

T.C.  
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**KONUT SEÇİMİNİ ETKİLEYEN  
FAKTÖRLERİN DAVRANIŞSAL İKTİSAT  
BAĞLAMINDA YAPISAL EŞİTLİK MODELİ  
İLE ANALİZİ: ERZİNCAN ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Oğuzhan Caner ATABEYLİ**

**Danışman**

**Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin KELEŞ**

Erzincan 2019

## TEZ BİLDİRİMİ

“Konut Seçimini Etkileyen Faktörlerin Davranışsal İktisat Bağlamında Yapısal Eşitlik Modeli İle Analizi: Erzincan Örneği” isimli “**Yüksek Lisans**” tezim tarafımda intihal programı ile incelenmiştir. Buna göre tezimde bilimsel etik ihlali ve intihal olarak nitelendirilebilecek herhangi bir durum olmadığını taahhüt ederim.

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir biçimde elde edildiğini; aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi beyan ederim. 10/04/2019

Oğuzhan Caner ATABEYLİ



## TEZ KABUL TUTANAĞI

### SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu alışma, İktisat Anabilim Dalının İktisat Bilim Dalında jürimiz tarafından **Yüksek Lisans** Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Danışman / Jüri** : Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin KELEŞ



**Jüri** : Dr. Öğretim Üyesi Semanur SOYYIĞIT



**Jüri** : Prof. Dr. Atilla KESKİN



**KONUT SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DAVRANIŞSAL  
İKTİSAT BAĞLAMINDA YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZİ:  
ERZİNCAN ÖRNEĞİ**

**Oğuzhan Caner ATABEYLİ**

**Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat  
Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Nisan 2019**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin KELEŞ**

**ÖZET**

Çalışma davranışsal iktisat kapsamında kadın ve erkek bireylerin iki ayrı cinsiyet olarak konut tercih ederken sergiledikleri davranışları konu edinmiştir. Erzincan ili merkez ilçe ve ilçeye bağlı beldeler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Erzincan ilinde ikamet eden bireyler alt, orta ve üst gelir grubuna ayrılarak tabakalı örneklem oluşturulmuştur. Örneklem büyüklüğü 396 olarak tespit edilmiş, akabinde yapılan anket çalışmasıyla elde edilen yatay kesit verileri SPSS 21 ve LISREL8.72 Paket Programlarıyla analiz edilmiştir. Yapısal Eşitlik Modeli analizleriyle elde edilen sonuçlarda modelin içsel gizil değişkenleri olan Demografik ve Ekonomik Koşullar, Birincil İhtiyaçlara Erişim, İkincil İhtiyaçlara Erişim, Sosyal Çevre ve Komşuluk, İç Mekân Kullanımı ve Dış Mekân Kullanımı faktörlerinin kadın ve erkek bireylerin her ikisinin de Konut Tercihini dışsal gizil değişkeni üzerinde pozitif yönde önemli etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Davranışsal iktisat bağlamında kadın ve erkek bireylerin konut tercihinde kayda değer farklı davranış sergilemedikleri saptanmıştır. Erzincan ili özelindeki kadın ve erkek bütün bireyler konut tercihinde tamamen rasyonel davranmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Davranışsal İktisat, Konut Tercih, Yapısal Eşitlik Modeli, Erzincan

**ANALYSIS OF THE FACTORS AFFECTING HOUSING SELECTION BY  
STRUCTURAL EQUALITY MODEL IN THE CONTEXT OF BEHAVIORAL  
ECONOMICS: ERZİNCAN EXAMPLE**

**Oğuzhan Caner ATABEYLİ**

**Erzincan Binali Yıldırım University, Institute of Social Sciences, Department of  
Business**

**M. A. Thesis, April 2019**

**Thesis Supervisor: Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin KELEŞ**

**ABSTRACT**

In this study, it was found that the behavior of male and female individuals in the context of behavioral economics prefers housing as two distinct gender. Erzincan province, central district and connected towns constitute the universe of the study. Individuals residing in Erzincan province were divided into lower, middle and upper income groups and stratified samples were formed. The sample size was determined as 396, and the horizontal section data obtained by the subsequent survey study were SPSS 21 and LISREL8.72 package programs were analyzed. The results of structural equality model analyses revealed that demographic and economic conditions, primary needs, access to secondary needs, social environment and neighbourhood, indoor use and outdoor use of both male and female individuals had a positive effect on the external hidden variables of housing preference. In the context of behavioral economics, it was determined that women and men did not behave significantly differently in housing preferences. All men and women in Erzincan province are completely rational in housing preferences.

**Key Words:** Behavioral Economics, Housing Preference, Structural Equation Model, Erzincan

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans çalışması sürecinde ve ‘Konut Seçimini Etkileyen Faktörlerin Davranışsal İktisat Bağlamında Yapısal Eşitlik Modeli ile Analizi: Erzincan Örneği’ isimli tez çalışmasını gerçekleştirirken, sahip olduğu akademik tecrübesini, yol göstericiliğini ve bu süreçte haftanın her günü ve saati yardımlarını esirgemeyen bölüm başkanımız Sayın Prof. Dr. Murat NİŞANCI ve danışman hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin KELEŞ başta olmak üzere iktisat bölümü hocalarıma bu vasıta ile teşekkür ederim.

Ayrıca benden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen çok sevdiğim annem Gülay ATABEYLİ ve babam Cahit ATABEYLİ başta olmak üzere aile bireylerime, arkadaşlarıma ve mesai arkadaşlarıma teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

TEZ BİLDİRİMİ .....	I
TEZ KABUL TUTANAĞI.....	II
ÖZET .....	III
ABSTRACT .....	IV
ÖNSÖZ.....	V
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ.....	X
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	XII
EKLER DİZİNİ .....	XIV

### BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1. Çalışmanın Amacı.....	4
1.2. Çalışmanın Önemi.....	4
1.3. Çalışmanın Kapsamı .....	5

### İKİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA İKİ ANA BİLİMİN İKTİSAT ve PSİKOLOJİ'NİN KARŞILAŞMASI.....	6
2.1. Rasyonalite, Klasik ve Davranışsal İktisat.....	6
2.2. Davranışsal İktisadın Doğuşu ve Yaklaşımlar .....	8
2.2.1. Wanner, Eric, Loewenstein ve Angner Yaklaşımı .....	8
2.2.2. George Loewenstein, Colin F. ve Camerer Yaklaşımı.....	9
2.2.3. Thaler, Jolls ve Sunstein Yaklaşımı .....	9
2.2.4. Weber ve Camerer Yaklaşımı .....	9
2.3. Psikoloji ve İktisat İlişkisi.....	10

2.4. Davranışsal İktisadın Tarihsel Seyri .....	12
2.4.1. Klasik İktisat Döneminde Davranışsal İktisat .....	12
2.4.2. Neo-Klasik İktisat Dönemleri ve Davranışsal İktisat .....	14
2.4.2.1. Erken Neo-Klasik Dönemi ve Davranışsal İktisat .....	14
2.4.2.2. Keynesyen Dönemin Başlaması ve İktisadın Davranışsal İktisattan Uzaklaşması .....	17
2.4.3. Çağdaş Davranışsal İktisat Dönemi .....	19
2.4.3.1. Çağdaş Davranışsal İktisat Dönemi: Birinci (Eski) Kuşak .....	19
2.4.3.2. Çağdaş Davranışsal İktisat Dönemi: İkinci (Yeni) Kuşak .....	22
2.5. Karar Verme Süreci ve Davranışsal İktisat .....	25
2.5.1. Geleneksel ve Davranışsal İktisat Bağlamında Karar Verme Süreci .....	25
2.5.2. Beklenen Fayda ve Beklenti Teorisi Karşılaştırması .....	27
2.5.2.1. Beklenen Fayda Teorisi .....	27
2.5.2.2. Beklenti Teorisi .....	29
2.5.3. Üssel ve Hiperbolik İndirgeme .....	33
2.5.4. Sosyal ve Bireysel Fayda .....	34
2.6. Karar Verme Aşamasında Karşılaşılan Tuzaklar .....	34
2.6.1. Sahiplik (Statüko) Tuzağı .....	35
2.6.2. Çevreleme Tuzağı .....	36
2.6.3. Çıpalama Tuzağı .....	37
2.6.4. Tahmin ve Öngörü Tuzakları .....	39
2.6.5. Kendini Doğrulama Teorisi .....	40
2.6.6. Batık Maliyet Tuzağı .....	40

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE KARAR ALMA SÜRECİ .....	42
--	----



3.1. Tüketim Kavramı .....	42
3.2. İhtiyaç ve İhtiyaçlar Kuramı .....	43
3.3. Tüketici Kavramı ve Satın Alma Davranışı .....	45
3.3.1. Tüketici Kavramı .....	45
3.3.2. Tüketici Satın Alma Davranışı .....	46
3.3.3. Tüketicinin Satın Alma Davranışını Açıklayan Modeller .....	46
3.3.3.1. Marshall'ın Ekonomik Modeli .....	47
3.3.3.2. Pavlov'un Koşullu Öğrenme Modeli .....	48
3.3.3.3. Veblen'in Toplumsal Ruhsal Modeli .....	49
3.3.3.4. Freud'un Psikanaliz Modeli .....	50
3.3.3.5. Howard ve Sheth Modeli .....	51
3.3.3.6. (EBM) Engel – Blackweel – Miniard Modeli .....	52
3.3.3.7. Nicosia Modeli .....	53
3.4. Tüketicinin Konut Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler .....	53
3.4.1. Demografik ve Ekonomik Faktörler .....	54
3.4.1.1. Fiyat .....	55
3.4.1.2. Nüfus Artış Hızı .....	55
3.4.1.3. Gelir ve Harcanabilir Gelir Düzeyi .....	56
3.4.1.4. Alternatif Yatırım İmkânları .....	57
3.4.1.5. Kentleşme Hızı, Aile Yapısı ve Göç Olgusu .....	57
3.4.1.6. Kredi Koşulları ve Kredi Faiz Oranı .....	58
3.4.2. Merkeze Olan Yakınlık veya Uzaklık .....	59
3.4.3. Sosyal Çevre ve Komşuluk .....	59
3.4.4. İç ve Dış Mekân Kullanımı .....	60

#### DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE METOT .....	61
4.1. Materyal .....	61

4.2. Metot .....	61
4.2.1. Kuramsal Çerçeve .....	61
4.2.1.1. Yapısal Eşitlik Modeli .....	61
4.2.2. Örnek Hacminin Belirlenmesi .....	71
4.2.3. Ölçeklerin (Anket Sorularının) Hazırlanması ve Verilerin Analizi .....	73
4.3. Araştırma Bulguları.....	74
4.3.1. Demografik ve Sosyoekonomik Bulgular .....	74
4.4. Analiz Sonuçları.....	77
4.4.1. Ölçüm Modeli.....	77
4.4.1.1. Model I: Kadın Bireylere Ait Konut Tercih Ölçüm Modeli.....	79
4.4.1.2 Model II: Erkek Bireylere Ait Konut Tercih Ölçüm Modeli.....	83
4.4.1.3 Model III: Genel Tüketiciye Ait Konut Tercih Ölçüm Modeli .....	87
4.4.2. Yapısal Model .....	92
4.4.2.1 Model I: Kadın Bireylere Ait Konut Tercih Yapısal Model.....	92
4.4.2.2 Model II: Erkek Bireylere Ait Konut Tercih Yapısal Model .....	97
4.4.2.3 Model III: Genel Tüketiciye Ait Konut Tercih Yapısal Model.....	102
SONUÇ.....	108
KAYNAKÇA .....	114

## SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

### Simgeler

- x** : Gözlenen değişkenler matrisi
- $\Lambda$ x** : Bağımsız gizil değişkenlerin etkilediği, ölçülen bağımsız değişkenlere ait katsayılar matrisi
- $\xi$**  : Bağımsız gizil değişken
- $\sigma$**  : Bağımsız gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerin hata vektörü
- y** : Bağımlı gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenler vektörü
- $\Lambda^y$**  : Bağımlı gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerin katsayılar matrisi
- $\eta$**  : Bağımlı gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerin katsayılar matrisi
- $\varepsilon$**  : Bağımlı gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerin hata vektörü
- $\Gamma$**  : Bağımsız gizil değişkenlerin etkilediği bağımlı gizil değişkenlerin regresyon katsayıları matrisi
- $B$**  : Bağımsız gizil değişkenlerin etkilediği bağımlı gizil değişkenler arasındaki regresyon katsayıları matrisi
- $\zeta$**  : Bağımlı gizil değişkenlere ait, bağımsız gizil değişkenler tarafından etkilenmeyen hata matrisi
- n** : Örnek hacmi
- N** : Örnekleme çerçevesine ait toplam birim sayısı
- $\sigma^2$**  : Popülasyon varyansı
- d** : Kabul edilebilir hata ( .0,05) x
- z** : Kabul edilebilir hata oranına göre Standart Normal Dağılım tablosundaki Z değeri

## **Kısaltmalar**

<b>AGFI :</b>	Düzeltilmiş iyi uyum endeksi
<b>CFI :</b>	Karşılaştırmalı uyum endeksi
<b>DFA :</b>	Doğrulayıcı Faktör Analizi
<b>DMK :</b>	Dış Mekân Kullanımı (İçsel Gizil Değişken)
<b>EBM:</b>	Engel, Blackwell ve Miniard
<b>EKB :</b>	J. F. Engel, D. F. Kollat ile R. D. Blackwell
<b>GFI :</b>	İyi uyum endeksi
<b>GSYH:</b>	Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
<b>GYKA:</b>	Gelir ve Yaşam Koşulları Anketleri
<b>IFI :</b>	Artırmalı uyum endeksi
<b>IMK :</b>	İç Mekân Kullanımı ve Konfor (İçsel Gizil Değişken)
<b>MYIU :</b>	Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım (İçsel Gizil Değişken)
<b>NFI :</b>	Normlaştırılmış uyum endeksi
<b>NNFI :</b>	Normlaştırılmamış uyum endeksi
<b>RFI :</b>	Göreceli uyum indeksi
<b>RMSEA :</b>	Yaklaşık hatanın ortalamasının karekökü
<b>SD :</b>	Serbestlik Derecesi
<b>SFC :</b>	Sosyal ve Fiziksel Çevre (İçsel Gizil Değişken)
<b>SYE :</b>	Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler (İçsel Gizil Değişken)
<b>TK :</b>	Konut Tercihi (Dışsal Gizil Değişken)
<b>TÜİK:</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>YEM :</b>	Yapısal Eşitlik Modeli

## ŞEKİLLER DİZİNİ

ŞEKİL 1: STANDART EKONOMİK MODEL İLE BEKLENTİ KURAMINDA FAYDANIN KAYIP/KAZANÇ İLE İLİŞKİSİ (WILKINSON, 2008).....	32
ŞEKİL 2-ERZİNCAN İLİNDE KONUT TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER MODELİ (ORJİNAL).....	67
ŞEKİL 3: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ.....	80
ŞEKİL 4: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ T DEĞERİ (%5 ÖNEM SEVİYESİNDE) .....	82
ŞEKİL 5: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ STANDARDİZE EDİLMİŞ FAKTÖR YÜK DEĞERLERİ .....	84
ŞEKİL 6: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ T DEĞERİ (%5 ÖNEM SEVİYESİNDE) .....	86
ŞEKİL 7: GENEL TÜKETİCİYE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ STANDARDİZE EDİLMİŞ FAKTÖR YÜK DEĞERLERİ.....	88
ŞEKİL 8: GENEL TÜKETİCİYE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ T DEĞERİ (%5 ÖNEM SEVİYESİNDE) .....	90
ŞEKİL 9: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE STANDART DEĞERİ .....	93
ŞEKİL 10: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE T DEĞERLERİ ..	95
ŞEKİL 11: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE STANDART DEĞERİ.....	98
ŞEKİL 12: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE T DEĞERLERİ	100
ŞEKİL 13: GENEL TÜKETİCİYE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE STANDART DEĞERİ.....	103
ŞEKİL 14: GENEL TÜKETİCİYE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE T DEĞERLERİ	105

## TABLORAR DİZİNİ

TABLO 1: KARAR VERMEDE GELENEKSEL İKTİSAT İLE DAVRANIŞSAL İKTİSAT İKAMELERİ.....	26
TABLO 2: SOSYAL YAPI VE EKONOMİK ETKENLER (SYE).....	68
TABLO 3: MERKEZE YAKINLIK VE İHTİYAÇLARA ULAŞIM (MYIU).....	69
TABLO 4: SOSYAL VE FİZİKSEL ÇEVRE (SFC).....	69
TABLO 5: İÇ MEKÂN KULLANIMI VE KONFOR (IMK) .....	70
TABLO 6: DIŞ MEKÂN KULLANIMI (DMK) .....	70
TABLO 7: KATILIMCILARIN YAŞ GRUPLARINA GÖRE YÜZDE DAĞILIMI.....	74
TABLO 8: ANKETE KATILIMCILARININ EĞİTİM DÜZEYİ.....	75
TABLO 9: ANKETE KATILIMCILARININ GELİR DURUMU .....	75
TABLO 10: ANKETE KATILIMCILARININ MEDENİ DURUMLARI.....	76
TABLO 11: ANKETE KATILIMCILARININ KONUT TERCİHİ .....	76
TABLO 12: ANKETE KATILIMCILARININ MESLEK GRUPLARI.....	77
TABLO 13: ÖLÇEKLERE İLİŞKİN ORTALAMA, STANDART SAPMA VE GÜVENİRLİLİK BULGULARI.....	78
TABLO 14: MODEL VE ÖLÇEKLERE İLİŞKİN STANDARDİZE EDİLMİŞ FAKTÖR DEĞERLERİ VE T DEĞERLERİ.....	91
TABLO 15: MODELLERE AİT UYUM İNDEKSLERİ.....	107

## EKLER DİZİNİ

EK 1: BİREYLERE UYGULANAN ANKET FORMU .....	128
EK 2: KADIN BİREYLERİN KONUT TERCİHİ ÇÖZÜM MODELİ .....	131
EK 3: ERKEK BİREYLER KONUT TERCİHİ ÇÖZÜM MODELİ .....	148
EK 4: GENEL TÜKETİCİ KONU TALEBİ ÇÖZÜM MODELİ .....	166



## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞ

Rasyonalite kavramı Neo-Klasik iktisadi düşüncede önemli bir değer olarak yer almaktadır. Rasyonalite; bireylerin davranışlarının homojen olduğunu ve bütün koşullarda bireylerin devamlı mantıklı davrandığı varsayımını temel almaktadır. Uzun yıllar iktisat biliminde rasyonalite ilkesine dayalı görüşler etkili olmuştur. Son yıllara gelindiğinde ise 2002 Nobel İktisat Ödülü'nün Vernon Smith ile bir psikolog olan Daniel Kahneman'a verilmesi, iktisat ve psikoloji arasındaki ilişkileri yeniden gündeme getirmiş ve iktisat biliminde sınırlı rasyonalite ve irrasyonaliteye doğru bir kayma başlamıştır. Böylece davranışsal iktisat yaklaşımı sınırlı rasyonalite ilkesini öne çıkararak iktisadi olaylarda bireylerin algılarının önemi ve davranışlarındaki duygusallığı ortaya koymak için ekonomi ve psikoloji bilimlerini birlikte incelemeyi benimsemiştir.

Temelde iktisat bilimi, insan davranışlarının rasyonel olduğu ön kabulü üzerine kurulmuş olsa da yapılan birçok deney ve gözlem iktisadın bu ön kabulünü bazı durumlarda desteklememektedir (Durusoy, 2008). Hal böyle olunca davranışsal iktisat teorisi, insan davranışlarının iktisadın teorik altyapıya uygunluğunu sorgulamaya başlamış, iktisat biliminin odağında yer alan matematiksel kurgulardan sıyrılarak; insan davranışının öznel, toplumsal ve tarihsel metaforlarla ilgili olduğunu savunmuş ve bunu da yapılan çeşitli deneylerle ispat etmeye çalışmıştır (Toigonbaeva ve Eser, 2011).

Doğada bütün canlılar gibi insanlar da hayatta kalabilmek için temel ihtiyaçlarının karşılamak zorundadır. İşte iktisat, insanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için temel ihtiyaçlarına cevap aramakta, üretim ve tüketim ilişkilerini düzenlemekte ve bu süreç içinde oluşan ilişkiler ve örüntü ağlarıyla toplumsal iş bölümü, dayanışma ve bütünleşmeyi sağlayabilmektedirler (Kozak, 1984).

En temel insan ihtiyaçlarından biri de barınmadır. Bu sebeple konut bireyler, kurumlar ve hükümetler tarafından önemli bir konu olmuş, başta iktisatçılar,



sosyologlar ve mimarlar olmak üzere farklı disiplinlerden bilim insanları; konut ve yerleşim kavramını geçmişten günümüze kadar farklı boyutlarıyla ele almışlardır (Tosun ve Fırat, 2012).

