerinin turizmle ilgili olması zihinsel muhasebe ve batık maliyet yamılgısı nosyonları üzerinde dikkate değer derecede tesirli olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda tüketicilerin referans ve satın almaya razı olacakları fiyatlarının ayarlanabilir olduğu neticesine erişilmiştir.
63	Pazarlama	Çekiç	2016	Tez	Uygulama	Çalışmada Bartın ilinde cinsiyet farklılığının davranışsal ekonomi perspektifinde tüketici tercihlerini ne şekilde etkilediği incelenmiştir.	Çalışma neticesinde bazı çevresel ya da psikolojik etkileycilerin farklı cinsiyetteki tüketiciler üzerinde farklı etkiler yarattığı tespit edilmiştir.
64	Pazarlama	Duman Kurt ve Tanyeri	2013	Makale	Uygulama	Çalışmada davranışsal ekonomi yazınında gerçekleştirilen araştırmalardan yola çıkarak, söz konusu çalışmaların pazarlama bakış açısıyla yeniden uygulandığında, kişilerin karar verme	Bulguların ürün ilgilenim seviyesine göre farklılaştığı elde edilmiştir

						davranışını gözlemlenmektedir.	
65	Pazarlama	Duman Kurt	2011	Tez	Uygulama	Çalışmada davranışsal ekonomi yaklaşımlarını tüketici karar verme tarzları ile açıklanması amaçlanmıştır.	Çalışmada ulaşılan neticeler ile davranışsal ekonomi ve tüketici davranışı literatürüne katkıda bulunulacağı yönündedir.

SONUÇ

Davranışsal ekonomi Kahneman ve Tversky (1979) tarafından ileri sürülen ve her geçen gün popülerliği artan bir disiplindir. Dünya genelinde bu disiplinin bilinmeye ve çalışmalara konu olmaya başlaması 1980'li yıllara uzanırken Türkiye'de ise 2000'li yılların başına dayanmaktadır. Geçen yirmi yıllık süreçte çeşitli disiplinlere ve araştırmalara konu olan 'davranışsal ekonomi', pazarlama literatüründe davranışsal pazarlama olarak bilinirken, finans alanında davranışsal finans şeklinde ifade edilmektedir. Davranışsal pazarlama, tüketicinin karar verirken psikolojisinden etkilendiği ve rasyonel karar veremediğini vurgular. Benzer şekilde, davranışsal finans ise, yatırımcı davranışlarını inceler ve karar verme sürecinde yatırımcının duyguları ile hareket ettiğinin altını çizer.

Bu perspektifte çalışmanın amacı Türkiye'de davranışsal ekonomi alanında yapılan çalışmaların literatür özetini oluşturmaktır. Ayrıca çalışmanın kapsamı pazarlama ve finans alanında yapılan çalışmalar ile sınırlı tutulmuştur.

Çalışmanın amacı doğrultusunda incelenen pazarlama alanı ile ilgili yapılan çalışmaların başlangıcının onlu yıllara dayandığı çalışmanın üçüncü bölümünde yer alan tabloda ispatlanmıştır. Tablodaki bilgiler doğrultusunda araştırma kapsamı "Davranışsal Ekonomi" ve "Davranışsal İktisat" eş anlamlı olarak kullanılan kavramların her ikisi araştırılmıştır. Bu perspektifte Davranışsal Ekonomi tez bazında incelendiği 13 çalışmanın olduğu ve pazarlama alanı ile ilişkili olan 5 çalışmanın olduğu yapılan araştırmalar neticesinde elde edilmiştir. Davranışsal İktisat başlığının tercih edilerek kullanıldığı 79 çalışmanın olduğu, bu çalışmalardan pazarlama alanı ile ilişkili olan 23 çalışmanın olduğu Ulusal Tez Merkezi aracılığıyla tespit edilmiştir. Türkiye'de ilk çalışmaların 2011 yılında gerçekleştirildiği bulgusu elde edilmiştir. Yine makale sayılarında da özellikle 2022 yılında daha çok artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Diğer taraftan, davranışsal finans alanında araştırılan çalışmaların ortak noktası, davranışsal eğilimlerin ya da finansal okuryazarlığın yatırımcı davranışı üzerine etkisini belirlemektir. Diğer bir ifade ile aşırı güven eğilimi, tutuculuk, temsiliyet eğilimi, çıpalama, sürü davranışı gibi bilişsel önyargıların ve finansal bilginin yatırımcı davranışını nasıl etkilediğini ortaya koymaktır. Türkiye literatüründe geçmişi 2000'li yılların başına dayanan davranışsal finans alanında yıllar itibarı ile çok fazla araştırma yapılmıştır. Bu çalışmada ise 2018-2022 döneminde ele alınan araştırmalardan bazılarının özetleri ifade edilmiştir.