Konut sektörü, ülke ekonomisi içinde önemli bir paya sahip olmakla sadece ekonomik açıdan değil; konut politikaları çerçevesinde merkezi hükümet, yerel yönetimler ve özel sektör tarafından üretilen konutların nitelik ve nicelikleri açısından da tartışmalara sebep olmaktadır. Konut, bireylerin barınma ihtiyaçlarını karşılarken onları dış dünyanın etkilerinden korumakta (Yayar ve Gül, 2014), ancak konutun konuşlandığı mekânın sosyal ve fiziksel konumu ile sosyal tabakalaşma ve sınıfsal ayırım aracı olarak bir sosyal izolasyon ve bir sınıfsal ayrışma da yaratmaktadır (Marmasan, 2014).

Konut önceleri insanların hem barınma ihtiyacını karşılayan ve hem de üretimlerini gerçekleştirdikleri bir meta iken zaman içerisinde teknolojik gelişmeler ve refah düzeyinin artışı, diğer tüketim mallarında olduğu gibi konutunda algı ve işlevini değiştirmiştir (Yayar ve Gül, 2014). Bireylerin tercih ettikleri konut; onların gündelik hayatını geçirdiği barınağı, sosyoekonomik yapıdaki statüsü, varlığını gösteren simgesi ve birçok psiko-sosyal özellikleri barındıran yaşadıkları sosyal ve fiziksel çevreyle olan ilişkilerinin konumlandığı mekândır (Francescato, et al. 1998). Konut bir barınak, dayanıklı bir tüketim malı, bir yatırım alanı, sosyal statü göstergesi, güç ve sosyal kabul aracı olmuştur (Coşkun, 2016). Hal böyle olunca konut tercihleri, konutun bulunduğu yerleşkenin konumundan, konutun özelliklerine, konut inşasında kullanılan yapı malzemesinden konutun sosyal çevresine ve komşuluk ilişkilerine kadar birçok farklı etken tarafından belirlenir olmuştur.

Bireyler konut tercihinde bulunurken birçok fiziki, sosyal, kültürel ve ekonomik faktörü göz önünde bulundururlar. Bunların başında bir yaşam alanı olan konutun fiziki yapısı ve kullanım alanı gelmektedir. Konutun kullanım alanlarının genişliği konutta yaşayanlara bir rahatlık ve konfor sağladığı için konut tercihi üzerinde etkili olmaktadır. Bu kapsamda büyük, kullanışlı konutlar tercih edilmekte ve konut büyüdükçe fiyatı da artmaktadır (Bover and Velilla, 2002). Konutun büyüklüğü kadar yapı karakteristikleri de konut tercihine etki eden faktörlerden

biridir. Yapı karakteristikleri, konutun iskân biçimi ve türünü ifade ettiği gibi konutun sosyal çevresi ve komşuluk ilişkileri ile konutun bulunduğu konumun şehir merkezine ve hizmet alanlarına mesafesini de belirler ve konut tercihinde önemli bir belirleyicidir (Wen et al., 2005).

Bireylerin konut tercihinde bulunurken dikkate aldıkları faktörlerden biri de gelirleridir. Yüksek gelir daha konforlu ve daha estetik konut talebine olanak sağlamaktadır. Gelirin harcanmasında diğer demografik unsurlarla birlikte ailenin büyüklüğü tüketim giderlerini etkilediği için konut fiyatları üzerinde belirleyici olmaktadır (Wilhelmsson, 2002).

Cinsiyet kavramı diğer tüketici tercihlerinde olduğu gibi konut tercihinde de önemli bir bileşendir. Bireyler içinde yaşadıkları kültürlerin cinsiyetlere biçmiş olduğu rollere uygun (habitus) hareket ederler (Bourdieu, 2015). Bireylerin cinsiyet farklılıkları tüketim tercihlerinde bazı toplumlarda belirgin bir şekilde gözlemlenirken, bazı toplumlarda ise gözlemlenmemiştir. Tüketici kararlarında cinsiyetten kaynaklanan farklılıklar kültürel olmaktan ziyade kalıtsaldır ve bu farklılıklar birçok satın alma kararında kendini gösterir (Costa, 1994). Birçok farklı bileşenin ürünü olan konut tercih edilirken karar vericiler sadece izole ekonomik aktörler değil, aynı zamanda birer birey ve cinsiyettir. Farklı cinsiyetler ekseninde iktisadi eğilimlerin ve özellikle de zevk ve tercihlerin dağılımının incelenmesi gerekmektedir. Bir meta ürün olarak konut, tıpkı giyimde olduğu gibi bireylerin tercih ve görüşüne açıktır. Konut, onu tercih eden bireylerin zevklerini açığa çıkartır ve böylece diğer bireylerin nezdinde sosyal ve mekânsal konumunu belirlemelerini sağlar. Bir konut satın alınırken hem ekonomik hem de sosyal bir yatırım yapılmış olunur (Bourdieu, 2005).

Bu sebepten ötürü cinsiyet faktörünün davranışsal iktisat bağlamında konut tercihlerini nasıl ve hangi yönde etkilediği sorunsalı araştırılmaya değerdir. Bu kapsamda Erzincan kentinde konut tercihini etkileyen sosyoekonomik faktörler, merkeze yakınlık ve ihtiyaçlara ulaşım, sosyal ve fiziksel çevre, konutun iç ve dış mekân kullanımı gibi değişkenlerin, kadın ve erkek bireylerin konut tercihi üzerinde

ayrışma ve farklılaşmaya yol açıp açmadığı yapısal eşitlik modeli kullanılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

### **1.1. Çalışmanın Amacı**

Çalışma, kadın ve erkek bireylerin konut tercihinde cinsiyetten kaynaklanan davranış farklılıklarını analiz etmeyi hedeflemiştir. Neden cinsiyet? Çünkü cinsiyet, insanoğlunun ilk yaratıldığı zamandan günümüze kadar olan süreçte tüketim davranışları ve kararlarını etkileyen en temel faktörlerinden biridir (Bourdieu, 2015). Kadınlar doğası gereği duygusaldır ve tüketim kararlarında duygusal davranırlar. Erkekler ise doğası gereği bağımsızlığına düşkündür ve zevklerini ön plana çıkardıkları söylenebilir. Yine erkek bireyler ben merkezli davranmakta kişiliklerini yansıtan ve fonksiyonel olan ürünleri tercih etmektedir. Kadın bireyler ise çevre merkezli hareket etmekte diğer bireylerle olan sosyal ve kişisel ilişkilerine göre tercih yapmaya özen gösterdikleri tespit edilmiştir (Dittmar, et al., 1995). Tüm bu nedenlerle yapılan bu çalışmada cinsiyet temelli konut tercihinde belirli parametreler ekseninde kadın ve erkek bireylerin tercih ve davranış farklılıklarının araştırılması amaçlanmıştır.

### **1.2. Çalışmanın Önemi**

2017 yılında küresel inşaat sektörü üretimi yıllık bazda %3,5 artış göstermiştir. Son yıllarda inşaat sektöründeki büyüme gelişmiş ülkelerde yavaşlarken, gelişmekte olan ülkelerde ise altyapı ve konut yatırımlarındaki artış paralelinde artmaktadır. Türkiye 2017 yılında inşaat sektöründe %8,6'lık bir büyüme oranı yakalamıştır ve GSYH içindeki payı ise %7,2 olarak gerçekleşmiştir. Ancak 2019 yılına girilirken konut ve inşaat sektöründe belirgin bir düşüş gözlemlenmektedir (Anonim, 2019). Bu düşüşün ekonomik kriz kadar konut tercihlerindeki değişimden de kaynaklanabileceği aşikârdır (Ünal, 2019). Hal böyle olunca bu çalışma, kadın ve erkek bireylerin konut tercih ederken hangi faktörlerden etkilendiğini yapısal eşitlik modeliyle analiz ederek konut sektöründe hizmet veren hem kamu girişimleri (TOKİ) hem de özel sektör teşebbüslerine, stratejik yollar göstermeyi hedeflemiştir. Çalışma bu şekli ile davranışsal iktisat bağlamında nicel

verilerle hem literatüre katkı sunmakta ve hem de konut sektöründe cinsiyet temelinde bireylerin konut tercihi farklılıklarını ortaya koyarak farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır.

### **1.3. Çalışmanın Kapsamı**

Çalışmanın giriş bölümünde, çalışma ile ilgili genel bilgiler verilmektedir ve çalışmanın önemi, amacı ve kapsamı bu bölümde ele alınmıştır. İkinci bölümde davranışsal iktisat yaklaşımı incelenmiş ve klasik iktisat okulundan günümüze kadar yapılan çalışmalar ve varsayımlar aktarılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümü, tüketim ve tüketici davranışlarını içermektedir. Ayrıca tüketici davranışlarını etkileyen faktörler ve tüketici davranış modelleri irdelenmiştir. Çalışmanın devamı olan dördüncü bölüm araştırmanın bulgularından oluşmaktadır. Çalışmanın son bölümünde ise, yapılan çalışmalar sonucu elde edilen bulgular tartışılarak sonuç ve öneriler ifade edilmiştir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA İKİ ANA BİLİMİN İKTİSAT ve PSİKOLOJİ'NİN KARŞILAŞMASI

#### 2.1. Rasyonalite, Klasik ve Davranışsal İktisat

Klasik iktisadın en önemli kavramlarından birisi olan rasyonel davranan insanı anlamadan, davranışsal iktisadı anlamak mümkün değildir. Rasyonel davranan insan, bilgi ve tecrübeleri doğrultusunda beklentilerinin dışına çıkmayarak tahmin edilebilir cevaplar veren ve bu doğrultuda vermiş olduğu kararlarla fayda maliyet analizi yaparak faydasını ve hazını (mutluluğunu) maksimum yapmaya çalışan iktisadi olarak karar veren bir figürdür. Rasyonel insan kavramı, klasik iktisat teorisinde matematiksel modellerin tahmin edilebilmesi, yorumlanabilmesi ve karmaşık olmayan varsayımlar yapılabilmesini sağlamıştır. Fakat gerçek hayatta insanların vermiş oldukları kararlarda rasyonel davranmadıklarını görmek ve anlamak pek de zor değildir. Yani, insanlar tam bilgiye sahip değildirler, duygusallardır ve çoğunlukla fayda maliyet analizi yaparak karmaşaya girmek yerine daha kısa yolları tercih ederler (Akın ve Urhan, 2015).

Davranışsal iktisat, ana akım (geleneksel) iktisadın tam rasyonel olarak belirttiği ekonomik karar vericilerin kararlarına dikkat çekerek, bu karar vericilerin sınırlı rasyonel yeteneklere sahip olduklarını iddia etmektedir ve bu yaklaşım ile geleneksel iktisattan ayrılan bir alt daldır. İktisat ve psikolojinin birleşmesiyle ortaya çıkan ve ekonomik faktörlerin insani kısıt ve karmaşalarda nasıl davrandığının çabasını ortaya koymaya çalışan davranışsal iktisat (Mullainathan, 2007) iki disiplin arası yeni bir çalışma alanı olarak isimlendirilmektedir (Ariely, 2016).

İktisat biliminin alt araştırma bilimlerinden biri olan mikroiktisat, tüketici davranışlarını bütçe, fayda, fayda maksimizasyonu ve denge arasındaki ilişki gibi faktörlere göre şekillenmektedir. Tüketici talebinin anlamlı ve iktisadi politikalar için kullanılabilir olması açısından, geleneksel iktisat teorisi iki çeşit varsayımda bulunmaktadır (Ferguson, 1969). Bunlardan ilki, tüketicilerin tükettikleri her ürün hakkında tam ve doğru bilgiye sahip olduklarıdır. Diğeri ise tüketicilerin, tükettikleri

ürünlerden elde edecekleri faydayı maksimize edecek ve farklı tercihler arasında karşılaştırma yaparak en iyisini belirleyecek bir tercih fonksiyonları olduğudur.

Fayda, geleneksel ekonominin en temel kavramlarından birisidir. Farklı düşünceye sahip olan bilim adamlarının olması, bu kavramın iktisatta önemli bir tartışma konusu olmasına yol açmıştır. Tüketicinin elde etmiş olduğu faydanın nasıl ölçüleceği konusunda da bilim adamları kendi aralarında farklı yaklaşımlar olan "kardinal faydacılar" ve "ordinal faydacılar" olarak ikiye ayrılmışlardır. H. Gossen, S. Jevans, C. Menger, Walras gibi iktisat düşünürlerinin oluşturduğu kardinal faydacılar, faydanın ölçülebilir olduğunu, Y. Edgeworth, V. Pareto, J. Hicks, I. Fisher gibi iktisat düşünürlerinin oluşturduğu ordinal faydacılar ise faydanın ölçülemeyeceğini, nitekim malların ancak birbirleri ile kıyaslamasının mümkün olduğunu savunmuşlardır (Dinler, 2017).

İktisatçılar, faydayı ölçebilmek veya kıyaslayabilmek için, matematiksel ifadeleri kullanarak daha doğru sonuçların elde edilebileceğini düşünmüşlerdir. Böylece ekonomik insan (homo ekonomikus) kavramı ortaya çıkmıştır. Homo ekonomikus olarak nitelendirilen tüketiciler, faydalarını maksimize etmeye çalışan ve duygusal olarak hiçbir etkileyiciye tepki vermeyen varlıklar olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, iktisat ana bilimi matematiksel modeller kullanılarak daha anlaşılır bir yapıya kavuşmuştur (Mullainathan and Thaler, 2000).

Deneysel iktisadın elde ettiği sonuçlar, ana akım iktisadın mükemmel rasyonellik kabulünün gerçek tüketici davranışlarına paralel olmadığını ortaya koymuştur. Bunun en büyük örneği; insanların her zaman elde ettiği faydayı maksimize etmeye çalışmamalarıdır. Yani tüketiciler bazen, tüm alternatifler arasından kendilerini en mutlu etmeyecek olanı tercih edebilirler. Tüketicilerin, her alternatifi detaylı olarak değerlendirememeleri, sınırlı bilgiye sahip olmaları, duygusal yapıları, psikolojik ve yaşadıkları toplumdan kaynaklı çevresel etkenler, sınırlı hafızaya sahip olmaları gibi durumlar en iyi kararı verememelerinin ana sebeplerini teşkil etmektedir. Tüketicilerin yukarıda belirtilen sebeplerden ötürü en iyi kararı veremiyor olmalarına sınırlı rasyonellik denilmektedir. Mükemmel rasyonellik ve sınırlı rasyonellik arasındaki fark; mükemmel rasyonellikte, bilimsel

açından bireylerin karar vermelerini ve makro boyuttaki matematiksel etkileri modellemek için gerekliyken, sınırlı rasyonellikte ise gerçek hayatın içinde olan bireylerin davranışlarının anlaşılmasına ve sonunda açıklanmaya çalışılmasıdır. Sonuç olarak ana akım iktisadın mükemmel rasyonel bireyi anlamak için matematiksel ifadeler ve varsayımlar kullanılması gerekirken, deneysel iktisadın sınırlı rasyonel bireyini anlamak için ise bireylerin gerçek hayat içerisinde veya laboratuvar ortamında incelenmesi gereklidir (Akdere ve Büyükboyacı, 2015).

## **2.2. Davranışsal İktisadın Doğuşu ve Yaklaşımlar**

Davranışsal iktisat, geleneksel (Neo-klasik) iktisadın temel varsayımlarının dokunulmaz olmadığının anlaşılması üzerine ortaya çıkmıştır (Kahneman, 2003). Klasik iktisadın mükemmel rasyonel insanını kabul etmeyerek yeni akım olarak davranışsal iktisadın ortaya çıkması, modern iktisat literatüründe önemli bir yer kazanmıştır. 1970'li yıllarda psikoloji ve iktisadın birleşmesiyle ortaya çıktığı ilk günlerden itibaren, geleneksel iktisadın rasyonel insanını reddetmiş ve geleneksel iktisadın temel kabullerine karşı çıkmıştır. Metodolojik açıdan, davranışsal iktisadın en ayırt edici özelliği deneysel yöntemlerin fazlasıyla araştırmalarda yer bulması ve bu deneylerin laboratuvar ortamında veya saha araştırması şeklinde yapılmasıdır (Kapeliushnikov, 2015).

Davranışsal iktisat kavramının ortaya çıkması ile birlikte zaman içinde farklı bilim adamları bu alan üzerinde çalışmalar yapmış ve günümüze gelene kadar farklı katkılarda bulunmuşlardır. Bunlara başlıca örnekleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

### **2.2.1. Wanner, Eric, Loewenstein ve Angner Yaklaşımı**

Wanner, davranışsal ekonomiyi bilişsel bilimin ekonomik karar verme alanına uygulanması olarak tanımlar. Bunun sebebini ise, bilişsel bilimin tanımı olan; insanların iktisadi karar alma sürecinin bir uygulaması olarak görülmesidir. Ayrıca davranışsal iktisat, klasik iktisatçıların kabul ettikleri belli başlı varsayımlara bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. (Angner, 2007).

### **2.2.2. George Loewenstein, Colin F. ve Camerer Yaklaşımı**

George Loewenstein, Colin F. ve Camerer' e göre davranışsal iktisat, klasik iktisadın tam aksine, psikolojik düşünceyi ve iktisadi analizleri temel alarak, teorik çerçevesini ortaya koyan, daha iyi gözlem yapabilme ve düşündürebilme kolaylığını sağlayarak saha olaylarını incelemeye fırsat sağlayan bir iktisadi alt bilimdir (Camerer and Loewenstein, 2004).

### **2.2.3. Thaler, Jolls ve Sunstein Yaklaşımı**

Davranışsal iktisadın karşı çıktığı klasik iktisadın mükemmel rasyonel bireyinin her durum ve zamanda gerçek olamayacağı, bununla birlikte karar verme mekanizmalarının hatalı çalışabileceği, bireylerin sistematik ve tahmin edilebilir hatalar yapabileceği ifade edilmektedir. Bu bahsi geçen durumu (Sunstein et al., 1998) çalışmalarında, bireylerin hafızaları ve hesaplamalarının yetersiz olduğunu ve mükemmel olmadıklarını, bundan ötürü yetersiz hafızaya bağlı olarak not tuttuklarını, hesaplama yeteneklerinin mükemmel olmadığı içinde zihinsel kısa yollara ve yaklaşık hesaplama yöntemlerine yöneldiklerini söylemektedirler.

### **2.2.4. Weber ve Camerer Yaklaşımı**

Weber ve Camerer davranışsal iktisadi açıklarken, saha olaylarının yardımıyla gözlemlenen sonuçlar ile teorik tahminleri karşılaştırarak, ana akım (klasik) iktisadın kabul ettiği ana görüşlere karşı olarak yeni görüş ve yöntemler geliştirmişlerdir. Bu çerçevede davranışsal iktisadi, gerçekçi bir yargılama ve karar verme süreci ile uyumlu bir şekilde teori geliştirme eğilimi olarak kabul etmişlerdir. Yani, davranışsal iktisat bağlamında iktisadi karar verme süresinde davranışların altında yatan nedenleri ve alternatif davranışları laboratuvar ortamında araştırarak, deneyler yoluyla incelemelerini yapıp, bu araştırma sürecinde hangi iktisadi şartların, karar sürecine hangi boyutta etki ettiğini araştırırlar (Weber and Camerer, 2006).



### 2.3. Psikoloji ve İktisat İlişkisi

İktisatçılar, geleneksel olarak bireylerin iktisadi davranışlarını rasyonalite çerçevesinde inceleyerek ortaya koyarlar. Psikoloji bilimi ise, bireylerin davranışlarının nasıl ve hangi yönde farklılaştığını bulup ortaya koyar ve insana dair yargılar, mutlulukları ve davranışları detaylı olarak ele alır (Sent, 2004).

Bireylerin psikolojilerini ve zihinsel süreçlerini anlamadan, bireylerin iktisadi bağlamda çevresel algılarının sonucunda içsel süreçlerin nasıl davranışa dönüştüğünü anlamak mümkün değildir. Bu sebeple bilimsel disiplinlerin bir araya gelerek çalışması, çoğu bilim için önem arz etmektedir. Bu durum davranışsal yaklaşım açısından da geçerlidir. Davranışsal iktisat açısından iki ana bilimin bir araya gelmesi oldukça önemlidir. Çünkü davranışsal iktisadın sosyal bilimlere ait olması ve buna karşın psikolojinin ise hem fen hem de sosyal bilimlere ait olması bu iki bilimin ortak paydada çalışmasını önemli kılmaktadır. Buna ek olarak iktisat biliminin ortaya çıktığı ilk dönemlerde, psikoloji bilimi gelişimini daha tamamlayamamış ve emekleme aşamasındadır (Önder, 2015).

Davranışsal iktisat ve iktisat psikolojisi olarak ele alınan ve 1981 yılında yayınlanmış olan "Journal of Economics Psychology" dergisinde iktisat ve psikoloji bilimlerinin birlikte sürdürdükleri gelişimler incelenmiştir. İktisat psikolojisi, psikoloji biliminin alt başlığı olarak bireylerin sosyal davranışlarını ele alırken, iktisadın bir alt başlığı olan davranışsal iktisat ise bireylerin iktisadi davranışlarını ele almaktadır. Bu açıdan her iki ana bilimin kesişme noktaları, kendi aralarında ayrımın net olmamasıdır (Ruben, 2013). Her iki ana bilimin de ortak paydaşı insandır. Bu sebepten ötürü, iktisat biliminin çalışma alanını, bireylerin iktisadi tercihlerinin zamanla üretilmesi, üretime bağlı olarak bunların tüketilmesi ve yanı sıra bölüşülmesi oluşturmaktadır (Durusoy, 2008). Buna paralel olarak bireylerin bu süreçte davranışlarını ve davranışlarının sebeplerinin araştırılmasını ise psikoloji bilimi üstlenmektedir (Toigonbaeva ve Eser, 2011). Hal böyle olunca, davranışsal iktisat yaklaşımı verilerin matematiksel olarak yapısı ve açıklanması konusu üzerinde durmaya devam eder iken, bireylerin ekonomik davranışlarının açıklanmasında ise psikoloji bilimine başvurmaktadır (Camerer, 1999).

İktisat ile psikoloji ilişkisi, iki ana bilimde de ortak olan kavramlara bakıldığında da ortaya çıkmaktadır. Örneğin; iktisadi terimler olan fırsat maliyeti, tercih ve karar alma süreci gibi kavramlar psikoloji biliminde de yer almaktadır. Fırsat maliyeti anlamı bakımından, herhangi bir konu açısından eğer birden fazla seçenek mevcutsa ve bu seçenekler arasından tercih yapılması gerekiyorsa, tercih edilen seçeneğin diğer seçeneklere göre kıymeti (değeri) olarak belirtilmektedir. Yine azalan verimler kanunu iki ana bilimin ortak kavramlarından biridir. Bu kanuna göre ise; tüketime ya da üretime giren her bir birim girdi, kendisinden önce giren girdiye göre daha az fayda veya verim verecektir. Böylelikle her bir birim girdi belli bir noktaya kadar toplam faydayı arttıracak ve daha sonrasında azaltmaya başlayacaktır. Azalan verimler kanununa bu açıdan bakıldığında, insanın tatmin olma seviyesi ile ilgili olarak bu kavramın iktisat ve psikolojinin ortak alanına girmesini sağlamıştır (Ruben, 2013).

İktisat ve psikoloji ilişkisinin bir diğer buluştuğu nokta ise kamu politikalarıdır. Psikoloji bilimi genel açıdan iktisadi politikalar üzerinde önemli bir role sahiptir. Yani insanların, uygulamaya konulan iktisadi politikalara ne tür tepki verecekleri ve davranışlarının ne yönde etkileneceği açısından psikoloji bilimi ile ilişkilidir. Psikoloji bilimi, iktisadın çalışmalarını destekleyerek geçerliliği ve uygunluğu olan politikalar ortaya koyulmasında önemli bir görev sahiplenebilir (Amir, et al., 2005).

Sonuç olarak, iki ana bilim olan iktisat ve psikolojinin buluşma noktası olan davranışsal iktisat yardımıyla, iktisadi analiz ve araştırmaların daha iyi bir şekilde yapılabileceği, iktisadi kuramsal anlayışın daha iyi politikalar geliştireceği düşünülmektedir (Camerer and Loewenstein, 2004). Yani bireylerin karar alma süreçlerinde kullandıkları kriter, dayanak ve alternatiflerin tartışılması; olası sonuçların ön görülmesi ve karar süreci sonucunda tercih yapılması psikolojik araştırmalar gerektirmektedir. Aksi takdirde psikolojinin olmadığı bir iktisat tek ağızlı bir makasa benzemektedir (Simon, 1986).

## **2.4. Davranışsal İktisadın Tarihsel Seyri**

Psikoloji bilimi daha varlığını ortaya tam olarak koyamadığı dönemlerde iktisat popüler bir bilim dalıydı. 20. yüzyılın ikinci yarısına dek, bu iki bilimin ortak çalışmalarda buluşturulmadığı düşünülmüştür. Oysaki psikolojinin iktisadi düşüncelere çok daha önce yerleştiğini söylemek mümkündür. İktisadın babası olarak kabul gören, klasik iktisadın en büyük bilim insanlarından biri olan Adam Smith dönemine kadar gittiği söylenebilir. Bu başlığın devamında davranışsal iktisadın tarihsel seyri olarak klasik iktisat dönemi, Neo-Klasik iktisat dönemi ve davranışsal iktisat dönemi olarak üç başlık altında her dönemin en ünlü bilim adamlarının yapmış oldukları çalışmaları üzerinde psikoloji biliminin nasıl bir etkiye sahip olduğu üzerinde durulmuştur.

### **2.4.1. Klasik İktisat Döneminde Davranışsal İktisat**

İktisadın ilk olarak ortaya çıktığı dönemlerde Newton fiziği önemli derecede kendini hissettirmektedir. Öyle ki, dönemin önemli düşünürleri olan başta Smith, Ricardo ve Say klasik iktisadi düzeni Euclidean (Öklid) matematiği ve Newton fiziği üzerine inşa etmişlerdir (Birner, 2002). Hal böyle olunca iktisat ve psikoloji bilimlerinin buluşmasıyla ortaya çıkan davranışsal iktisat kavramının klasik iktisat döneminde kullanılmadığı düşünülmektedir. Oysaki bu yeni iktisat disiplininin klasik iktisat dönemine kadar uzandığını ve Adam Smith (1723-1790), David Hume (1711-1776), Jeremy Bentham (1748-1832) gibi teorisyenlerin, bireylerin iktisadi davranışlarını psikoloji biliminden faydalanarak ortaya koymaya çabaladıklarını söylemek oldukça mantıklı ve mümkün olarak görülmektedir.

Yukarıda bahsi geçen duruma özellikle Adam Smith'in 1759 yılında basılmış olan Ahlaki Düşünceler Teorisi (The Theory of Moral Sentiments) isimli kitabında bireylerin psikolojik davranışları analiz edilerek sempatinin (sympathy) ne kadar önemli olduğuna değinilmiştir. Adam Smith bu kitabında, belli bir durum veya konuda, karşımızdaki insanın neler hissettiğini bilmeyeceğimizi, bu konuda kendimiz o durumda olduğumuzda ne hissedeceğimizi düşünerek bir kanıya varacağımızı ve bunun sonunda kendimize nasıl davranılmasını istiyor isek, karşımızdaki insana da o şekilde davranacağımızı belirtmiştir (Naoki, 2010). Adam Smith'in Ahlaki

Düşünceler Teorisi kitabında değinmiş olduğu, bireylerin iyi bir durumda iken daha kötü bir duruma gerilediği zaman göstermiş olduğu üzüntünün, daha kötü bir durumda iken daha iyi bir duruma geçtiğinde göstermiş olduğu mutluluktan çok daha fazla olduğu tespitidir (Camerer and Loewenstein, 2004). Bunun, günümüz davranışsal iktisadın yaklaşımlarından biri olan "kayıptan kaçınma" kavramına denk geldiği düşünülmektedir. Ayrıca, Smith'in 1776 yılında yayımlanan (The Wealth of Nations) Ulusların Zenginliği eserinde ise, fayda kavramına değinerek, insanı eyleme yönlendiren bir motivasyon olarak nitelendirmiştir. Bunlara ek olarak eğer bir adil piyasa düzeni sempati üzerine kurulur ve o piyasada insanların bağımsız, özgür ve adil şartlarda rekabet etmeleri sağlanırsa, sosyal durumun olumlu etkileneceği ve ekonomik refahın artacağı ifade edilmiştir (Naoki, 2010).

Dönemin bir başka teorisyeni olan David Hume ise yapmış olduğu çalışmalarında, bireylerin hayatları ile ilgili almış oldukları kararlarda aklın çok etkili olduğuna değinmiş ve bireylerin inanç ve eylemlerinin her zaman rasyonel olmayacağını anlatmıştır. Hume, ayrıca insan davranışlarının tek belirleyicisinin akılcılık olmadığını, insanın incelenirken daima her detayının bilimsel araştırmalarda irdelenerek incelenmesi gerektiğini söylemiştir (Stroud, 1977). Hayatı sevmenin yanında tutku ve inatçılığın da bireylerin kararları üzerinde etkili olduğunu, hatta bu karar mekanizmasını oluştururken insanların harcama – kazanma gibi ekonomik isteklendirmelerinin oldukça fazla rolü olduğunu ifade etmiştir (Earl, 2005). Hume sempati konusunda ise, bireylerin diğer insanların duygularını ve davranışlarını hissedebileceklerini, bununla birlikte tutkularını ortaya çıkararak sempatilerini arttırabileceklerini ifade ederek (Naoki, 2010) Adam Smith'in düşüncesinin aksine bir teori ortaya atmıştır.

Dönemin önemli teorisyenlerinden biri olan ve rasyonalist faydacılığın kurucusu olarak addedilen Jeremy Bentham insanı, doğal etkenlerin dışında, psikolojik olarak haz ve mutluluk arayan, üzüntü ve kederden kaçan bir varlık yani "homo economicus" olarak tanımlamıştır (Akyıldız, 2006). 1789 yılında yayımlanan Ahlak ve Yasamanın İlkelerine Giriş (Introduction to the Principles of Morals and Legislation) isimli kitabında Bentham'ın geliştirmiş olduğu teorisinde, haz hesabı

(hedoniscalculus) kavramını kullanarak, bugünkü faydacılığın temellerini atmış ve faydayı, bireylerin mutluluğu ile ölçülebilen psikolojik büyüklük olarak tanımlamıştır (Lewin, 1996).

## **2.4.2. Neo-Klasik İktisat Dönemleri ve Davranışsal İktisat**

### **2.4.2.1. Erken Neo-Klasik Dönemi ve Davranışsal İktisat**

Klasik iktisat döneminde olduğu gibi erken Neo-Klasik iktisat döneminde de psikolojinin etkilerini görmek mümkündür. Bu dönemin iktisat bilimine en büyük katkısı marjinal fayda kavramının kazandırılmasıdır. Marjinal fayda kavramının temelleri ise aslen psikolog olan Ernst Weber (1795 - 1878) ve Gustav Fechner'in (1801 - 1887) savundukları görüşlerinden oluşmaktadır. Psikofiziğin temel kanunu veya daha çok bilinen adıyla Weber - Fechner kanunu olarak bilinen teorinin temelini, uyarıcının temel özellikleri ve duygusal deneyimin arasındaki bağ oluşturmaktadır. Yani bu kanuna göre, ilk gerçekleşen dürtü ne kadar güçlü olursa, ortaya çıkan tepkinin artarak devam edebilmesi için, süre gelen sonraki dürtünün daha yoğun bir şekilde gerçekleşmesi gerektiği kanısına varılarak sonuca varılmıştır. Yani duygu yoğunluğunun aritmetik şekilde artarak devam edebilmesi için, oluşan dürtünün geometrik şekilde artış gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu tanımın günümüzde kullandığımız marjinal fayda olarak bilinen kavramın en temel tanımı olduğu söylenebilir (Zafirovski, 2001).

Bentham'ın 1789 yılında yayımladığı kitabında temellerini oluşturduğu fayda kavramını tekrardan ele alarak yeni bir bakış açısı geliştiren ve birbirlerinden habersiz çalışmalar yapan Carl Menger (1840 - 1925), Stanley Jevons (1835 - 1882) ve Leon Walras (1834 - 1910), çalışmaları sonucunda ekonomi literatüründe Hermann Heinrich Gossen'e ait olan "azalan marjinal fayda" kavramına farklı açılardan katkı sunmuşlardır (Lewin, 1996). Bu üç ismin çalışmalarının ortak noktaları ise, değişimde meydana gelecek olan etkenlerin "üretim maliyetinin" değil de, "marjinal fayda" olduğunu söylemeleri ve bununla birlikte teorilerine ek olarak insanlardaki bireysel davranışların zevki maksimize edeceğini, acıyı minimize

etmenin yolunu ise hazcı (hedonik) psikoloji temellerine dayandırmalarıdır (Angner, 2007).

Stanley Jevons'un iktisat bilimine katmış olduğu Marjinal Fayda Teorisi, Adam Smith ve Ricardo'dan geçerek, Karl Marx ile doruğuna yükselen ve mantıklı bir süzgeçten geçirilip formülleştirilen Marx'ın "Emek – Değer Teorisi"ne alternatif olmuştur. Carl Menger ile aynı teoriyi geliştiren ve savunan Jevons, iktisadın ilgi alanlarına giren konuların matematik yardımı ile ifade edilebileceğini savunmasına karşın, azalan marjinal fayda teorisinde sübjektif fayda görüşü ön plana çıkmaktadır. Bu teoriye göre faydanın, matematiksel analiz yöntemleri kullanılarak ölçülemez olduğu, ancak bireylerin ortaya koydukları davranışların gözlemlenerek ve yapmış oldukları tercihlerin listesi oluşturularak yapılabileceği savunulmaktadır. Kısacası Jevons'a göre fayda, ölçülemez sadece sıralanabilir. Bu teorisi ile Jevons'ın ordinal faydayı savunduğu düşünülse de, yapmış olduğu analizlerde matematiğe başvurması, kardinal faydacı olarak isimlendirilmesine sebep olmuştur (Bocutoğlu, 2016).

Carl Menger, değer teorisini fayda kavramı üzerine kurgulayarak, değer ölçülmesinin kişiden kişiye değişkenlik gösterdiği için tamamen sübjektif olduğunu ve bireylerin bir mala vermiş oldukları değer, şahsi gelir ve tercihlere göre değişkenlik göstereceğini savunmuştur. Yani değer kavramı temel olarak ve değer ölçülebilirliği bakımından sübjektiftir. Bunların yanı sıra Menger psikolojik faktörleri göz ardı etmeden, tüketici talebinin önemine dikkat çekerek, diğer marjinalist yaklaşımlardan ayırmıştır (Bocutoğlu, 2016).

Neo-Klasik iktisadın önemli teorisyenlerinden olan Ysidro Edgeworth, bireylerin iktisadi faaliyetlerinde psikolojik faktörlere değinmiştir. 1881 yılında yayımlanan ve iktisat bilimine kutu diyagramı analizini kazandırdığı kitabı olan "Matematiksel Fizik: Ahlak Bilimlerine Matematiğin Uygulanması Üzerine Bir Deneme"dir. Ayrıca Edgeworth "bütün hazlar orantılıdır ve ölçülebilir" teorisile iktisadi faaliyetleri sonucunda insanların elde ettikleri faydayı ölçmek için Ferchner'in tekniğini kullanmıştır. Edgeworth "intibak kanunu" olarak tanımladığı teorisinde, kişinin faydasını sadece belirli bir dönemde her bir maldan tükettiği mutlak miktarlara bağlı olmadığını, aynı zamanda bu miktarların referans

noktalarıyla bağlantılı miktara da bağlı olduğunu savunmuştur. Edgeworth'un ortaya koyduğu intibak kanunu bir psikolojik kavram olarak bugün, davranışsal iktisatta "referans noktası" olarak kullanılan kavrama karşılıktır (Bruni, 2007).

Hume'un "bütün bilimlerin insan doğası çalışmasına dönecektir" sözünü benimseyerek psikolojik çalışmalar yapan ve aynı zamanda mikroekonominin kurucusu olarak addedilen Alfred Marshall (1842 - 1924) İktisadın İlkeleri (Principles of Economics) eserinde iktisat bilimini, bir tarafı ile serveti inceleme, diğer taraftan ise insanı inceleme bilimi olarak tanımlamaktadır. Marshall "insan karakteri" ile ilgili yapmış olduğu psikolojik çalışmaları ile "insan doğası" üzerine yaptığı iktisat teorisi çalışmalarında psikoloji biliminden oldukça etkilenmiştir. Aynı zamanda Marshall'ın psikolojik temelli çalışmalardaki insanı, basit tip makine olarak kabul ettiği modelden, ekonomik şövalyelik ise sempati prensiplerinden, hayat standardı olarak tanımladığı insan ise kompleks tip makineden oluşmaktadır (Naoki, 2010).

Son olarak bir diğer Neo-Klasik iktisatçı olan Irving Fisher da (1867-1947) psikolojik faktörler üzerinden bireylerin iktisadi davranışlarını açıklamaya çalışmıştır. Fisher 1928 yılında "Para Yanılgısı (Money Illusion)" ve 1930 yılında "Faizin Teorisi (The Theory of Interest)" isimli yayımlanmış olduğu kitaplarında psikolojik terimler olan "zaman tercihi" ve "para yanılgısı" kavramlarını kullanmıştır. Bunun yanı sıra Fisher, algı ve yanılma kavramlarını ele alarak, insanların fiyat, döviz kuru gibi faktörler değiştiğinde yerel para biriminin sabit kalacağına inandıklarını, insanların reel ve nominal değerleri birbirlerine karıştırdığını ve para yanılgısının konjonktür dalgalanmalarını arttıracığını savunmuştur (Thaler R. H., 1997). Bunların yanı sıra Fisher, tüketimi açıklamak için ise, kendisinin geliştirmiş olduğu zamanlar arası tercih teorisinde, kendine hâkim olma, ihtiyatlılık, alışkanlıklar, hayatla ilgili her türlü beklentiler ve moda gibi kişisel faktörlerin, ekonomik faktörler (gelir) kadar önemli olduğunu belirtmiştir. Thaler (1997) çalışmasında, Fisher'ı modern davranışsal makro ekonomist olarak tanımlamıştır.

#### **2.4.2.2. Keynesyen Dönemin Başlaması ve İktisadın Davranışsal İktisattan Uzaklaşması**

1929 yılında gerçekleşen Büyük Buhran ile birlikte Neo-Klasik iktisat sorgulanmaya başlanmıştır. Bu dönemin en büyük iktisat düşünürlerinden olan ve makroekonominin temellerini atan John Maynard Keynes'in (1883-1946) ele almış olduğu İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi (The General Theory of Employment, Interest and Money) kitabı döneminin en önemli eserlerinden olup; makroekonominin ilk adımlarını gerçekleştirmiştir (Leijonhufvud, 1967). Ekonomik bunalımın olduğu yıllardan itibaren Neo-Klasik düşünceler eleştirilerek, Keynesyen yaklaşımlara yeni yorumlar getirilmiş; İkinci Dünya Savaşı sonrasına kadar mevcut Neo-Klasik sistem yeni halini almıştır. Yeni sentez Neo-Klasik iktisatta iki temel prensip geliştirilmiştir. Bunlardan ilkinine göre; bireyler ve firmalar rasyonel davranmaktadırlar ve sergiledikleri tutum ve davranışları mikroekonomi düşünceleriyle analiz edilebilir. Yeni sentezin ikinci prensibi ise, tam istihdam dengesine ulaşabilmek için, fiyat ve ücret piyasaları tamamen terk edilerek, para ve maliye politikalarının uygulanması ile ekonomi dengeye getirilebilir (Yıldırım ve ark., 2011).

Neo-Klasik iktisatta, 1930'ların ortalarından itibaren İkinci Dünya Savaşı sonrası 1950'lerin ortalarına kadar olan süre zarfında iktisat ve psikoloji ilişkisi azalarak iktisadi analizlerde kullanılmamaya başlanmıştır. Özellikle Vilfredo Pareto (1848-1923) ile kardinalist yaklaşımdan ordinalist yaklaşıma geçilmesiyle başlayan Pareto'cu dönüşüm, John Hicks (1904 - 1989), Roy George Allen (1906 - 1983), Paul Samuelson (1915 - 2009) ile devam etmiştir. Rasyonel düşünce prensibinin tekrardan benimsenmesi, iktisat içerisindeki psikolojik eğilimleri ortadan kaldırmıştır (Bruni, 2007).