Literatür özeti tablosunda yer alan çalışmalardan özellikle 2022 yılında davranışsal pazarlama alanına yönelimin daha fazla olduğu, diğer bir anlatımla pazarlama alanı ile davranışsal ekonomi/iktisat entegrasyonunun artış gösterdiği tabloda elde edilen bir diğer bulgu olmuştur. Türkiye'de gerçekleştirilen makale çalışmalarında ağırlıklı olarak Davranışsal Ekonomi başlığının daha çok tercih edildiği yapılan incelemeler neticesinde elde edilen bir diğer bulgu olmuştur.

Sonuç olarak Davranışsal Ekonomi biliminin finans disiplininin yanı sıra pazarlama bilminde de öneminin arttığı yapılan çalışma sayılarının artışı ile kendini göstermiştir. Çalışmaların çoğunda ise Beklenti Kuramı'nı destekler sonuçların elde edildiği, yani bireylerin kazanç durumunda riskten kaçındıkları, kayıp durumunda da risk aldıkları sonucunu desteklemektedir. Kişilerin davranış, tutum ve seçimlerinde irrasyonelitenin ön planda olduğu ilk çalışmadan son çalışmaya kadar olan bütün çalışmaların çoğunda ortak nokta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Davranışsal Ekonomi biliminin Türkiye'de özellikle pazarlama alanında çok yeni araştırmalarda incelendiği görülmekte iken, finans alanında daha eski bir tarihe uzanmaktadır. İşletmelerde davranışsal ekonomi biliminin bilinirliğinin farkında olmaya başlamıştır ve hem pazarlama stratejilerinde hem de yatırımcı davranışlarını anlama noktasında bu kavramın içeriğine yer vermeye başlamıştır. Bilinirliğin daha da artış göstermesi için yine bu çalışmanın hem akademik çalışmalarda hem de firmalara yönelik yol göstereceği düşüncesi hakimdir. Gelecekte yapılacak çalışmalar Türkiye'de diğer alanlarla ilgili çalışmalarında incelenerek literatür özeti genişletilebilir ve diğer bilim dallarındaki bilinirlik düzeyi ortaya konulabilir. Bu çalışma sadece pazarlama ve finans disiplinleri ile sınırlı tutulmuştur.

KAYNAKÇA

Acaravcı, S. K. & Bediroğlu, K. (2019). Finansal okuryazarlık: Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi üzerine uygulama. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 7(2), 30-51.

Akboz, A. (2019). Davranışsal İktisat Bağlamında İnternette Yapılan Alışverişlerde Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Mersin Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi.