İnsan psikolojisini reddeden, iktisadi psikolojiden arındırmaya çalışan bu yeni sentez Neo-Klasik iktisatçılar, bireylerin seçimlerini ne yönde ve nasıl yaptıklarını ve bu seçimlerin sonuçlarının ne gibi problemlere yol açtığını, bireylerin davranışları ve motivasyonları gibi konuları dışlamışlar ve iktisadın hazcı düşüncesini devre dışı bırakmışlardır. Yani yeni Neo-Klasik iktisatçılar, bilinçli durumları dikkate alarak,



içe bakış düşüncesini reddetmişlerdir. Bunun sonucunda Neo-Klasik dönemde kullanılan fayda kavramı yerine tercih kavramının daha basit olduğu düşüncesi ile, tercihlerin oluşumu, seçim süreci ve sorunları ile motivasyon gibi konularda bilinmezci kalmayı tercih etmişlerdir. Neo-Klasik iktisatçıların bireylerin satın alma sonucunda elde ettikleri hazzı ve yapılan tercihlerin özelliklerini anlamada geçişken olması gibi varsayımlar ile çalışırken, yeni sentez neo-klasikçiler tercihlerin geçişkenliğinin kanıtlanmamış ama doğru olduğu kabul edilen kavramlara dayalı olduğunu (aksiyomatik) kabul etmişlerdir (Angner and Loewenstein, 2007).

Neo-Klasik iktisat döneminde fizik, matematik, mühendis kökenli iktisatçıların varlıkları iktisat üzerinde etkilerinin olmasına yol açmıştır. Bunların başında dönemin önemli iktisat düşünürlerinden olan, mühendis kökenli Vilfredo Pareto (1848 - 1923) gelmektedir. Gündemde olan ortalama kavramı, normal dağılım ve ekono-fizik gibi konularının eleştirilmesi sonucu yeniden gündeme getirilen Güç Yasaları Pareto' nundur (Eren, 2011). Asıl bilimsel kökeni mühendislik olan Pareto çalışmalarında deneye ve gözleme çok fazla önem vererek çalışmalarını bu yönde yapmıştır. İktisadı sosyal faktörlerden arındırarak analizlerini yapmış ve klasik iktisadın ana varsayımlarından olan homo ekonomikus kavramını benimseyerek çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Ayrıca Pareto fayda kavramı yerine ekonomik tatmin "ophelimity" kavramını önermiştir (Albayrak, 2003).

Dönemin bir başka iktisatçısı olan Paul Samuelson (1915 - 2009) klasik fizik eğitimi almış ve optimizasyon (en uygun şekle sokma) terimini iktisatta ilk defa kullanarak, iktisatta marjinal kavramını türevsel probleme indirgemiş ve maksimizasyonu optimizasyon sorunu olarak görmüştür (Eren, 2011). Samuelson'un Ekonomik Analizin Temelleri (Foundations of Economic Analysis) isimli eserinde en önemli faktörler, kısıtlı optimizasyon ve aksi ispatlanabilir hipotezlerdir. Samuelson'a göre bilimsel olan her teori test edilebilir olmalıdır. Yani 'optimizasyon, karmaşık sistemler hakkında net sonuçlar elde edilmesine olanak sağlayacaktır' düşüncesini belirtmiştir (Dixit, 2012).

Sonuç olarak 1940'lı yıllarda, iktisadi analizlerde matematik kullanılan modellerde insan kavramı, karmaşık problemleri mükemmel şekilde çözen ultra-

rasyonel bir varlık halini almıştır. 1950'li yıllara gelindiğinde ise iktisadi analizlerde rasyonel seçim teorisi, belirsizlik ve risk kavramlarıyla çalışılmaya başlanmıştır (Toigonbaeva ve Eser, 2011).

Dönemin farklı düşüncedeki iktisatçıları Neo-Klasik iktisada uyan fakat karar verme sürecinin analize katılmadığı bu teorileri eleştirmişlerdir. Bu iktisatçılara özellikle 1953 yılında Maurice Allais ve 1961 yılında Daniel Ellsberg örnek gösterilebilir. Allais ve Ellsberg'e göre karar problemi (beklenen fayda teorisinin anlamlılığı) ile ilgili paradokslara değinerek bu tür davranışları uzlaştırıcı yeni kavramlarla açıklamaya çalışmışlardır (Galeotti, 2010).

### **2.4.3. Çağdaş Davranışsal İktisat Dönemi**

Neo-Klasik iktisadi teorilere karşılık psikolojik eleştiriler yapılarak ortaya çıkan ve ilk dönemlerinde ekonomi psikolojisi veya psikolojik ekonomi isimleriyle kendine yer bulan davranışsal iktisat teorisi, ilk çalışılmaya başlandığı zamanlarda farklı dönemlere ayrılmazken, Sent, (2004) çalışmalarında eski (birinci kuşak) ve yeni kuşak davranışsal iktisatçılar diye iki döneme ayırarak incelemiştir. Davranışsal iktisat kavramını ilk olarak 1958 yılında ortaya koydukları çalışmalarda Kenneth, Harold Johnson ve Boulding'in kullandıkları ileri sürülmektedir (Angner and Loewenstein, 2006).

#### **2.4.3.1. Çağdaş Davranışsal İktisat Dönemi: Birinci (Eski) Kuşak**

Neo-Klasik iktisat akımının teorilerine karşı çıkılmaya başlandığı yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren tekrardan psikolojik temelli çalışmaların başlamasıyla, iktisat ve psikoloji ortak çalışmalarda yer bulmaya başlamışlardır. Bu yeni akım olan davranışsal iktisadı oluşturan iktisat ve psikoloji bilimlerinin ortak çalışma alanını insan oluşturmaktadır. Davranışsal iktisat yaklaşımının temelinde, verilerin matematiksel yapılarla açıklanması üzerine iktisadi çalışmalar sürerken, bireylerin ekonomik davranışlarını açıklama tarafını da psikoloji bilimi üstlenmektedir (Camerer, 1999).

Birinci kuşak davranışsal iktisada katkıda bulunan okullar dört gruba ayrılabilir. Bu okullar; ABD'den Michigan Üniversitesi ve Carnegie Mellon

Üniversitesi, İngiltere'den Stirling Üniversitesi ve Oxford Üniversitesi'dir. Bu okullardan Michigan Üniversitesi, genel olarak makroekonomik sorunlar ve tüketici davranışlarının araştırılmasında psikolojiyi kullanarak çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Carnegie Melon Üniversitesi; tatmin, sınırlı rasyonalite, simülasyon ve firma davranışlarını incelemiştir. Oxford Üniversitesi araştırmalarının odak noktasını; belirsizlik, koordinasyon vb. unsurlar oluştururken, Stirling Üniversitesi ise; eklektizm ve entegrasyona odaklanmışlardır. Bu okullardaki en önemli bilim insanları; Herbert Alexander Simon (1916-2001), George Katona (1901-1981), D.M. Lambertson ve Peter Earl sayılabilir (Sent, 2004). Bu dört okulda bulunan James Duesenberry (1918-2009), Richard Easterlin (1926-...), Tibor Scitovsky (1910-2002) ve Harvey Leibenstein (1922-1994) gibi iktisatçılarda farklı konulardaki iktisadi çalışmalarını psikolojiye dayandırarak düşüncelerini ortaya koymaya çalışmışlardır. Bunlara ek olarak Alman iktisatçılar olan Günter Schmölders (1903 – 1991) davranışsal kamu finansmanı konularında, insan psikolojisi ve vergi arasındaki ilişkileri incelemiştir. Ayrıca Walter Adolf Jöhr (1910 – 1987) konjonktür teorisinde psikolojik faktörleri ele almıştır (Frey, 2004).

Davranışsal iktisadın kurucusu olarak kabul gören George Katona, enflasyon üzerine araştırmalar yapmıştır. Katona, mali politikalar geliştirilerek enflasyona karşı durulabileceğini belirtmiş ve geliştirilen politikalarda tutum, niyet ve beklentiler gibi psikolojik kavramların yer bulması gerektiğine dikkat çekmiştir. Bunlara ek olarak bireylerin öğrenme sürecini ve yaşadıkları çevreden etkilendiklerini de denkleme eklemiştir (Katona, 1947). Katona, iktisatta tüketici psikolojisinin uygulamasında öncü olmuş ve savaş öncesi Almanya'da yüksek enflasyonun psikolojik etkilerini çalışmaları (1949) ile davranışsal iktisat üzerine çalışmalarına başlamıştır. Ayrıca 1951 yılında yayımladığı 'Ekonomik Davranışın Psikolojik Analizi' (Psychological Analysis of Economic Behavior) eserinde, insan davranışlarının ortaya çıkmasında ekonomik süreçlerin başrolde olduğunu belirtmiştir. Katona, iktisat ile birlikte normatif olmayan davranış bilimlerini; sosyal psikoloji ve gestalt psikolojisi ile de çalışmıştır (Tomer, 2007).

Davranışsal iktisadın ortaya çıkması ve gelişmesinde yapmış olduğu çalışmalarla döneminin en büyük bilim adamlarından olan ve 1955 yılında yayımladığı çalışması ile davranışsal iktisadın temelini oluşturan Herbert Simon, karar vericilerin davranışlarının tatmin ediciliğini açıklarken; karar vericilerin bazen optimizasyon maliyetine katlanmak istemeyeceklerini, bu yüzden optimizasyon yapmanın her daim imkansız olduğunu, bunun yerine kendilerini daha fazla veya daha az tatmin edecek olan alternatiflere yöneleceklerini savunmuştur. Bu bilgi ışığında rasyonel davranmak her daim daha karışık problemlere çözüm bulmayı gerektirecektir. Rasyonel davranmanın zorluğundan dolayı Simon geliştirdiği sınırlı rasyonellik (bounded rationality) kavramıyla, insan beyninin komplike problemlerin tespiti ve o sorunların çözümü karşısında sınırlı kaldığını vurgulamıştır. Mükemmel rasyonel bireyin karşılığı olarak Simon tarafından geliştirilen ‘tatminler kuramını’nın iktisat alanında ilk uygulanması, 1911 yılında Sigmund Freud’un ele aldığı “Zihinsel İşleyişin İlkeleri Üzerine Formülasyonlar” isimli çalışmadır (Önder, 2004). Sınırlı rasyonellik kavramı, davranışsal iktisadın temel varsayımlarından olsa da, ilk dönemlerde fazla ilgi görememiştir. Bunun sebebi olarak da geleneksel iktisadın kabullerine karşı çıkması gösterilmektedir. Geleneksel iktisatta karar alıcıların davranışları fayda fonksiyonu üzerinden açıklanırken, birinci kuşak davranışsal iktisatçılar ise, karar alıcıların davranışlarının ne yönde ve nasıl değiştiğini deneyler yoluyla açıklamaya çalışmışlardır (Ruben ve Dumludağ, 2015).

Neo-Klasik iktisadın ortaya koyduğu iktisadi etkinliğin, üretim maliyetlerine ve bireylerin ilaveten göstermiş oldukları çabalarına bağlı olduğunu X-etkinliği teorisi ile destekleyen Harvey Leibenstein 1966 çalışmalarını matematiksel formülasyon ve pozitivizmin unsurlarına dayandırmasına karşın, geleneksel iktisatçılar gibi rasyonel birey kavramına odaklanmayarak, hisleri ve davranışlarıyla sınırlı rasyonel veya rasyonel olmayan bireye odaklanmıştır (Tomer, 2007).

Birinci kuşak davranışsal iktisatçıların ortak noktası; geleneksel iktisadın bireylerin faydalarını maksimize ederek refahlarını arttırdığı görüşünün yetersiz olduğunu savunarak, psikolojik temelli alternatif modeller oluşturmayı hedeflemiş olmalarıdır (Rabin, 2002). Neo-Klasik iktisatçılar fayda maksimizasyonu ve

rasyonaliteye yoğunlaşmış, birinci kuşak iktisatçılar ise bu varsayımların içindeki bireyin davranışlarını ele almıştır. Geleneksel iktisatçılar veriler ve bilinen sonuçlar üzerine çalışmalar gerçekleştirirken, davranışsal iktisatçılar ise deneye dayalı fayda fonksiyonunun şekli ve içeriğine yoğunlaşmışlardır (Sent, 2004). 1950’li yıllardan başlayarak 1960’lı yılları da içine alan birinci kuşak davranışsal iktisatçılar önemli çalışmalar gerçekleştirip, iktisadın yönünü değiştirmeye çabalamışlarsa da, bunu başaramamışlardır (Camerer and Loewenstein, 2004).

#### **2.4.3.2. Çağdaş Davranışsal İktisat Dönemi: İkinci (Yeni) Kuşak**

Daniel Kahneman ve Amos Tversky ikinci kuşak davranışsal iktisadın ortaya çıkmasında önemli rolleri olan iki bilim insanıdır. Birinci kuşak davranışsal iktisat ile ikinci kuşak davranışsal iktisadın arasındaki en temel fark bu iki bilim adamının çalışmalarından anlaşılabilir. Birinci kuşak davranışsal iktisat teorisi; geleneksel iktisadın varsayımlarını reddederek bu varsayımlara alternatif modeller geliştirme üzerine odaklanırken, ikinci kuşak davranışsal iktisatçılar; geleneksel iktisadın varsayımlarını kabul ederek, bilişsel kısıtlara ve sapmalara yönelik teoriler üzerinde yeni çalışmalar yapmışlar ve alternatif varsayımlar ile çalışmalarını açıklama yolunu seçmişlerdir (Ruben ve Dumludağ, 2015).

İktisatta meydana gelen yeni gelişmeler paralelinde, psikoloji alanında da gelişmeler yaşanmış, Freud’un iç gözleme dayanan davranışsal psikolojisinin yerini, John B. Watson (1878 – 1958) tarafından geliştirilen dış gözleme dayanan davranışsal psikoloji almaya başlamıştır. Watson ele aldığı çalışmalarında bilimsel olabilirlik adına, psikolojinin gözlemlenebilir olmasını ve sonunda ise ölçülebilir davranışları temel alması gerektiğini vurgulamıştır. Clark L. Hull (1884-1952), B.F. Skinner (1904-1990), E. Ray Guthrie (1886-1959) ve E. Lee Thorndike (1874-1949) başlıca söyleyebileceğimiz davranışsal psikoloji üzerine çalışmalar yapan psikologlardır. Davranışsal psikolojiye bağlı olarak gelişen bilişsel psikoloji (karar verme, problem çözme, yargılama, hissetme, öğrenme, düşünme, anımsama, dil gibi zihinsel süreçlerin en geniş anlamda incelenmesi) alanında çalışmalar yapan psikologlar Daniel Kahneman, Amos Tversky, Duncan Luce ve Ward Edwards’dır.

Bu bilim insanları çalışmalarında, psikolojik modellerini karşılaştırma kriteri olarak ekonomik modelleri kullanmayı tercih etmişlerdir (Camerer and Loewenstein, 2004).

İkinci kuşak davranışsal iktisadın öncüleri olarak kabul gören Amos Tversky ve Daniel Kahneman'ın yanı sıra yeni kuşak davranışsal iktisadın gelişiminde Paul Solvic (1938 - ...) ve Richard Thaler (1945 - ...) çalışmaları etkili olmuştur. Günümüz davranışsal iktisadı 1990'lardan itibaren oluşmaya başlamış ve Colin Camerer, Matthew Rabin, David Laibson ve Sendhill Mullanaithan katkılarda bulunmuştur. Colin Camerer 1999 yılında yapmış olduğu çalışmasında, bahsi geçen iktisatçıları psikolojiden etkilenenler olarak gruplandırırken, Robert Frank (1924 - ...), Robert J. Shiller (1946 - ...) ve George Akerlof (1940 - ...) gibi iktisatçıları ise, yeni yaklaşımlar öneren ve rasyonellik varsayımını sorgulayan, genel olarak daha az psikolojiden etkilenenler olarak sınıflandırmıştır (Camerer, 1999).

Davranışsal iktisada önemli katkılar sağlayan Amos Tversky ve Daniel Kahneman'ın çalışmaları üç başlık altında incelenmektedir. Bu başlıklardan ilk olarak Kahneman ve Tversky, (1973) ve Tversky ve Kahneman, (1974) çalışmalarında, bireylerin belirsizlik durumlarında karar vermesinde etkili olan, sübjektif kısa yolları ve bilişsel yanlılıkları incelemişler ve davranışsal iktisat alanına önemli bir boyut katmışlardır. İkinci olarak Kahneman ve Tversky, (1979) ve Tversky ve Kahneman (1992) yıllarında yaptıkları çalışmalarda, beklenen fayda teorisinin başarısızlıklarını ele aldıkları ve buna karşılık geliştirdikleri beklenti teorisinde, bireylerin zevklerine bağlı seçimlerinin risk altında aldıkları kararların, bireylerin şimdiki duruma (statüko) ve bazı referans noktalarına bağlı kaldığını açıklamışlardır. Üçüncü ve son olarak Tversky ve Kahneman, (1986) yaptıkları çalışmada, çevreleme etkisi üzerine çalışma yaparak, çevreleme tuzağının insan tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır (Kahneman, 2003).

Psikolog olup da iktisat konuları ile ilgilenen Kahneman ve Tversky'nin haricinde, iktisatta psikoloji üzerine önemli çalışmalar yapan iktisatçı Richard Thaler, geniş çaplı araştırmalar gerçekleştirerek; finansal piyasalardan, piyasa yatırımına, tasarruflardan, karar almaya kadar birçok alanda önemli mesafeler almış

ve davranışsal iktisadın anlaşılmasına katkıları sağlamıştır. Thaler'ın davranışsal iktisat ile ilgili en temel çalışması; 1980 yılında yapmış olduğu, bireyleri rasyonaliteden uzaklaştıran konular olan, batık maliyeti ve fırsat maliyeti gibi başlıklarda çalışmalarıdır. Buna ek olarak 1985 yılında duyguların özellikle tatmin edici karar vermede daha etkili olduğunu, beklenti teorisini zihinsel muhasebe ile birleştirerek açıklamış ve bireylerin karar verirken belli başlı konuların dışındaki olay ve sonuçları göz ardı ettiğini belirtmiştir (Toigonbaeva ve Eser, 2011).

George Akerlof 2001 yılında Nobel ödülünü alan ve davranışsal iktisat alanında önemli çalışmaları bulunan bir başka isimdir. Akerlof 1982 ve 1984 yıllarında yapmış olduğu çalışmalarda, ana akım iktisattan farklı olarak, etkin ücret teorisinin geliştirilmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Çalışmasında gönülsüz işsizlik konusuna değinmiş ve etkin ücret için psikolojik temelli deneysel (ampirik) çalışmalar yaparak, doğruluk ve karşılıklılığa dayanan açıklamalar gerçekleştirmiştir. Başka çalışmada Akerlof, hediye değişimi teorisini geliştirmiş ve gönülsüz işsizlikte çeşitli firmalar tarafından piyasaların denge ücretlerinden daha fazla ücret ödemesi yapmalarının sebebini, karşılıklılık ve doğruluk prensibi doğrultusunda, firmaların daha fazla ücret verilmesiyle çalışanlardan daha fazla gayret ile çalışma beklentisi içinde olduğunu söylemiştir. Buna ilaveten rekabetçi emek piyasalarında psikolojik faktörlerin, ücret ve istihdamı etkileyebileceğini belirtmektedir (Akerlof, 1982) ve (Akerlof, 1984). Ayrıca Akerlof, makroekonominin de davranışsal iktisat üzerine kurularak, daha sağlam temellere sahip olacağını belirtmiştir (Ruben ve Dumludağ, 2015).

İkinci kuşak davranışsal iktisat döneminde yapılan çalışmalarda, rasyonalite varsayımı üzerine psikolojik temelli testler yapılarak, sınırlı rasyonalite kavramının ortaya çıkmasına sebep olan anomaliler, yanlılıklar, motivasyon, mutluluk ve inançlar gibi belli başlı konular, tüketici seçimleri, emek piyasası, iktisatta tasarruf ve finans alanlarına uygulanmış ve davranışsal iktisadın kurumsallaşması sağlanmıştır (Toigonbaeva ve Eser, 2011).

## **2.5. Karar Verme Süreci ve Davranışsal İktisat**

Günümüze kadar yapılan çalışmaların gösterdiği kadarıyla, iktisat bilimi alanında bireylerin karar vermede genel olarak rasyonel davranmadıkları görülmektedir. Rasyonel davranan bireyin karar verirken en iyi seçimi yapması beklenirken, bireyler her zaman kendilerini en çok mutlu ve tatmin eden seçenekleri tercih etmeyebilirler. Bireylerin bu davranışlarını en iyi açıklayıcı sebepleri ise; yeterli hafıza ve birikime sahip olunmaması, duygular, bilişsel farklılıklar ve psikolojik nedenler olarak ifade edilebilir. Bu bahsi geçen sebeplerden ötürü bireylerin beklenildiği gibi mükemmel rasyonel olmalarından daha çok sınırlı rasyonel davrandıkları gözlemlenmiştir. Sınırlı rasyonelliğin temel farkı en kısa şekilde, bireylerin ve olayların birbirinden bağımsız olduğu, gerçek dünyada bireylerin birbirinden farklı davranış sergilediği ve bireyleri davranışa iten nedenlerin farklılığı olarak sıralanabilir (Akdere ve Büyükboyacı, 2015).

Bu bölümün devamında geleneksel iktisat ve davranışsal iktisat perspektifinde karar verme sürecine nasıl yaklaşıldığına, farklılıklara, karar verme sürecinde bireyleri mükemmel rasyonel davranış göstermesine mani olan tuzaklara, bireyleri sınırlı rasyonel davranış sergilemeye iten sezgisel yöntemlere değinilecektir.

### **2.5.1. Geleneksel ve Davranışsal İktisat Bağlamında Karar Verme Süreci**

Bireylerin hayatlarını sürdürdükleri süre zarfında, başlarına gelebilecek olumsuz bir durum ve gelecek kaygısı içerisinde hareket etmeleri ekonomik hayatın merkezini oluşturmaktadır. Örneğin; bugün elde tutmaktan vazgeçilen bir konut için gelecekte en az onun kadar iyi bir konuta sahip olunabilecek mi? ekonomide meydana gelecek olan bir daralmada veya krizde mevcut işini kaybedecek mi? vb. soruların cevaplarını alabilmek için sadece olasılıkların değerlendirilmesi yapılarak bir sonuç elde edilebilir. Bu tür soruların cevaplarını geleneksel iktisatçılar istatistiksel örneklemeler gerçekleştirip ve akabinde varsa yeni bulgularla karşılaştırarak olasılıkların güncellenip sonuca varılmasına olanak sağlayan Bayes kuralını kullanarak bulmuşlardır (Camerer and Loewenstein, 2004). Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere bireyler, kararlarını genellikle bir belirsizlik ortamında almaktadırlar. Bu durum da alınan kararlar için geleneksel iktisat dönemi



iktisatçılarından olan ve 1944 yılında belirsizlik durumunda karar alma ile ilgili çalışma yapan Von Neuman ve Morgenstein'in sonrasında literatürde bilinen adıyla 1953 yılında Savage tarafından geliştirilen beklenen fayda teorisi ile son halini alan teoriden faydalanılmıştır. Beklenen fayda teorisinde, bireylerin ihtiyaçları için almış oldukları mal ve hizmetlerin o ihtiyaçları karşılayabilme ölçütü olarak kabul gören toplam fayda kavramı temel tutularak; bireylerin ekonomik hayat içerisindeki iktisadi faaliyetleri ve davranışları da toplam faydalarını maksimize etme istekleri ile açıklanmaya çalışılmıştır (Gümüšoğlu ve Özdemir, 2007).

Karar verme sürecinde kullanılan bu yöntemler, geleneksel iktisatta bireylerin rasyonel davrandıkları üzerine inşa edilmiştir. Fakat ekonomik hayat içerisindeki bireyin davranışlarını tam anlamıyla her daim açıklayamayan geleneksel iktisadın geliştirmiş olduğu mekanizmalarına karşı olarak, davranışsal iktisat bağlamında yeni mekanizmalar geliştirilmiştir. Karar verme açısından geleneksel iktisat ve davranışsal iktisadın karşılaştırılmasını yapan ve kullanılan yöntemlere değinen (Camerer, 1999) aşağıdaki (Tablo 1) de olduğu gibi ele almıştır.

**TABLO 1: KARAR VERMEDE GELENEKSEL İKTİSAT İLE DAVRANIŞSAL İKTİSAT İKAMELERİ**

Rasyonellik İlkesi	Davranış İlkesi	Psikolojik Temeli
Beklenen fayda $\sum_i P_i u(X_i)$	Beklenti teorisi $\sum_i \pi(P_i) u(X_i - r)$	Psiko-fizik, uyum: kayıptan kaçma, yansıma, zihinsel muhasebe, doğrusal olmama $\pi(P_i)$
Denge (karşılıklı en iyi cevap)	Öğrenme, evrim, gelişme	Genelleştirilmiş destek
İndirgenmiş fayda (discounted utility) $\sum_t \delta^t u(x_t)$	Hiperbolik indirgeme $u(X_0) + \sum_{t=1} \beta \delta^t u(X_t)$	Doğrudan mevcut olan için tercih
Kendi ödemesini (payoff-fırsat) maksimize etmek $u(x_2(X_1, X_2)) = 0$	Sosyal fayda $u(x_2(X_1, X_2)) \neq 0$	Diğer insanlarla para "harcama" (karşılıklı hareket etme, eşitsizliği sevmeme)
Talep, refah ve fiyatın fonksiyonudur	Talep, sahiplik/elde bulundurma etkisinin kompozisyonuna bağlıdır.	Psikoloji literatüründe "sahiplik hatası" olarak tanımlanmaktadır.

**Kaynak:** Camerer (1999).

## 2.5.2. Beklenen Fayda ve Beklenti Teorisi Karşılaştırması

Literatürde davranışsal iktisat bağlamında karar verme süreci iki temel unsurdan oluşmaktadır. Bunlar; bölümün devamında detaylı olarak ele alınacak olan beklenen fayda ve beklenti teorileridir (Hens and Bachmann, 2011).

### 2.5.2.1. Beklenen Fayda Teorisi

Rasyonel karar vermede ölçüt olarak kabul edilen ve 1944 yılında Neumann ve Morgenstern tarafından ortaya konulan beklenen fayda teorisi, günümüze kadar birçok çalışmaya öncülük etmiş ve günümüzde de karar vermenin karşılaştırmalı teorisi adını almıştır. Yalnız, bu teoriye karşı olarak Maurice Allais, beklenen fayda teorisinin tahminlerinin bazı gerçek davranışlar karşısında farklılaştığını söylemektedir (Thaler, 2017).

İktisat teorilerine 20. yüzyılın sonuna kadar etki eden geleneksel iktisadın "homoeconomicus" rasyonel insanı teori oluşturulabilmesi için her zaman rasyonel çözümler üretilmesini temel almıştır. Rasyonel insan, geleneksel iktisatta farklı alternatifler içerisinde optimal seçimi yapabilen insandır. Bu tanımdan yola çıkılarak geleneksel iktisadın rasyonel insan teorisini esas alan beklenen fayda teorisidir (Tomak, 2009).

Neo-Klasik iktisat döneminde, bireylerin karar vermede daima optimal kararlar alarak faydalarını maksimize ettikleri kabul edilmiştir. Bu varsayım iktisadi analizlerde belirsizlik durumunda karar verme sürecini belirleyen teori beklenen faydadır. Neumann ve Morgenstern'in beklenen fayda teorisi, geleneksel iktisatta genel kabul görmüş olan bir modeldir. Beklenen fayda teorisi Denklem 1'de verilmiştir.

**DENKLEM 1:** BEKLENEN FAYDA (BF):  $\sum U(x_i) p_i$

Yukarıda verilen denklemde,  $p_i$  değişkeni;  $x_i$  sonucunun olasılık değerini,  $u(x_i)$  değişkeni ise  $x_i$  sonucunun gerçekleşmesi durumunda elde edilecek faydayı temsil etmektedirler. Elde edilen her sonucun olasılıklarının ve faydalarının çarpımlarının toplamı beklenen faydaya eşittir (Camerer, 1999).

Beklenen fayda teorisinde tüm ekonomik faktörler, Bayes kuralını kullanarak karşılaştıkları belirsizlik durumlarında mevcut olayın gerçekleşme olasılığını hesaplayabilmekte ve elde ettikleri olasılıkları ve faydalarını çarparak beklenen faydalarını hesaplayabilmektedirler. Bu şekilde rasyonel davranan bireyler, faydalarını da maksimum yapmış olmaktadır (Günak, 2007). Belirsizlik altında karar veren aktörler, tercih sepetlerindeki alternatifler içinden en fazla beklenen faydayı verecek seçimi yaparlar. Bu teori aslında beklenen fayda teorisinin esas düşüncesidir. Bu düşüncüyü ise Daniel Bernoulli 1738 yılında dile getirmiş ve akabinde Neumann ve Morgenstern'in çalışması olan Oyun Teorisi ve Ekonomik Davranış (Theory of Games and Economic Behaviour) isimli çalışmalarında, rasyonel karar vermenin ölçütünü, beklenen fayda teorisi ve temel aksiyomlarının oluşturduğunu belirtmişlerdir (Neumann, 2007).

Hanson ve Kysar (1999) beklenen fayda teorisini geçişlilik, değişmezlik ve bağımsızlık olarak üç temel varsayım ile ele almışlardır.

- *Geçişlilik:* X, Y ve Z'nin farklı üç mal sepeti olduğunu varsayımı altında, bireyler eğer X sepetini tercih eder Y'yi tercih etmezlerse, ayrıca Y'yi tercih eder Z'yi tercih etmez ise; X ve Z arasında tercih yapmak zorunda kalırsa X'i tercih edecektir.
- *Değişmezlik:* Bireylerin almış oldukları kararlar, problem ya da sorunların verilme şekline göre değişmemektedir.
- *Bağımsızlık:* X ve Y'nin farklı iki mal sepeti olduğunu varsayarsak, bireyler eğer X'i seçip Y'yi tercih etmiyorlarsa, %50 olasılıkla X'i ve %50 olasılıkla Y'yi kazanma olasılığını seçiyordur. Bunun yanı sıra X ile Y arasındaki tercih yapmada kayıtsız kalıyorsa, herhangi birini kazanabilecek olmasına rağmen tercih yapmayarak kayıtsız kalmayı tercih edecektir (Hanson and Kysar, 1999).

Kahneman ve Tversky beklenen fayda teorisinde bazen sapmaların görüldüğüne dair 1979 yılında yapmış oldukları çalışmada kayıp ve kazanç durumlarına değinerek bu iki durumun üzerinde durulmasının gerektiğini belirtmişlerdir. Bu durumlardan birincisi, bireylerin kazanç durumlarında herhangi

bir sorun olmadığı sürece riskten kaçarken, kazançları kayıp durumuna geçince risk almayı tercih ediyor olmalarıdır. Kısacası insanlar kazanç veya kayıp durumuna göre risk alarak karar verirler, beklenen fayda hesabı yapmazlar. İkinci durumda ise, geleneksel iktisat teorisinin temel teorilerinden olan beklenen fayda teorisinin bazı durumlarda sapmalar göstermesidir (Kahneman and Tversky, 1979).

### **2.5.2.2. Beklenti Teorisi**

Beklenen fayda teorisinin ekonomi ve finans alanlarında önemli yere sahip olmasıyla birlikte, 1950’li yıllardan sonra yapılan çalışmalar ile eksik ve hatalı olduğu birçok nokta ortaya konularak teori üzerine önemli eleştiriler yapılmıştır. Beklenen fayda teorisine en önemli eleştiriler Allais ve Ellsberg paradokslarıdır (Aksoy, 2015). Bu paradoksun en ciddi eleştirisi, bireylerin rasyonel davrandığı varsayımı üzerinedir. Beklenen fayda teorisinin temel teorisi olan rasyonel bireyin zıttı olarak, beklenti teorisinde bireyler, muhtemel çıktılarının ağırlığını, doğrusal olmayan çıktı ihtimallerine dönüşümünü sağlayan “karar ağırlığı” ile ağırlıklandırılmaktadır. Bireyler piyango bileti gibi düşük ihtimalli olaylara daha büyük ağırlık vermektedirler. Bu durum ise aşırı kumar oynama isteğinin açıklanmasına ve beklenen fayda teorisi ile kolay bir şekilde açıklanması zor olan muhtemel felaketslere karşı sigorta yaptırmanın sebebinin ortaya konulmasına yardımcı olmaktadır (Toigonbaeva ve Eser, 2011).

Davranışsal iktisadın temellerini attığı kabul edilen psikolog bilim insanı Daniel Kahneman ve çalışmalarını beraber yürüttüğü kendisi gibi psikolog olan Amos Tversky belirsizlik durumunda karar alma ve insan yargıları üzerine yapmış oldukları çalışma sonucunda 2002 yılında Nobel ekonomi ödülüne layık görüldükleri (Kahneman and Tversky, 1979) çalışmalarında beklenti teorisini, bireylerin gerçek hayatta risk almaktan kaçındıklarını ve zorunlu olarak aldıkları kararların her daim maksimum faydayı vermediğini ve bu kararları alan bireylerin her daim rasyonel karar verememeleri üzerine geliştirmişlerdir (Thaler, 2017).

Kahneman ve Tversky 1984 yılında yapmış oldukları yatırımcıların riske karşı eğilimlerinin farklılıklarını ortaya koymak ve açıklayabilmek için bir deney

gerçekleştirmişlerdir. Deneklere A ve B olmak üzere iki tane problem sunulmuştur. Bunlar;

- A. 3000 TL kazanç %100 ihtimalle
- B. 4000 TL kazanç %80 ihtimalle, hiçbir şey kazanamama %20 ihtimal

Deneğin yapıldığı deneklerden %80'i garantisi olan A seçeneğini tercih ederek, daha fazla beklenen getiriye sahip olmasına karşın %20 ihtimalle kaybetme olasılığı olan B seçeneğini tercih etmemişlerdir. Bu durum bireylerin, söz konusu kazançları olduğu zaman risk almayı tercih etmediklerini göstermektedir.

Aynı denek grubuna tekrardan yapılan bir deneyde ise şu sorular yöneltilmiştir.

- A. 3000 TL kayıp %100 ihtimalle
- B. 4000 TL kayıp %80 ihtimalle

Deney sonucunda denekler, B seçeneğinin beklenen kaybı daha fazla olmasına rağmen %92 oranında tercih etmişlerdir. Bu deney sonucunda deneklerin, en düşük beklenen fayda olasılığına sahip tercihleri seçerek, beklenen fayda teorisinin zıttı gerçekleşmiş ve teorisinin varsayımı olan risk durumunda bireyler riske girmekten kaçarlar teorisi yerine, herhangi bir kayıp durumunda bireyler kaybı minimize etmek için risk almaktan kaçmazlar teorisini kanıtlar biçimindedir. Bu deney sonucu beklenti teorisinin bulgularını desteklemektedir (Kahneman and Tversky, 1984).

Beklenen fayda teorisinin kabulü olan; bireyler her zaman kendilerine en fazla fayda veren alternatife yönelirken, beklenti teorisinde ise bireyler alternatif seçenekler arasında değer fonksiyonunu kullanırlar. Beklenti teorisi denklem 2'de verilmiştir.

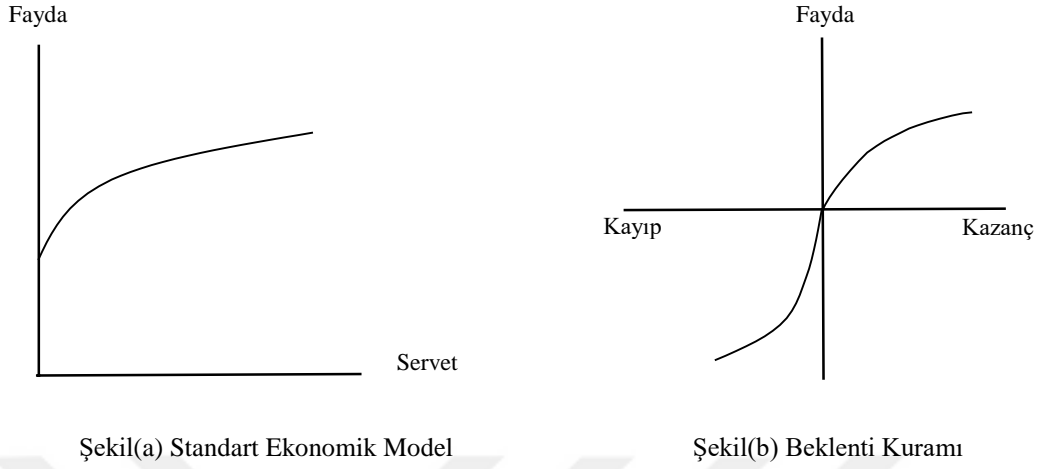
**DENKLEM 2: BEKLENTİ TEORİSİ (BT):**  $\sum w(p_i) * v(x_i - r)$

Denklemdaki parametrelerden w, kişiden kişiye farklılık gösteren (p<sub>i</sub>) olasılıklarını ağırlandırmak için, x<sub>i</sub> parametresi faydayı belirtmek için, r ise referans noktasını belirtmek için kullanılmaktadır. Bu sebeple v (x<sub>i</sub> - r) değeri, bireylerin referans noktasına göre idrak ettikleri faydayı ifade etmektedir. Bunun yanında yansıma etkisini de göstermektedir. Bunlara paralel olarak fayda eğrisini oluşturan

şekiller, konkav yani kazancı seçip risk almayı tercih etmeyen bir şekil yerine, konveks bir şekil olan kayıpları seçerek risk almaktan çekinmemeyi ifade eden bir şekilden oluşmaktadır. Ek olarak, kayıplara oranla kazançlara göre daha dik bir eğriden oluşmaktadır ve bu durum kayıptan kaçmayı ifade etmektedir (Camerer and Loewenstein, 2004).

Yukarıdaki bilgiler ışığında Kahneman ve Tversky'nin değer fonksiyonu beklenen fayda teorisine göre birçok noktada farklılık göstermektedir. Bu teorilerin farklarından birisi olan "v" değer fonksiyonudur. Karar alma birimi beklenti teorisinde servetin son değeriyle bağlantılı değildir ve belli bir referans noktasına göre  $\Delta w$  servetteki değişimlerle daha fazla ilgilenmektedir. Bahsi geçen referans değerleri, söz konusu bireyin cari servetini belirtmektedir. Fakat bu referans değeri farklı arzulanma seviyesinde de olabilir. Ayrıntı vermek gerekir ise örneğin; insanların beklentileri ve cari servetleri veri kabul edildiğinde, bireyin hedeflediği servet değeri de olabilir. Servetteki farklılaşmaların ifade edilmesinin yanında, bu fonksiyon "S" şeklinde oluşmaktadır. Bu durumda kazançlar için konkav şeklini alırken, kayıp durumunda konveks şeklini almaktadır. Bu doğrultuda her iki şekilde de azalan hassasiyetleri yansıtmaktadır. Ek olarak, değer fonksiyonunun referans noktasında meydana gelen kıvrım (küçük kazançlara nazaran, küçük kayıpları daha dik oluşturan kıvrım), bireylerin seçimlerinin kayıptan kaçınma ile ilintili olduğunu bize göstermektedir. Değer fonksiyonunun karşıtı olan beklenen fayda teorisinde ise fayda fonksiyonu, her bir noktada konkav ve daha düz bir haldedir (Kahneman and Tversky, 1979).

Aşağıda Şekil (a) da fayda – servet ilişkisini belirten standart ekonomik modelleme verilmişken, Şekil (b) de kazanç ve kayıp durumunda beklenti teorisi ışığında fayda eğrisinin oluşumu verilmiştir.



ŞEKİL 1: STANDART EKONOMİK MODEL İLE BEKLENTİ KURAMINDA FAYDANIN KAYIP/KAZANÇ İLE İLİŞKİSİ (WILKINSON, 2008).

İktisadi bakış açısına yenilikler getiren Kahneman ve Tversky'nin yapmış oldukları çalışmalar, karar alma mekanizmaları üzerine çalışmalar yapan araştırmacılara, bireylerin gerçek hayatta karar alma mekanizmalarının araştırılarak ortaya konulmasında öncülük etmiştir. Kahneman ve Tversky'nin geliştirmiş oldukları beklenti teorisini, yine kendileri daha sonra yeniden ele alarak geliştirdikleri "Kümülatif Beklenti Teorisi" adında genişlettikleri yeni teorilerinde, bireylerin hem risk altında hem de belirsizlik altında karar alma süreçleri ayrı olarak analiz edilmiştir (Tversky and Kahneman, 1992).

Beklenen fayda teorisi, devamında geliştirilen beklenti teorisi ve kümülatif beklenti teorileri için sonuç olarak şunlar söylenebilir. Beklenti teorileri karar alma ve birey davranışları hakkında beklenen fayda teorisine nispeten ampirik çalışmalara baz teşkil ederek çok daha iyi açıklayıcı sonuçlar vermektedir. Bunun ana sebebi ise rasyonel insanın ele alınarak oluşturulan bir süreç yerine, genelde irrasyonel davranan gerçek hayatın içindeki bireylerin davranışlarının iktisadi analizlere eklenerek, iktisat ile psikoloji arasında yeniden köprülerin kurulmasını sağlamış, insan psikolojisinin önemine değinilmiş ve iktisadi modellerin açıklanabilirliğini arttırmıştır (Koç, 2018).

### 2.5.3. Üssel ve Hiperbolik İndirgeme

Samuelson tarafından 1937 yılında ilk olarak sunulan üssel indirgeme yaklaşımına Koopmans 1960 tarafından son şekli verilmiştir. Diğer bir ismi indirgenmiş fayda modeli olarak kabul edilen modelde farklı zamanlarda yapılan tercihlerin, kararın verildiği güne bağlı olarak değişmediği kabul edilmektedir. Fakat yapılan araştırmalarda tercihlerin zamana bağlı olarak bireylerin elde edecekleri fayda düşüncesinin belli bir sabit oranda azalmadığı ve faydanın elde edileceği gün kararın değişkenlik gösterebileceği sonucuna varılmış ve literatüre hiperbolik indirgeme fonksiyonu kavramı kazandırılmıştır (Frederick et.al, 2002).