- Akdeniz, Ş. & Turan, İ. (2021). Davranışsal finans eğilimlerinin risk alma düzeyine etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 1016-1032.
- Albayrak, G. (2022). Geleneksel iktisattan davranışsal iktisada: Tüketici karar ve tercihleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (48), 159-170.
- Alma Savaş, D. (2021). Davranışsal İktisat Perspektifiyle Tüketici Tercihi: Kültür Çerçevesinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme. Doktora Tezi. Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi.
- Arman Zengi, C. (2022). Davranışsal İktisat Bağlamında, Demografik Farklılıkların Tüketici Davranışlarına Etkisi: Aydın İlinde Bir Uygulama. Doktora Tezi. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Arslan, E. & Boztosun, D. (2022). Demografik faktörler ve davranışsal finans: Bireysel yatırımcılar üzerine bir araştırma. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 30-46.
- Atak, O. (2020). Yatırımcıların Davranışsal Finans Eğilimlerinin Bireysel Yatırımcı Kararlarına Göre İncelenmesi: Muğla İlindeki Turizm İşletmeleri Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma. Doktora Tezi. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Aycan, M. (2016). Davranışsal Ekonomi Yaklaşımlarının Turistik Ürün Satın Alma Davranışları Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Ayhan, Ş. (2022). Tüketici Tercihlerinin Davranışsal İktisat Bağlamında İncelenmesi: Erzurum Mobilya Alışverişleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Siirt: Siirt Üniversitesi.
- Aytimur, G., Buran, İ., Dinçer, Ö. & Savaşkan, E. (2020). Davranışsal ekonomi perspektifinden işletme yönetimi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 66-83.
- Barış, S. & Bursal, M. (2020). Davranışsal iktisat perspektifinde bireylerin tüketim davranış eğilimleri: Üniversite öğrencileri üzerinde uygulamalı bir örnek. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(21), 52-71.
- Başarır, Y. (2021). Yatırım kararlarının alınmasında sürü davranışı: Literatür taraması. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 129-141.
- Bilir, İ. (2021). Davranışsal İktisat Çerçevesinde Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Adıyaman İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi.
- Camerer, C. (1999). Behavioral economics: Reunifying psychology and economics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 96 (19), 10575-10577.
- Camerer, C. F. & Loewenstein, G. (2004). Behavioral economics: Past, present, future. *California Institute of Technology, Division of Humanities and Social Sciences*, 1-61.
- Civek, F., Ulusoy, G. & Özkahveci, E. (2022). Mitolojik temelli lüks markalarda snob (züppe) etkisinin kavramsal açıdan değerlendirilmesi. *International Journal of Disciplines in Economics & Administrative Sciences Studies*, 39, 212-222.
- Çakaröz, K. M. & Civek, F. (2022). Tüketicilerin covid-19 sürecindeki perakendeci tercihlerinin örnek çerçeveleme uygulaması ile açıklanması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(Özel Sayı), 14-28.
- Çekiç, S. (2016). Davranışsal İktisat Bağlamında Cinsiyet Farkının Tüketici Tercihlerine Etkisi: Bartın Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Bartın: Bartın Üniversitesi.
- Çetiner, M. & Çilingirtürk, A. M. (2019). Sosyal ağların finansal okuryazarlık üzerine etkisi. *Sosyoekonomi*, 27(41), 41-56.
- Çetiner, M., Gökcek, H. A. & Gölbaşı, B. T. (2019). Davranışsal finans perspektifinden yatırımcı davranışları üzerine bir inceleme. *Uluslararası Bankacılık Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-30.
- Çetinkaya, B. (2019). Davranışsal iktisat üzerine bir uygulama: Müziğin tüketim üzerindeki etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Çetintürk, K. (2020). Davranışsal İktisat Perspektifinden Tüketim Harcamalarında Sosyal Medyanın Etkisi: Y Ve Z Kuşakları Üzerine Bir Analiz. Yüksek Lisans Tezi. Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi.
- Çevik, C. (2018). Ön lisans öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyi üzerine bir araştırma: Kırklareli Üniversitesi örneği. *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 1(1), 21-38.