Zaman indirgemesi üzerine yapılan çalışmalarda, fayda veya ödüllerin erken ya da ileri zamanlı tarihlerde kazanılan para veya ürün vb. fayda ve ödüllerin göreceli üzerine yapılmış ve sonucunda erken zamanda kazanılan bir ödülün ileriki bir zamanda kazanılacak ödülün çok daha kıymetli olduğu görülmüştür (Frederick et.al, 2002). Eğer alınacak ödül ileri zamanlı ise değerini her geçen gün yitirmektedir. Bahsi geçen değer kaybına sebep olarak, her geçen zamanın nikotin bağımlılığına yakın bir etki yaratması, elde edilecek ödüle karşı bireyin dürtülerine hükmedememesi ve bireylerin anlık haz ve mutluluğu tercih etmeleri gösterilmektedir (Bickel et.al, 1999).

Hiperbolik indirgemedede fayda kazancının azalmasında zamanın bağımsız olduğu, sabit oran veya lineer azalmanın olmadığı söylenmektedir. Yapılan çalışmalarda bu düşünceyi destekler niteliktedir. Örneğin; insanlara bugün 100\$ mı ya da bir ay sonra 120\$ mı vermemizi tercih edersiniz? diye soru sorulmuş ve insanlar bugün 100\$ almayı seçtikleri gözlemlenmiştir. Fakat aynı soru ödülün verileceği tarih uzak bir zamana ertelenerek 12 ay sonra 100\$ mı ya da 13 ay sonra 120\$ mı almayı seçersiniz? Olarak güncellenen soruya deneye katılan insanların çoğu 13 ay sonra elde edecekleri 120\$'ı tercih etmişler. Bu deneyin sonucunda insanların yakın bir gelecekte sabırsız davranarak daha az kazanmayı seçerken, uzak bir gelecekte elde edecekleri kazancı 1 ay ertelemeye gönüllü oldukları gözlemlenmiştir (Redden, 2007).



#### **2.5.4. Sosyal ve Bireysel Fayda**

Klasik iktisadın önemli varsayımlarından biride insanın her zaman kendi çıkarlarına önem verdiği ve diğer insanları kendi çıkarlarından taviz vermeyerek ne pahasına olursa olsun göz ardı ettiği'dir. Fakat başkalarını düşünen ve intikam duyguları doğrultusunda insanların kendi çıkarlarından vazgeçtikleri de bir gerçektir. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar göstermiştir ki insanların klasik iktisadın varsayımının aksine gerekli şartlar meydana geldiğinde bencil olmadıkları ve fedakârlık yaptıklarıdır (Camerer and Thaler, 1995).

Klasik iktisadın rasyonel insanı her ne kadar sadece kendi refahını düşünüyor olduğunu ve Nash dengesi de rasyonel insanın diğer insanlara güvenmeyeceğini söylese de, ultiमत oyununu ya da Ernst Fehr ve Klaus M. Schmidt (1999) oyuna katılan bütün oyuncuların para ödemesinin diğer oyuncunun faydasına olduğunu yapılan deneyler ile ortaya koyarak insanların diğer insanlara fedakarlık yaptığı ispatlanmıştır (Pesendorfer, 2006). Bir örnekle açıklamak gerekirse; ultiमत oyunlarında iki oyuncunun olduğu ve bunlardan birinin teklif yapan diğerinin ise teklife yanıt veren kişilerin 10\$ üzerinden pazarlık yürüttükleri varsayılır. Bunun sonucunda her iki oyuncu aralarında anlaşılırsa 10\$'ı paylaşacaklardır. Eğer oyuncular anlaşamazlarsa, her ikisi de para kazanamayacaklardır. Klasik iktisadın varsayımı olduğu düşünülürse bu iki oyuncudan teklif yapan paranın çok az bir kısmını teklif edecektir ve teklife yanıt verenin ise hiç para kazanamamaktansa bu teklifi kabul edeceği düşünülebilir. Lakin sürpriz bir şekilde teklif yapan kişi teklifine cevap verecek olan kişiye elindeki paranın neredeyse yarısını teklif etmiştir.

Sonuç olarak teklif yapan kişinin adil davrandığı ya da stratejik yaklaştığı gösterilmektedir. Düşük teklif alanların birçoğunun ise gelen teklife olumsuz cevap verdiği ve kazançlarını göz ardı ederek rasyonaliteden çıktıkları gözlemlenmiştir (Yalçıntaş, 2015).

#### **2.6. Karar Verme Aşamasında Karşılaşılan Tuzaklar**

İktisadi çalışmalarda, bireylerin satın alma süreçlerinde meydana gelen sapmalar ve sezgisel kararları boyutunda birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalara

bakıldığında, bireylerin olumlu sonuçlara ulaştığı sezgisel çıkarımlar yaptığı kadar olumsuz sonuçlara ulaştığı çıkarımlar da yaptığı gözlemlenmiştir. Yani hızlı ve en uygun sonuca yakın çözümlenmeler meydana geliyorsa, bilişsel çıkarsamaya dayanan yöntemler iyi, lakin bahsedilen bilişsel çıkarımlar sınırlı ve mantıksal olarak aykırılıklar varsa kötü olarak kabul edilmektedir. Bu durumda bize kötü bilişsel çıkarımların bazı durumlarda kötü sonuçlar verdiğini göstermektedir (Camerer and Loewenstein, 2004). Hal böyle olunca bireylerin her daim rasyonel karar sonucu olan en uygun sonuca varamadıkları anlaşılmaktadır. Çünkü bireyler sezgisel karar verme yöntemlerini tercih etmekte ve bu yöntemler bazen gizli tuzaklar barındırabilmektedir. Bu başlık kapsamı altında davranışsal iktisat bağlamında bireylerin sezgisel (bilişsel) yöntemler kullanarak karar vermelerinde düştükleri gizli tuzaklara değinilecektir.

### **2.6.1. Sahiplik (Statüko) Tuzağı**

Bireylerin herhangi bir şeyi kendilerine yakın görüp sahiplenmesi durumunda ona olan hislerinden ötürü çok daha fazla değer vermesine sahiplenme tuzağı denilmektedir. Bireyler herhangi bir şeye kısa bir süre dahi olsa sahiplik duygusunu hissederse, bu durum alacakları kararı büyük ölçüde etkilemektedir. Bu tuzak bireylerin davranışlarını rasyonel olmasını engellemektedir. İnsanların sahiplik hissettikleri durumlarda aldıkları kararların ne yönde etkilendiğini açıklayabilmek için, bir grup insana çeşitli hediyeler verilmiştir. Bu grubun yarısına bardak, diğer yarısına ise bardak ile aşağı yukarı aynı değerde İsviçre çikolatası verilmiştir. Daha sonrasında ise deneye katılan insanlara hediyelerini değiştirmeleri söylenmiştir. Bunun sonucunda insanların yaklaşık yarısının bunu kabul etmesi bekleniyorken, sadece az bir kısmı oluşturan insanlardan onda biri bunu kabul etmişlerdir. Deneye katılan insanlar, kısa bir zamanda kendilerine verilen hediyelere karşı sahiplik duygusu kazanarak fazla değer vermişler ve sonunda aynı değere sahip olan diğer hediyeleri takas etmeye yanaşmamışlardır. Bu test göstermiştir ki, sahiplenme etkisi insanların kararlarını önemli derecede etkilemektedir. Yapılan başka bir çalışmada ise, insanlara fazla alternatifler sunulması, insanları daha çabuk bu tuzağa düşürmektedir. Örneğin; insanların sahip olduğu durumdan alternatif olan başka bir duruma geçmek

yerine mevcut durumunu korumayı seçmeleri yüksek bir olasılıktır. Çünkü mevcut durumdan başka duruma geçmek hem risklidir hem de çaba gerektirmektedir. Bu yüzden mevcut durumu korumaya alarak alternatif durumlardan gelebilecek riskten kendisini korumuş olacak, hem de herhangi bir çaba göstermesine gerek kalmayacaktır (Hammond et.al, 1998).

### 2.6.2. Çevreleme Tuzağı

Bireylerin seçim yaptıkları tercih sepeti arasında, bireye problemin verilmiş şekline göre, verilen problemin bazı noktalarının tam olarak algılanamamasından kaynaklanan ve yapılan seçim üzerinde oluşan etkiye çevreleme tuzağı denir (Diacon and Hasseldine, 2007). Beklenen fayda teorisinin temel varsayımlarından biri olan, bireylerin davranışları problemin yöneltilme şekli nasıl olursa olsun değişmeyeceği şeklindeydi, lakin davranışsal iktisat çerçevesinde yapılan çalışmalar, aynı tip problemlerin bireylere sunum şekline göre, bireylerin problemleri sistematik bir şekilde farklı cevaplar verebildiklerini gözlemlemişlerdir. Ayrıca beklenti teorisinde yapılan deneyler sonucunda bireyler problemlere kazanç veya kayıp olmak üzere farklı cevaplar verebilmektedirler (Shafir et.al, 1997).

Tversky ve Kahneman (1981)'deki çalışmada çevreleme tuzağının bireylerin karar verme sürecinde nasıl etki ettiğini görebiliriz.

Problem 1: Asya'ya özgü bir salgın hastalığın beklenmedik bir şekilde Amerika'da görünmesi sonucu 600 kişinin ölümüne sebebiyet vereceğini farz ederek, bu bahsi geçen hastaları kurtarabilmek için iki farklı öneri olduğu varsayalım.

- A önerisi uygulanır ise, 200 insan sağlığına kavuşacak.
- B önerisi uygulanır ise, 600 insanın sağlığına kavuşabilmesi 1/3 olasılık, insanların tamamının hayatlarını kaybetmesi ise 2/3 olasılıktır.

Bu problemin cevaplandırılması için 152 öğrenci seçilmiş ve %28'i B önerisini tercih ederken, %72'si A önerisini tercih etmiştir. Cevap sonucundan da görüleceği gibi 200 kişinin kesin bir şekilde sağlığına kavuşacak olması deneye katılan insanlar üzerinde olumlu bir etki oluşturmuştur. Fakat B önerisinde belirtilen 600 kişiden 1/3'ü sağlığına kavuşacak ifadesine bakıldığında yine 200 kişinin

sağlığına kavuşacak olmasına rağmen problemin sunum şeklinden ötürü insanlar A önerisini tercih etmişlerdir.

Problem 2: Bu kez farklı bir gruba bir önceki gibi iki öneri sunuluyor, fakat önerilerin içerikleri değiştiriliyor.

- C önerisi uygulanır ise, 400 insan hayatını kaybedecek.
- D önerisi uygulanır ise, 1/3 olasılıkla kimse hayatını kaybetmeyecek, 2/3 olasılıkla 600 insanın tamamı hayatını kaybedecek.

Bu kez ise problemin cevaplandırılması için 155 öğrenci seçilmiştir ve %22'si C önerisini tercih ederken, %78'i D önerisini tercih etmiştir. Bu iki problemi değerlendirecek olursak, bireyler karar verme sürecinde genellikle, kazanç durumunda riske girmek istemezken, kayıp durumunda ise riske girmekten çekinmezler. Bu iki örnekte de görüleceği üzere, problemin sunuluş şeklinden ötürü bütünsel algıya dayandırılan ve tutarsızlık oluşturan farklılaşmalara neden olmuştur. Problem 1'de sağlığına kavuşma ihtimali varken, problem 2'de ise hayatını kaybetme ihtimali söz konusudur. 600 kişiden oluşan bu iki problem aynı anlama gelen A önerisindeki 200 insan sağlığına kavuşacak ve C önerisindeki 400 insan hayatını kaybedecek ifadelerini bireyler bir bütün olarak kabul ettikleri problemlerde, A ve D önerilerini seçmeyi tercih etmişlerdir.

### **2.6.3. Çıpalama Tuzağı**

Bireylerin bir konu hakkında herhangi bir bilgi birikimine sahip olmadıkları ve o konu hakkında tahmin yürütmeleri gerektirdiği durumlarda, önce referans olarak belli bir başlangıç değer noktası veya belli bir sayıyı almaları olarak nitelendirilir. Gündelik yaşamımızda sürekli olarak karşı karşıya kaldığımız bir konudur. Özetle bireylerin eylem yapmadan önce akıllarından geçirdikleri sayıyı veya başlangıç noktasını dikkate alarak tahmin yürütme durumudur. Örnek verilirse; bireyler herhangi bir ürün veya mal satın almak istediğinde o ürün için ne kadar ödeme yapmaları gerektiği konusunda, o ürün veya malın daha önceden talep edilen fiyatından etkilenirler. Yani bireylerin talep ettikleri ürün veya mal için belirlenen fiyat yüksek ise, bireyler de otomatikman o ürünün değerinin yüksek olduğunu

düşünür. Ayrıca bahsi geçen ürünün değeri daha düşük olsa bile bu etki devam edecektir (Kahneman, 2015).

Bir öğrenci grubuna yapılan deneyde, deneye katılan öğrencilere ait telefon numaralarının son üç hanesine 200 sayısı eklenerek bir kâğıda yazmaları söylenmiş. Deneye katılan öğrencilere sonrasında ise yazdıkları kâğıttaki sayıdan kaç yıl önce veya sonra Atilla'nın Avrupa'ya hangi yılda seferler düzenlediği konusunda tahmin etmeleri söylenmiştir. Her iki sorusunda birbiriyle alakaları bulunmadığı halde, öğrenciler telefon numaralarından sahip oldukları sayıların etkisinde kalarak tahminler yürütmüşlerdir. Deneyin sonucunda bireylerin rasyonel davranmalarının zor ya da imkânsız olduğu, herhangi bir konuda karar alacakları zaman görüp duyduklarının etkisi altında kaldıkları gözlemlenmiştir (Thaler and Sunstein, 2008).

Bir başka örnekte ise; kariyerleri 15 yıldan fazla olan Alman yargıçlar üzerinden yapılarak, Yargıçlara, bir mağazada hırsızlık yaparken yakalanan bir kadının dosyası okutulur. Sonrası da ise yargıçlara her seferinde 3 veya 9 gelecek şekilde oluşturulan bir çift zar atılarak, yargıçlara zarların durduğu anda kadına verecekleri cezanın kaç ay olacağını ve zarda gelen sayıdan çok mu yoksa az mı olacağıyla ilgili soru yöneltilir. Bunun akabinde kadına kaç ay hapis cezası verileceği konusunun belirlenmesi istenir. Sonuç olarak zarı 9 gelen yargıçlar kadına 8 ay hapis cezasını öngörürken, zarı 3 gelen yargıçlar ise 5 ay hapis cezasını öngörürler (Kahneman, 2015).

Sonuç olarak çıpalama etkisi altında bireyler, karşı karşıya kaldıkları, duydukları, gördükleri her türlü durumda çevrelerindeki etkenlerin etkisi altında rasyonel olmayan kararlar verebilmektedirler. Ürün ve fiyat çıpalalarıyla piyasadaki diğer aktörler bireylerin kararları üzerinde etki ederek istedikleri yönde onları yönlendirebilmektedir.

Bahsi geçen örnekler doğrultusunda denilebilir ki, kararlarını mükemmel olarak verebilen rasyonel insan kavramı gerçekçi olmayabilir (Demir, 2013).

#### 2.6.4. Tahmin ve Öngörü Tuzakları

Bireyler hayatları boyunca geleceklerinde gerçek olabilecek (para, değer, yer, zaman, uzaklık vb.) konular üzerinde tutarlı ve gerçekçi kararlar verebilmek için tahminler yapmaktadırlar. Bu tür tahmin yürütmelerinin birçoğu belirsizlik altında öngöründe bulunmak üzerine gerçekleştirilir ve bu da bazı tuzaklara düşülmesine zemin hazırlayabilir. Bu bahsi geçen tuzakları ihtiyat, aşırı güven ve yakını hatırlama olarak üç başlıkta ele almak mümkündür (Hammond et.al, 1998).

Yüksek güven tuzağı: Yapılan her hangi bir konudaki iş ile alakalı olarak sonunda negatif sonuçlar doğuracağı bilinmesine rağmen yapılması durumunda ortaya çıkmaktadır. Bu durum karar vericilerin yüksek güveninden kaynaklanmaktadır. Bu durumda karar vericilerin örneğin; üst yönetici, danışman veya tüketicinin bir konuda almış oldukları kararları büyütmeleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu yüksek güven durumu kararların yanlış verilmesine yönlendirerek kayıplar ile sonuçlanmasına sebebiyet verebilir.

Yüksek ihtiyat tuzağı: Yüksek güven tuzağının tersi olarak gerçekleşen bir durum olarak gerçekleşir ve karar vericilerin kendilerini veya karşısındaki şahıs veya şirketi korumak amacıyla yüksek ihtiyat göstermesi sonucu kendini gösterir. Aslında iyi bir durummuş gibi görünmesine rağmen, yüksek ihtiyat bazen önümüze gelen fırsatları kaçırmamıza sebebiyet verebilmektedir.

Yakını hatırlama tuzağı: Diğer tuzakların tetikleyicisi olarak kabul edilen yakını hatırlama tuzağı, karar vericilerin yakın bir geçmişte aldıkları kararın sonucu iyi bir şekilde neticeye kavuşmuş ise bugün alacakları kararlarda yüksek güven tuzağına düşebilirler veya geçmişte kötü bir netice almışlarsa yüksek ihtiyat tuzağına düşebilirler. Ancak şunu söylemek lazım ki biz insanlar geçmişte başımıza gelen kötü olayları daha çok hatırlarız ve bunun neticesinde riskten ve kayıptan kaçmayı tercih ederiz. Bu yüzden her yeni alınacak olan kararda yakın geçmişimizdeki aynı konuların sonucundan etkileniriz.

### **2.6.5. Kendini Doğrulama Teorisi**

Swann (1983) tarafından ilk olarak görüş belirtilen kendini doğrulama teorisinde (self-verification theory) kendileri açısından olumlu veya olumsuz fikirlerini onaylayan kişileri, bu şekilde davranmayan kişilere tercih etmektedirler. Bunun sebebi ise, insanlar karşılarındaki insanların nasıl bir davranış sergileyeceklerini bilmek istemeleri ve bu durumu denetlemeyi tercih etmeleridir.

Bu teori, yalnızca bireylerin mevcut fikirleri ya da pozisyonlarını ne şekilde kanıtlayacaklarıyla ilgili olmayıp, bunun yanında ulaşılan sonuca göre hemfikir olunan düşüncelere olmasından fazla önem verilirken, karşıt fikirlere ise gereğinden az önem verilmesine sebep olmaktadır. Bireyleri bu tür durumlara iten iki nedenin olduğu söylenmektedir. Bunlardan ilki, verilen kararların neler olduğunu anlama yoluna gitmektense, o kararların verilme nedeninin anlamak istenmesidir. Nedenlerden ikincisi ise, bireylerin içgüdüsel hareket eden bebekler gibi, ilgi ve sempati duyulan herhangi bir şeye, sempati duyulmayanlara nazaran daha fazla yönelmeyi tercih etmesidir (Hammond et.al, 1998).

### **2.6.6. Batık Maliyet Tuzağı**

Bireylerin rasyonel davranmasını etkileyen batık maliyet tuzağının Kahneman ve Tversky (1984)'de ele aldıkları çalışmalarında nasıl bir etki oluşturduğuna bakılırsa; katılımcılara iki problem yöneltilerek aralarından bir seçeneği seçmeleri istenmiştir.

Problem 1: Katılımcılara, tiyatro oyununa gitmek için 10\$ karşılığında bilet aldıklarını ve tiyatroya giderken biletlerini kaybettiklerini düşünmeleri istenmiş ve kaybedilen biletin yerine tekrar bilet basılamayacağı için 10\$ verilerek tekrardan bilet alıp almayacakları sorusu yöneltilmiştir.

Bu araştırmaya katılan 200 katılımcının %46'sı kaybettikleri biletin yerine tekrardan 10\$ vermeye razı olurken, %56'sı ise tiyatro bileti için tekrar 10\$ vermeyi kabul etmemişlerdir. Burada katılımcılar oyun ile 10\$ ödeyerek aldıkları bileti kaybetmeleri sonucu, oyun ile para arasında bir ilişki kurmuşlardır.

Problem 2: Katılımcılara bu sefer ise tiyatroya gitmek için 10\$ bilet parası vermeyi kabul ettiklerini düşünmeleri istenmiş ve bilet almak için tiyatro salonuna giderken yolda 10\$ kaybettikleri veya düşürdüklerini farz etmeleri istenmiştir. Böyle bir durum karşısında, tiyatro salonuna giderek bilet için ayırdıkları 10\$ parayı bilet için verip vermeyecekleri sorusu yöneltmiştir.

İkinci probleme katılan 188 katılımcıdan %12'si bilet almaktan vazgeçerek bilet için ayırdıkları 10\$'rını kaybettikleri para yerine sayarak tiyatro bileti için ek bütçe ayırmayacaklarını söylemişlerdir. Katılımcıların %88 gibi büyük bir çoğunluğu ise tiyatro salonuna gitmişken kaybedilen 10\$ dışında yeniden bütçe oluşturarak bilet alacaklarını bildirmişlerdir. İkinci problemde büyük bir çoğunluğun ek bütçe oluşturarak tiyatro oyununa gitmeye karar vermelerinin sebebi ise, kaybedilen para ile tiyatro oyunu arasında herhangi bir bağlantı kuramadıklarından kaynaklanmıştır.

Batık maliyet tuzağına genellikle yatırım kararı aşamasında rastlanmaktadır. Buna sebep olan neden ise, yanlış verilen bir karardan ötürü kaybedilen paranın heba olmaması için yatırımın devam ettirilmeye çalışması ve sonunda ise batık maliyet tuzağına girilmesidir. Batık maliyet tuzağının bir diğer adı olarak da kabul edilen Concorde uçağı örneği bizlere bu konuyu çok iyi açıklamaktadır. İngilizler ve Fransızlar ortak girişimleri olan Concorde jetlerinin yeterli kârlılıkta olmadıklarını bilmelerine rağmen, projeye devam ederek yatırımlarına devam etmişlerdir. Bu örnekten ötürü batık maliyet tuzağına, Concorde etkisi de denilmektedir (Demir, 2013).

Yukarıda bahsedilen Concorde jetlerinin yeterli kârlılıkta olmamalarının bilinmesine rağmen yatırımların devam ettirilmesinin sebebi, gerçekleştirilen yatırımların başarısız olmasının ortaya çıkması ve çevredeki diğer bireylerin veya firmaların yapacakları eleştirilerden kendilerini kötü hissederek başarısız olduklarını düşünmelerine sebep olacağı düşüncesidir. Bu nedenden ötürü firmalar veya bireyler psikolojik olarak başarısızlık duygusundan kaçmak için kötü alınmış olan kararı devam ettirerek batık maliyet tuzağına düşmektedirler (Hammond et.al, 1998).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE KARAR ALMA SÜRECİ

#### 3.1. Tüketim Kavramı

Tüm canlılar yaşamlarını sürdürebilmek için hayatları boyunca tüketim yapmak zorundadırlar. Bu tüketim doğum ile ölüm arasını kapsayarak duraksızın devam eden bir süreçtir. İnsanoğlu da yaşamını sürdürmek ve faydasını maksimuma çıkarmak için sürekli tüketim yapar. Fakat bitkiler ve hayvanlar hayatlarını sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları tüketime dair her şeyi doğada hazır bulurlarken, aynı şey insanlar için tüketilen ürünlerin çeşidi ve tüketilme standartları (uygunluğu) gibi faktörlerden dolayı değişkenlik içerir. Bu açıdan söylenebilir ki dünyada iktisadi faaliyetler ile uğraşan ve tüketmek için üretme faaliyetlerini yerine getirmek zorunda olan tek canlı insandır (Çekiç, 2016).

Tarih boyunca, ilk çağlardan yaşadığımız güne kadar geçen süre zarfında tüketimin amacı farklı şekillerde kendini göstermiştir. Geçmiş dönemlerde tüketim, insanların hayatlarını idame ettirebilmeleri için zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün ise zorunlu ihtiyaçların yanı sıra toplumda aidiyet, mutluluk ve statü sahibi olmak gibi istek ve arzuların tatminini maksimuma çıkarma amacını da içermektedir. Öyle ki insanoğlunun tarih boyunca farklı istek ve arzularının değişkenliği, tüketim alışkanlığının değişmesini tetiklemiştir (Çekiç, 2016).

İlk çağlarda insanlar barınma ihtiyacını, mağaralar gibi dışarıdan gelecek tehditlere karşı dayanıklı veya sel, deprem gibi doğal afetlere karşı korunaklı dağ etekleri ve yüksek yerlere sahip bölgeler ya da tarıma elverişli toprak ve suya yakın yerlere inşa etmeyi tercih etmişlerdir. Günümüzde ise sadece barınma ihtiyacını gidermek değil; aynı zamanda tasarruf, toplumsal statü gibi farklı anlam ve değerler yüklenmesinden ötürü, şehir merkezlerine yakın, toplum içindeki statü sınıflarının yüksek olduğu bölgeler ve erişilebilirliğin rahat olduğu yerler tercih edilmektedir. Tüm bu işlevlerinin ötesinde konut sektörü iktisadi faaliyetler açısından önemli bir lokomotif sektör olmuştur. Konut, makro düzeyde; üretim ve buna bağlı olarak

istihdam, tüketim ve yatırım ile ölçülürken, mikro iktisadi düzeyde ise, bireylerin sahip oldukları en kıymetli varlıkların başında olup, enflasyon paralelinde gelecek için en değerli yatırım araçlarından birisi olarak kabul edilmektedir (Sürmeli, 2003).

İhtiyaçların karşılanması için maddi ve manevi değerlerin tüketilmesi olarak tüketimi tanımlanmasına rağmen konut tercihini ise, sadece ihtiyaç için değil; yatırım, mutluluk ve diğer saiklerle de olabilmektedir. Başlangıçta zorunlu olarak barınma ihtiyacını karşılayan konut, günümüzde toplumsal statü, sosyolojik, psikolojik ve kültürel nedenlerle hedonik (hazcı) bir tüketim şekline dönüşmüştür (Torlak, 2000).

### **3.2. İhtiyaç ve İhtiyaçlar Kuramı**

Bireylerin ihtiyaç duymadıkları zamanlarda tüketimin ortaya çıkması beklenemez. Bir ihtiyacın hissedilmesi ile birlikte bireylerin arzuladıkları yaşam şekli, mevcut yaşam koşulları, sosyal ve kültürel sınıflar, bireylerin karakteristik özellikleri, statü ve maddi gücü, kariyer ve kişisel gelişim planları gibi unsurlarının ortaya çıkması tüketim desenini farklılaştırmaktadır. İhtiyaçlar, herhangi bir sorunun oluşması sonucu meydana gelen içsel ve dışsal faktörlerin ışığında oluşan dürtülerdir. Eğer kazanılmış olan yaşam standardı ile arzu edilen yaşam standardı arasında bir fark yoksa ve hatta mevcut yaşam tarzı arzu edilenden daha iyi ise bir sorun meydana gelmezken, mevcut yaşam standardı arzulanan yaşam standardından kötü ise bireyler kendilerinde bir sorun olarak görecektir ve bu durum ihtiyacın varlığını ortaya koyarak tüketim sürecinin başlamasını sağlayacaktır (Altunışık ve İslamoğlu, 2010).

Maslow, bireylerin ihtiyaçlarının hiyerarşik bir düzene göre karşılandığını 1943 yılında yapmış olduğu çalışma sonucunda ortaya koyduğu ve buna ihtiyaçlar hiyerarşisi adını verdiği modelinde ihtiyaçları beş ana kategoride sınıflandırmıştır. Bunlar önem sırasına göre; fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, sosyal ihtiyaçlar, saygınlık ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır (Maslow, 1943).

Fizyolojik ihtiyaçlar: Bireylerin hayatlarını idame ettirebilmeleri için gerekli olan zaruri ihtiyaçlar bu kategoride yer almaktadır. Örneğin; barınma, yeme, içme, giyinme, vb. gibi.

Güvenlik ihtiyacı: İkinci basamakta güvenlik ihtiyacı yer almaktadır. Fiziksel ya da psikolojik zararlardan koruyan ihtiyaçlar bu kategoriyi oluşturur. Öyle ki bireyin doğumu ve ölümü arasında geçen sürede ihtiyaçları devam etmektedir. Örneğin; bireyler ilerleyen zamanlarda yaşlılık dönemi veya işsizlik dönemi gibi durumlarda ihtiyaçlarını karşılamak için sigorta, tasarruf vb. gibi bazı tedbirler olarak gelecek kaygılarını minimuma indirmeye çalışırlar.

Sosyal ihtiyaçlar: Bireyler fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra sosyal olarak kabul görmek isterler. Yani insanlar tek başına yaşayamazlar, yaşamlarını sürdürebilmek için başkalarının hayatlarında var olmalarına gereksinim duyarlar. Diğer insanlarla birlikte yaşama, kabul görme, sevmeye ve sevilmeye gibi sosyal ihtiyaçlar insanlar için önemlidir. Fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarının giderilmesi kişinin diğer ihtiyaçları arzulaması için bir hedef oluşturacaktır. Eğer insanlar sosyal ihtiyaçlarını gideremezlerse, aidiyet duygusundan yoksun, yalnız ve terk edilmiş hissedeceklerdir.

Saygınlık ihtiyacı: Sosyal olarak kabul gören bireyler, toplum içerisinde elde ettikleri başarı, yetenek ve yaptıkları işler bakımından takdir edilmek isterler. Birey kendine güven ve saygı duymak isterken, aynı şekilde toplum içinde de başkaları tarafından güvenilen ve saygı duyulan biri olmak ister. Başkaları tarafından takdir görmek, bireyin kendine olan güvenini arttırarak daha da başarılı olabileceğine olan inancını arttırmaktadır. Başarı, toplum içerisindeki statünün göstergesi olarak kabul edilmektedir ve başarımlık hissi değer verilme ihtiyaçını karşılamak için önem arz etmektedir. Saygınlık ve sosyal ihtiyaçlar anlam olarak çelişebilir. Lakin, sosyal ihtiyaçlar bireyi ait olduğu topluma benzetirken, saygınlık ihtiyacı bireyin ait olduğu toplumdaki farklı hissetmesini sağlamaktadır (Koç, 2016).

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı: Maslow'un hiyerarşinin en üst basamağında yer alan bu ihtiyaçta her bireyin kendine özgü yetenek ve karakteri olduğu söylenmektedir. Birey kendine ait bu özellikleri geliştirmek istemektedir. Diğer basamakları gerçekleştirmiş olan bireyler, kendilerine toplum tarafından saygı

duyulduğunu hissettiklerinde kendilerindeki potansiyeli ve düşünceyi dışarı vurma ihtiyacı hissedeceklerdir. Örneğin; saygı duyulan bir bilim adamının buluş yapma veya bir ressamın sanatsal bir tablo veya eseri ortaya koyma gibi arzuları bu ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır.

### **3.3. Tüketici Kavramı ve Satın Alma Davranışı**

#### **3.3.1. Tüketici Kavramı**

Varlığını devam ettirebilmek için bireyler, hayatları boyunca birtakım ürün ve hizmetleri tüketmek zorundadırlar. Bu tüketilecek ürün ve hizmetler bazıları yaşamın devamlılığı için zorunlu iken bazıları ise haz ve arzulara dayalı olmaktadır. Tüketim ile ilgili zaman içerisinde farklı tanımlar ortaya çıkmıştır. Yaşam tarzı, teknoloji ve sanayinin değişmesiyle tüketici kavramıyla birlikte alıcı, karar verici ve müşteri kavramları ortaya çıkmıştır. Bu üç kavram her ne kadar eş anlamlı görünse de anlamları farklıdırlar (Çekiç, 2016).

Belli bir işletmeden devamlı ürün veya hizmet alan tüketiciler, tanım olarak müşteri olarak sınıflandırılır. Bu tanımdan yola çıkılınca müşteri, işletmeler ve sundukları ürün ve hizmetler açısından çok önemli bir kavramdır. Bu paralelde tüketici ile müşteri kavramlarının ayrıştığı nokta devamlılıktır ve her tüketicinin müşteri sıfatı alamayacağını göstermektedir (Altunışık ve İslamoğlu, 2010). Bir tüketicinin müşteri sıfatı alabilmesi için belli bir zaman ve süreçten geçmesi gerekir. Bunun yanı sıra müşteri denilebilmesi için satın alınan ürün veya hizmetin beklenen faydayı sağlamış olması ve tüketiciyi tatmin etmiş olması gerekmektedir.

Alıcı kavramı ise, bireyin şahsı dışında başka kişiler veya kurumlar adına satın alma faaliyetinin gerçekleştirilmesidir. Herhangi bir ürün veya hizmetin satın alındıktan sonra kullanılmaya yönelik süreçten geçmemiş olması alıcıyı, tüketiciden ayırmaktadır (Altunışık ve İslamoğlu, 2010). Bu kavramdan yola çıkılarak anlaşılacağı üzere alıcı, almış olduğu ürünü veya hizmeti kullanmak zorunda değildir. Herhangi bir ürün veya hizmeti kendi ihtiyacını karşılamak için temin edebildiği gibi başka bireylerinde kullanımını için de temin edebilir.

### **3.3.2. Tüketici Satın Alma Davranışı**

Tüketici satın alma davranışı, ihtiyaç ile ortaya çıkan, mevcut ihtiyacın karşılanması için satın alma faaliyetinin gerçekleştirilerek ürün veya hizmetlerin kullanılması ve akabinde elde edilen faydanın derecelendirilmesi ile sonuçlanan bir süreçler dizisidir (Altunışık ve ark, 2012). Bu tanımdan yola çıkılarak, tüketicilerin satın alma faaliyetlerinin ve davranışlarının nasıl ve ne yönde değiştiği ve hangi faktörlerin belirleyici olduğunun bilinmesi, bu ürün veya hizmeti pazarlayanlar için hayati öneme sahiptir. Pazarlama sektörünün en temel hedefi kendi müşteri kitlesine ulaşarak, mevcut ihtiyaca cevap vermek ve sonunda ise tüketicinin faydasını artırarak tatmin olmasını sağlamaktır. Bu yüzden tüketici davranışlarına hemen karşılık verilebilmesi için pazarlama sektörünün ana taşıyıcılarını oluşturan satış stratejileri belirlenerek buna uygun ürün çeşitliliğinin ve tiplerinin iyi bir şekilde oluşturulması gerekir.

Tüketici davranışları temel özellikleri aşağıda sınıflandırmıştır (Odabaşı ve Barış, 2009).

- Tüketici davranışı farklı rollere odaklanmaktadır.
- Tüketici davranışı çevresel faktörlerin tesiri altında kalır.
- Tüketici davranışı karmaşık bir yapıya sahiptir ve zamanlama bakımından farklılıklar gösterir.
- Tüketici davranışı güdülenmiş bir yapıya sahiptir.
- Tüketici davranışı kişiden kişiye farklılıklar gösterebilir.
- Tüketici davranışı farklı faaliyetler içerir.
- Tüketici davranışı dinamiklidir.

### **3.3.3. Tüketicinin Satın Alma Davranışını Açıklayan Modeller**

Tüketici davranışlarını açıklayan modeller, tüketicilerin satın alma faaliyetlerini ve satın alma kararının nasıl ortaya çıktığını açıklamaya çalışan modellerdir. Bahsi geçen modeller, satın alma kararını veren tüketicinin bu ihtiyacın duyulmasından itibaren satın alma faaliyetinin sonuna kadar geçen süreçte meydana

gelen ihtiyacın nasıl oluştuğu ve bunları etkileyen faktörlerin neler olduğunu önce tanımlayarak sonrasında ise açıklama amacı güderler (Altunışık ve İslamoğlu, 2010).

Tüketici davranış modelleri kendi içinde iki grupta ele alınmış olup ve bu modellerden ilki; genellikle tüketicilerin davranışlarını açıklayabilmek adına geliştirilmiş olan açıklayıcı (klasik) modeldir, ikincisi ise, tanımlayıcı (modern) modellerdir. Bu modellerde içsel ve dışsal tepkilerin yanı sıra başka faktörlerde dahil edilerek tüketici davranışları incelenmektedir. Açıklayıcı (klasik) modeller olarak isimlendirilen bu modeller; Marshall'ın ekonomik modeli, Pavlov'un öğrenme modeli, Veblen'in toplumsal (ruhsal) modeli ve Freud'un psiko-analitik modelidir. Tanımlayıcı (modern) modeller ise; Engel-Blackwell-Miniard (EBM) modeli, Howard – Sheth modeli, Nicosia modelidir. Tüketici davranışlarını, ait olunan grup ve kültürü, bilinçaltı, rasyonel davranılması, şartlanarak öğrenme vb. tek faktörü ele alarak açıklayan klasik modellere karşın tanımlayıcı modellerin kesişme noktası ise; sorun çözme noktasını, tüketicinin satın alma süreci olarak görmeleridir (Eroğlu, 2012).

### **3.3.3.1. Marshall'ın Ekonomik Modeli**

Klasik iktisadın temel varsayımı olan, rasyonel insan teorisine göre insan rasyonel davranan bir canlı olduğundan, tüketici davranışları da bu şekilde gerçekleşecektir. Yani rasyonel ekonomik hesaplara dayanan bir satın alma kararına dayanacaktır. Bu şekilde davranan bir tüketici satın almak istediği her birim üründen maksimum faydayı alabilmek için her zaman hesap ederek harcama yoluna gitmektedir. Marshall, geleneksel iktisadın bu varsayımını geliştirerek son birimin sağladığı yararı temel alarak bu modeli marjinal fayda kuramı adı altında birleştirmiştir (İslamoğlu, 2017).

Marshall modeli şu varsayımları içermektedir. (İslamoğlu ve Altunışık, 2013);

- Bir mal veya hizmetin fiyatı düşerse ikame edilen malın veya hizmetin satışı azalır.
- Tamamlayıcı mal veya hizmetin fiyatında yaşanan düşüş tamamlayıcısı olan malın veya hizmetin satışında artış gerçekleştirir.

- Bir mal veya hizmetin fiyatı azalırsa o malın veya hizmetin satışları artar.
- Tüketicinin gelirinde oluşacak bir artış, giffen malları hariç diğer mal veya hizmetin satışını arttırır.
- Bir mal veya hizmetin üretilmesinde kullanılan yarı mamul veya ham madde fiyatlarında oluşan bir artış mal veya hizmetlerin fiyatlarının artmasına neden olur.
- Pazarlama faaliyetlerin de tutundurma giderlerinde artış oldukça satışları da arttırır.

Tüketici davranışları karmaşık ve çok boyutlu olmasından ötürü, iktisatçılar ve diğer sosyal bilimciler arasında bu konuya farklı yaklaşımlar olmuştur. Klasik iktisatçılara göre, insan ekonomik ilkelere sahip bir dünya içinde yaşamını sürdürmektedir. Yani insan, sınırlı ve belli bir bütçe ile şahsi ihtiyaçlarına karşılık vermek için satın alacağı ürün veya hizmet seçimlerini kendi hazları çerçevesinde vermektedir (Hisrich, 1993). Fakat ekonomik hesaplamalar haricinde başka faktörlerin dikkate alınmamasından ötürü bu model eleştiriler almıştır. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki, dayanıksız ürünler baz alındığında tüketicilerin %25'i bu modele göre hareket ederken, dayanıklı ürünlerde ise bu oran daha da düşmektedir (Altunışık ve İslamoğlu, 2010).

### 3.3.3.2. Pavlov'un Koşullu Öğrenme Modeli

Pavlov'un koşullu öğrenme modeli, bireylerin davranışlarındaki uyarı - tepki temeline dayanmaktadır. Modelin temelini dört kavram oluşturmaktadır. Bunlar; dürtü (istek), tepki, ipucu (uyarıcı) ve pekiştirmedir. Bahsi geçen kavramlara değinilecek olunursa; (Kotler, 1984).

- Dürtü (istek); bireyin içinde meydana gelen güçlü uyarıcılardır. Birincil ve öğrenilmiş olarak dürtü ikiye ayrılır. Birincil dürtü; susuzluk, acı, açlık ve bunun gibi öğrenilmiş dürtü; korku, mülkiyet hırsı, işbirliği ve bunun gibi isteklerdir.
- Tepki; organizmanın uyarıcılarının bileşimine karşılık vermesidir.
- İpucu (uyarıcı); sürenin nerede, ne zaman ve ne türde tepki vereceğini belirleyen kişideki ya da çevredeki zayıf uyarıcılardır.

- Pekiştirme; aynı tür uyarıcıların bireylerde daima aynı tepkiyi oluşturması, önceki seferlerdeki tecrübelerin ödüllendirici olup olmaması ile alakalıdır.

Uyarıcı insanların fark edebileceği herhangi bir etken iken, uyarıcıya gösterilen davranış ise tepkidir. Bireyler tepki göstererek öğrenirler. Aynı uyarıcıya daima aynı tepki gösterilir ise süre gelen zaman içinde bir davranış biçimi oluşacaktır. Şöyle denilebilir ki, belli başlı bir uyarıcıyı tekrarlayarak düzenli bir tepki oluşturulabilir ve aynı zamanda pekiştirilebilir. Devamında ise pekiştirme bir alışkanlığa neden olabilir ve alışkanlıklar ödüllendirilmezse sonrası da azalır ve yok olabilir. Unutma ise; öğrenilmiş tepkinin eksilme meylidir (Çubukcu, 1999).