- Dalgın, T. & Atak, O. (2021). Hisse senedi yatırımcılarının finansal profillerinin ve davranışsal finans eğilimlerinin ortalama portföy getirilerine etkisi: Hisse. net forum üyeleri örneği. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, 11(22), 351-367.
- Demir, E. (2022). Davranışsal Ekonomi Yaklaşımlarının Yenilikler Karşısında Tüketici Karar Verme Şekilleri İle Açıklanması. Yüksek Lisans Tezi. Erzincan: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.
- Demirkıran, T. (2019). Kırıkkale Üniversitesi Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi.
- Doğru, B. N. & Büyükkakın, F. (2020). Kurumsal yatırımcıların karar alma aşamalarına davranışsal finans perspektifinden bakış: Kocaeli ili imalat sanayi uygulaması. Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 6(4), 13-22.
- Duman Kurt, S. & Tanyeri, M. (2013). Davranışsal ekonomi yaklaşımlarının ürün ilgilenim seviyesine göre incelenmesi. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 6(12), 21-46.
- Duman Kurt, S. (2011). Davranışsal Ekonomi Yaklaşımlarının Tüketici Karar Verme Tarzları İle Açıklanması Ve Bir Uygulama. Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Erman, S. (2019). Davranışsal İktisat Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Çevre Dostu Tüketim Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Eryaşar, M. & Gönüllüoğlu, S. (2021). Pazarlama alanında yapılan dürtme konulu çalışmaların bibliyometrik analizi. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 164-178.
- Eser, R. & Toigonbaeva, D. (2011). Psikoloji ve iktisadın birleşimi olarak, davranışsal iktisat. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 287-321.
- Genç, M. (2019). Sakarya ili çalışan kesimin yatırım kararlarının davranışsal finans açısından değerlendirilmesi. Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 5(1), 49-59.
- Hatıplı, M. & Köksalan, N. (2022). Davranışsal Ekonomi Perspektifinden Nöropazarlama. 7th International Zeugma Conference on Scientific Research January 21-23, 2022 Gaziantep.
- <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- İmer, Y. (2016). Destinasyon Talebinde Terör Haberlerinin Yarattığı Anomalilerin Davranışsal Ekonomi Bağlamında İrdelenmesi: Deneysel Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Kabakcı, C.Ç. (2022). Yatırımcı Duyarlılığı İle Borsa Endeksleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Kabapelit, E. (2018). Bireysel Yatırımcıların Tasarruflarını Yönlendirdiği Sermaye Piyasası Araçlarını Belirleyen Faktörlerin Analizi Ve Davranışsal Finans Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Karademir, K. (2022). Türkiye Pay Piyasalarında Yatırımcı Duyarlılığı Ve Belirleyicileri. Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Karadeniz, B. (2022). Davranışsal İktisat Açısından Kuşaklararası Tüketici Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Karavardar, A. & Şahintürk, Y. (2020). Öğrencilerin yatırım davranışlarını etkileyen duygusal ve psikolojik faktörler: Giresun üniversitesi İİBF işletme bölümü öğrencileri üzerine bir inceleme. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 15(1), 687-704.
- Kelemci, G., Köse, G. G. & Polat, M. U. (2021). Yatırımcı odaklı marka denkliği algısı, yatırım yapma eğilimi ve finansal risk toleransı ilişkisinde borsa İstanbul örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(3), 918-943.
- Koç, E. (2018). Cinsiyetin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisinin Davranışsal İktisat Perspektifinden Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Konak, F., Civek, F. & Özkahveci, E. (2022). Farklı disiplinlerde kavramsal farklılaşma: Sürü davranışı. *Business, Economics and Management Research Journal* 5(3), 121-134

- Köroğlu, Ç., Kazan, H. G. & Temel, E. (2022). Covid-19 pandemi sürecinde finansal yatırım alışkanlıkları ve davranışsal finans eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 29(1), 1-25.
- Mat, Z. (2022). Davranışsal Finansa Risk Faktörleri Türkiye İçin Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi.
- Mullainathan, S. & Thaler, R. H. (2000). Behavioral economics. National Bureau of Economic Research Cambridge, 7948 (1), 1-11.
- Novruzov, S. (2022). Davranışsal İktisat Bağlamında Sosyal Medyanın Satın Alma Davranışı Üzerinde Etkisinin İncelenmesi: Hofstede'nin Kültür Boyutlarının Düzenleyici Rolü. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Özbek, A. (2019). Bireylerin finansal davranış boyutlarını etkileyen sosyalizasyon ajanlarının tespiti: Gümüşhane meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 27-38.
- Özçelik, H. (2018). Bireysel Yatırımcıların Finansal Yatırım Tercihlerinin Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Parasız, İ. (1999). Mikroekonomi: Orta düzey yaklaşım. Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Polat, Y. & Duman, H. (2020). Bilişsel yansıma ve davranışsal anomaliler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(38), 10-41.
- Polat, Y. & Duman, H. (2020). Davranışsal finans kapsamında anomalilerin incelenmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 603-630.
- Sail, G. (2021). Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Pay Senedi Fiyatlarının Tahmini ve Bu Tahminler Üzerinde Davranışsal Finans Yaklaşımlarının Test Edilmesi. Doktora Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi.
- Sarıdağ, U. & Doğan, O. (2022) Dünyada ve Türkiye’de davranışsal finans kavramının bibliyometrik analiz teknikleri kullanılarak incelenmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 10(2), 70-94.
- Sefil, S. & Çilingiroğlu, H. K. (2011). Davranışsal finansın temelleri: karar vermenin bilişsel ve duygusal eğilimleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (19), 247-268.
- Sektioğlu, İ. (2022). Davranışsal Finans Perspektifinden Ekonomik Dalgalanma Dönemlerinde Yatırımcı Davranışları: Türkiye Menkul Kıymet Piyasaları Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Sertkol, B. (2020). Davranışsal Ekonomi Perspektifinde Tüketici Davranışları, Örnek Çerçeveleme Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi.
- Sever, E., Çetiner, M. & Paksoy, M. (2020). Bireysel yatırım kararları ile davranışsal finans eğilimlerinin ilişkisi: İmalat ve hizmet sektörlerinde bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 9-40.
- Şeniğne, B. (2011). Rasyonalite Kavramına Deneysel Ve Davranışsal İktisat Bağlamında Yeni Bir Bakış Açısı: Nöroiktisat. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Şimşek, H. & Kurt, M. (2019). Tüketici davranışlarının davranışsal iktisat açısından değerlendirilmesi. *Electronic Turkish Studies*, 14(5), 215-222.
- Tataroğlu, E. (2022). Davranışsal iktisat yaklaşımlarının politik pazarlama karması aracılığıyla seçmen tercihi üzerindeki etkisi çerçeveleme ve karar verme. *Management and Political Sciences Review*, 4(1), 41-67.
- Tekerek, Ü. & Değerli, N. (2020). Davranışsal finans perspektifinde yatırımcı psikolojisi: 2008 küresel ekonomik krizi üzerine bir inceleme. *KAYES*, 57.
- Tekin, B. (2018). Davranışsal kurumsal finans bağlamında çıpalama (dayanak noktası) önyargısının finansal kararlardaki etkisi. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 1(2), 101-115.
- Tekin, B. (2019). Davranışsal kurumsal finans alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi. In 4th International Symposium on Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences, 4(8).
- Tetik, N. (2021). Yükseköğretimde 21. yy Becerileri”, (Ed. Ahmet Aypay), *Finansal Okuryazarlık*, ss.299-321, Nobel, Ankara.
- Thaler, R. H. (2000). From homo economicus to homo sapiens, *Journal of Economic Perspectives*, 14(1), 133-141.
- Thaler, R. H. (2016). Behavioral economics: Past, present, and future." *American Economic Review*, 106 (7), 1577-1600.
- Toffler, A. & Toffler, H., (1996). Yeni Bir Uygarlık Yaratmak, (Çev.) DİCLELİ, Z., İnkılap Kitabevi, İstanbul.

- Tuna, A. & Kıymık, H.(2020). Davranışsal finans açısından bireysel yatırımcıların yatırım kararlarında kültürün etkisi: Isparta ve Burdur illerinde bir uygulama. Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi, 4(2), 136-152.
- Tunçbilek, V. T. (2022). Davranışsal İktisat Bağlamında Tüketicilerin Gıda Tüketim Davranışlarına Covid-19 Salgınının Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Akademisyenleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Tunçman, M. M. (2021). Davranışsal Finans Bağlamında Banka Çalışanlarının Yatırım Tercihlerinin İncelenmesi, İstanbul İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Ünal, R. (2019). Davranışsal İktisat bağlamında z kuşağı tüketici davranışlarının cinsiyet farkına göre incelenmesi. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 6(6), 574-587.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2011). Turizm ekonomisi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Yağcı, E. (2022). Dünyada pandeminin etkileri ve davranışsal finans kapsamındaki değişiklikler. Sakarya İktisat Dergisi, 11(2), 182-205.
- Yunusov, V. (2021). Markanın Davranışsal İktisat Bağlamında Yeri Ve Tüketiciler Üzerindeki Etkisi: Azerbaycan Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Yürük, S. (2017). Davranışsal İktisat Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Örnek Çıpalama Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.