Öğrenme modeli, pazarlama sektörüne önemli katkılarda bulunmuştur. Alışagelmiş marka tutkusunun kırılması ve yeni markaya yönlendirilmesi bunlardan birisidir. Bu konu ile alakalı yapılan bir deneyde, katılımcıların bir bölümüne güzel bir müzik, diğer bölümüne ise kötü müzik dinletilirken bir tükenmez kalem ile ilgili reklam yapılmıştır. Daha sonra ise başka bir markaya ait ve reklamı yapılmayan bir kalem de seçenekler arasına eklenerek deneye katılan kişilerden, herhangi birinin seçilmesi istenmiştir. Güzel müzik dinleyen kişilerin %79'u reklamı yapılan tükenmez kalemi tercih ederken, kötü müzik dinletilen kişilerin sadece %30'u reklamı yapılan kalemi tercih etmişlerdir. Yani kötü müzik katılımcılar üzerinde negatif etki oluşturmuş ve reklamı yapılmayan kalemi seçmeye yönlendirmiştir (Yürük, 2017).

### **3.3.3.3. Veblen'in Toplumsal Ruhsal Modeli**

Veblen'in geliştirmiş olduğu toplumsal modelde insanlar, her zaman mevcut buldukları sosyal sınıfın bir üstüne çıkmak isteyeceklerdir. İnsanların burada hedefledikleri nokta ise her zaman en üst sınıfa yükselerek konforlu ve rahat bir hayat sürdürmek istemeleridir. Yalnız insanlar bu hedeflerini gerçekleştiremeseler bile bir üst sınıftaymış gibi görünmek isteyecekleri için hedef sınıfındaki insanların tüketim alışkanlıklarını kendine göre şekillendirip taklit etmeye çalışacaktır (Şan ve Hıra, 2004).



Veblen modelinin ana noktası ise, Aylak Gösteriş Sınıfı Teorisi (The Theory of Leisure Class) isimli eserinde tüketimin gösterişli oluşunu, üst sınıftaki insanlar ve bu insanlara benzemeye gayret gösteren diğer alt sınıflardaki insanlar tarafından tamamen lüks amaçlı gerçekleştirildiğini öne sürmüştür. Ayrıca Veblen çalışmasında, gösterişli tüketimin sebebinin ise, ekonomi ve toplum ilişkisindeki sınıfsal farklılaşmaları neden göstererek, tüketicilerin psikolojisinde tüketerek toplum içerisinde statü ve prestij kazanabileceklerini kendilerine kabul ettirdiklerini savunmuştur (Veblen, 2005). Buna ek olarak insanların mevcut sınıflarının belli bir harcama standardı oluşturduğunu ve bu durumun o toplumdaki insanların yaşam standartlarının nasıl ve hangi ölçüde olacağını belirlemede olduğu söylenebilir. İnsanlar ait oldukları sınıfın yaşam standartları dışında bir tüketim gerçekleştirmedikleri takdirde toplum içerisinde istenilen beğeniyi alamama ile karşılaşabilmektedir (Veblen, 2005). Genel olarak bakıldığında Veblen'in bu teorisinin günümüz dünyasındaki çığınca devam eden tüketim toplumuna çok güzel bir referans olduğunu söylenebilir.

#### **3.3.3.4. Freud'un Psikanaliz Modeli**

Ünlü psikiyatrist Freud'a göre, insanlar dünyaya tatmin edemeyecekleri ilkel güdülerle gelmekle birlikte, bu güdüler insan ruhunun derinliklerinde yer almakta ve çeşitli yöntemler ve araçlarla tatmin etme yolu aranmaktadır (Ak, 2009). Ayrıca, insan büyüdükçe ruhunun içinde taşıdığı bu duygular davranışlarını da etkileyerek 'id' (ilkel benlik), 'ego' (benlik) ve 'süper-ego' (üst benlik) olmak üzere üç farklı benliği oluşturmaktadır (Arpacı ve ark., 1992). Bu kavramlar şu şekildedir (Penpece, 2006).

- İd (ilkel benlik): İnsan benliğinin en ilkel bölümüdür. İnsanın içgüdüsel ihtiyaçlar ve isteklerinden oluşan bölümüdür.
- Süper-ego (üst benlik): İnsan davranışlarını kontrol ederek, toplum içerisinde reddedilecek şeylerin yapılmasının önüne geçer.
- Ego (benlik): İnsanın id ile süper-ego arasında dengeyi kurmasına yardımcı olan mekanizmasını ego oluşturmaktadır ve bu iki benlik arasındaki çatışmalarda istek ve ihtiyaçların bir denge içerisinde sürdürülmesini sağlar.

Freud'un bu modelinde bireylerin davranışları tam manasıyla anlamlandırılmamakta ve ölçülememektedir. Modelin temelinde tüketicilerin bilinçaltılarında yatan duygu ve güdülerini ortaya çıkarmak yatmaktadır. Bu şekilde tüketici davranışlarının satın alma üzerine etkilerinin neler olduğunun çözümlenebileceğine inanılır (Koç, 2018).

### 3.3.3.5. Howard ve Sheth Modeli

1963 yılında Howard tarafından ilk olarak ortaya atılan ve 1969 yılında geliştirilerek Howard – Sheth modeli olarak son halini alan bu modelde, tüketicilerin satın alma sürecinde sergiledikleri davranışlar ön plana çıkmaktadır. Bu modelde dört farklı faktör bulunmaktadır. Bu faktörler; 'Girdiler (ürün, kalite, marka, fiyat vb. uyarıcılar), Çıktılar (algılama, tutum, niyet, dikkat), Dış değişkenler (satın almanın ehemmiyeti, benlik değişkenleri, kültür ve sosyal sınıf) ve Varsayılan öğelerden (davranışsal ve öğrenme)' oluşmaktadır (Erdoğan, 2009).

Bu modelin kendine özgü özelliği, tüketicilerin gerçekleştirdiği her satın almayı aynı şekilde değerlendirmemiş olmasıdır ve satın alma davranışları arasında başkalık olduğudur. Bu modele göre; otomatik (rutin satın alma), sınırlı ve sınırsız sorun çözme davranışı gibi, üç farklı satın alma davranışı olduğu söylenebilir (Siso, 2009).

Otomatik (rutin satın alma): Tüketicilerin yeni bir öğrenme ihtiyacı duymadığı veya çok az ihtiyaç duyduğu satın alma davranışlarıdır. Burada tüketicilerin satın almalarında o mal veya hizmete karşı bir alışkanlıkları ve fikirleri bulunmaktadır. Örneğin; rutin bir günlük ekmek alımında tüketiciler yeni bir öğrenmeye ihtiyaç duymadan alımlarını gerçekleştirirler.

Sınırlı sorun çözme: Tüketicilerin satın almaya ihtiyaç duydukları mal veya hizmetler hakkında temel bilgilere sahip olup o ürün hakkında az bir bilgiye ihtiyaç hissettiği satın alma durumudur. Başka bir deyişle, daha önce kullanmış olduğu bir mal alımının tekrarlanması sürecini içermektedir. Örneğin; standart olarak alınan bir jilet için detaylı bir bilgiye ihtiyaç duymadan satın almayı gerçekleştirmek.

Sınırsız sorun çözme: Tüketiciler satın almaya ihtiyaç duydukları mal veya hizmeti veren marka veya ürün hakkında çok az bir bilgiye sahiptir veya hiçbir bilgisi yoktur. Böyle bir durumda tüketicinin alacağı mal veya hizmetin riski yüksektir. Örneğin; otomobil satın almak isteyen tüketicinin birçok marka içerisinde istediği özellikli bir aracı seçme ve satın almayı gerçekleştirmesi yoğun bir bilgi alma sürecini içermekte olup oldukça risklidir.

### **3.3.3.6. (EBM) Engel – Blackweel – Miniard Modeli**

Bu model 1968 yılında J. F. Engel, D. F. Kollat ile R. D. Blackwell (EKB) tarafından geliştirilmiş ve sonrasında 1973 – 1978 yıllarında üzerinde çalışmalar yapılarak güncellenmiştir. Daha sonraları ise, 1995 yılında Engel, Blackwell ve Miniard (EBM) tarafından yapılan çalışmalar neticesinde son halini almıştır. Bu model ayrıca tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri farklı şekillerde incelemektedir (Yürük, 2017).

EKB veya EBM modeline göre, satın alma süreci bağlamında tüketici davranışları incelenmiş ve bu süreçte birtakım faktörlerin mevcut olduğu söylenmiştir. Bu faktörler; karar süreci, girdiler, kontrol, bilgi edinme ve çıktılardır. Bu faktörlerden girdilerin içerisinde çevresel ve sosyal faktörler bulunmakta olup, girdilerin bir takım karar aşamasına gelmesine; bilgi, inanç ve tecrübe gibi bazı faktörler yardımcı olurlar. Bahsi geçen karar aşamalarında ise; problem tespiti, sorunun tanımlanması, araştırma süreci, alternatiflerin değerlendirilmesi, seçimin yapılması ve sonuç yer almaktadır (İslamoğlu ve ark., 2006).

Modelin temel varsayımına göre tüketiciler, ilk önce kendilerine gelen girdiler neticesinde bir problem tespiti ve sorun tanımlaması yaparak başlarlar. Sonrasında ise, geçmiş tecrübe ve birikimleriyle araştırma sürecine girişip alternatifler arasında değerlendirmeler gerçekleştirir ve aralarından kendilerine en iyi faydayı sağlayacak seçimi yaparlar ve satın alma işlemini gerçekleştirerek sonuç kısmında ise tatmin olma seviyelerini değerlendirirler (Şarkı, 2013).

Bu modelde bazı sebeplerden ötürü eleştiri almaktan kurtulamamıştır. En önemli eleştiri alan konusu, tüketicilerin iyi veya kötü şartlar durumunda alacakları kararların tam anlamıyla açıklanamamasıdır. Bu durum işletmeler ve pazarlamacılar açısından olumsuz birtakım sonuçlar oluşturabileceği için istenilen sonuçları yeterince verememiştir. Bir önemli eleştiri ise Howard – Sheth Modeline nispeten daha fazla detaylara sahip olmasından ötürü test etmenin zorluklar doğurmasıdır (İslamoğlu ve Altunışık, 2013).

### **3.3.3.7. Nicosia Modeli**

Francesco Nicosia tarafından 1966 yılında geliştirilen bu modelin temeli tüketici davranışları ve güdüleridir. Nicosia ele aldığı modelinde esas olarak tüketiciler ile pazarlamacı veya şirketler arasında bağ kurarak, tüketicilerin sergiledikleri davranışları incelemiştir. Bu modelde şirketler reklamlar aracılığıyla tüketicilere mesaj göndererek bağ kurmayı hedeflerken, bu davranışa yanıt olarak ise satın alma davranışıyla mukabele etmektedir (Yürük, 2017).

Tüketici davranışlarını dört temel aşamada inceleyen bu modelde, her aşamanın çıktısı, bir sonraki aşamanın girdisini ortaya çıkarmakta ve böylece kapalı bir sistem oluşturulmuş olmaktadır. Herhangi bir reklamın tüketiciye ulaştırılmak istenen fikri, bir reklam aracılığıyla iletilmektedir. İletilmek istenen fikrin tüketicilerce algılanıp, bir davranış oluşturulması esasen tüketicilerin psikolojik meziyetlerine göre oluşturulmaktadır. Bu aşamada ise modelde, tüketicilerin ürün veya hizmetlere karşı olan davranışlarının tespiti aşamasında motiflerin önem arz ettiği söylenmektedir (Çubukçu, 1999).

### **3.4. Tüketicinin Konut Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler**

Tüketici konut talebini belirleyen faktörler kısa ve uzun dönem olarak iki ayrı bölümde ele alınabilir. Konut talebini, kısa dönemde ekonomik faktörler, uzun dönemde ekonomik, sosyal, demografik ve kişisel faktörler etkilemektedir. Bu bağlamda hane halklarının konut taleplerine etki eden faktörler; tüketicinin zevk ve tercihleri, konut fiyatları, tüketicinin mevcut malı, gelir seviyesi ve diğer malların fiyatlarından oluşmaktadır. Günümüzde hane halklarının konut talebini

karşılması sürecinde, ellerindeki kıt kaynaklar ile hareket edip faydalarını maksimize edebilecekleri konutlar tercih etmek yerine, toplumsal yapıdaki statü ve buna bağlı olarak toplum baskısının dayatmalarının etkisiyle, ellerindeki kıt kaynakların onlara sunduğu konut standartlarının çok daha üzerinde konut satın alma yönünde eğilim içinde oldukları gözlemlenebilmektedir. Bahsi geçen bu duruma olanak sağlayan en önemli sebep, uzun vadelere yayılabilen ve düşük faizli konut kredileri ve firmaların farklı bir takım kampanya yoluyla hane halklarına üst standartlarda konut almanın mümkün olduğunu dayatan reklam ve özendirme hareketlerinin varlığıdır (Ertürk, 2009).

Yukarıda belirtilen veriler doğrultusunda bireylerin konut talebini (tercihini) etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

1. Demografik ve ekonomik faktörler
  - Fiyat
  - Nüfus artış hızı
  - Gelir düzeyi
  - Alternatif yatırım imkânları
  - Kentleşme hızı ve aile yapısı değişiklikleri
  - Kredi Koşulları ve Kredi Faiz Oranı
2. Merkeze olan yakınlık veya uzaklık
3. Sosyal çevre ve komşuluk
4. İç ve dış mekân kullanımı

#### **3.4.1. Demografik ve Ekonomik Faktörler**

Tüketim davranışlarını etkileyen demografik faktörler; cinsiyet, yaş ve yaşam dönemi, medeni durum, eğitim durumu, meslek, etnik grup, dini inanışları, gelir ve konut sahibi olup olmadıkları gibi faktörlerden oluşmaktadır.

Bireylerin konut tercihlerini etkileyen sosyoekonomik faktörler üç ana grupta incelenmektedir. Bunlardan birincisi gelir seviyesidir. Buna göre gelir seviyesi yüksek olan gruptaki bireylerin konut tercihlerindeki kriterlerini etkileyen faktörler, gelir seviyesi daha düşük olan gruptaki bireylere göre daha kapsamlı ve karmaşıktır.

İkinci olarak eğitim seviyesidir. Eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin konut tercihleri uluslararası eğilimler ve gelişmelere göre şekillenmektedir. Üçüncü ve son olarak meslek faktörü gelmektedir. Burada ise mavi yakalı çalışanların çalışma saatlerinin daha uzun, daha fazla yorucu ve yıpratıcı olmasından dolayı işyerlerine yakın konutları tercih eder iken, beyaz yakalı çalışanlar ise kent merkezinin boğucu ve yoğun temposundan uzak, daha sakin ve huzurlu yerlerdeki konutları tercih etmektedirler (Tremblay and Dillman, 1983).

#### **3.4.1.1. Fiyat**

Talep değişkenliğinin önemli sebeplerinden biri olan fiyatın artması talebi düşürecek, fiyatın düşmesi ise talebi arttıracaktır. Bu durum konut talebi içinde söylenebilir. Ceteris Paribus konut fiyatlarının artması, konut talebini düşürecek, fiyatların düşmesi, konut talebini arttıracaktır. Bu sebepten dolayı bireylerin konut taleplerinin belirleyicilerinin en önemlisi fiyattır (Siso, 2009).

Konut talebinde konut fiyatlarını etkileyen ve gelecekte etkileyebilecek durumlar her daim düşünülmelidir. Konut talebini belirlemeden önce, gelecekte konut fiyatlarını etkileyebilecek olan faktörler göz önünde tutulmalıdır. Konut fiyatlarını etkileyen başlıca faktörler konut arzı, piyasaların durumu, döviz kuru, faiz ve bunun gibi değişkenler önemli etkenler arasındadır (Hendershott and Weicher, 2002).

#### **3.4.1.2. Nüfus Artış Hızı**

Konut talebindeki artış dolaylı olarak ülkedeki nüfus artışına bağlı olarak artıp düşebilir. Fakat burada bahsedilen nüfus artışı, hane halkı kavramını ifade etmektedir. Hane halkı aynı çatı altında beraber yaşayan insanları kapsamaktadır. Yine yalnız başına yaşayan insanlar ya da aynı evi akrabalık dışı paylaşan insanlarda hane halkını oluşturabilmektedir. Ülkedeki nüfus artışının oranı kadar nüfusun yaş ortalaması, evlenme oranları, cinsiyeti, aile tipi ve hane halkı büyüklükleri ve bunun gibi faktörler konut tercih ve talebini etkilemektedir. Örneklendirilir ise; çekirdek veya geniş ailelerin, genç veya yaşlı yaş grubu yelpazesindeki bireylerin ve çocuklu veya çocuksuz ailelerin konut tercihleri farklılık gösterebilmektedir. Geniş ve

çocuklu aileler daha çok site konut gibi güvenli, bahçeli, statü bakımından daha prestijli ve geniş konutları tercih ederken; genç ve çocuksuz çiftler de ise erişebilirlik (iş, şehir merkezi, alışveriş merkezleri vb.) sosyokültürel faktörlere yakın konutların tercihi ön plana çıkmaktadır. (Litman, 2009)

Konut talebinde nüfus artışları iki farklı etkiye sebep olmaktadır. Nüfusun artması bazen konut talebini artırırken, bazı durumlarda ise düşürebilmektedir. Nüfusta meydana gelen değişimler yatırım harcamaları, geliri, hane halklarının tasarrufları ve toplam üretimi etkilemektedir. Yüksek doğurganlığın olduğu bölgelerde bireyleri ve hane halklarını zorunlu tasarrufa yönlendiği için, bu durum konut talebine olumsuz yansiyabilmektedir (Durkaya ve Yamak, 2004).

#### **3.4.1.3. Gelir ve Harcanabilir Gelir Düzeyi**

Gelir kavramı bireylerin yaşam standartlarını ve ödeme güçlerini gösteren önemli bir faktördür. Buna bağlı olarak bireylerin gelir düzeyindeki değişimler, hane halklarının konut talebini belirlemektedir (Öztürk ve Fitöz, 2012).

Dış ve fiziksel çevrenin şekil ve oluşumunda büyük sorumluluk üstlenen mimar ve plancıların birçoğu konutu fiziksel bir yapı olarak görmüşlerdir ve bu fiziksel veya dış çevrenin ıslah edilip güzelleştirilmesi üzerine zaman harcayarak daha işlevsel bir hal aldirmaya çalışmışlardır. Onlara göre iyi planlanmış ve iyileştirilmiş konutlar ve konumlandırıldıkları bölgeler, konuttan doğabilecek psikolojik ve sosyal problemlerin çözümünde önemli yer tutmaktadır (İmamoğlu ve İmamoğlu, 1996).

Yukarıda bahsedilen mimarlar ve planlayıcılar bu şekilde düşüncelere sahip olsalar da hane halkı gelirlerinin konut satın alma ve kira ödemelerinde payı oldukça fazladır. Dolayısıyla gelir artışına bağlı olarak, konut talebi de artacaktır. Bu yüzden gelir artışı ve konut talebi arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Bireylerin gelirlerinde oluşacak farklılıklar konut talebini etkileyecektir. Buna bağlı olarak yüksek gelire sahip olan bireyler ile daha düşük gelire sahip bireylere yapılan konut arz miktarlarında da değişimler gözlemlenecektir. Ödeme gücü az ve olmayan hane

halkı kiracı olarak konut talep edecekken, orta ve yüksek gelire sahip hane halkları satın almak için konut talep edeceklerdir (Durkaya ve Yamak, 2004).

#### **3.4.1.4. Alternatif Yatırım İmkânları**

Konut yatırımları, başka alternatif yatırımlar arasında önemli getiri sağlayan yatırım araçlarındandır. Bu yüzden hane halkları, satın aldıkları konutları yatırım yapmak veya kullanmak gibi iki farklı amaç ile talep etmektedirler. Yatırım deyince ilk akla gelen banka faizleri ve kredi oranlarının arttığı veya konut edinmenin ikamesi sayılabilecek diğer yatırım araçlarının reel getirileridir. Bu yatırımlar konuttan daha yüksek olduğunda bireylerin konut talebi düşecektir ve bireyler alternatif yatırım araçlarını tercih edeceklerdir (Çakır, 2014).

Geçmişte konuta yapılan yatırımlar, boşa harcanmış para veya halk diliyle ölü yatırımlar olmaktan öteye gidememişlerdir. Günümüze doğru gelindiğinde ise konut yatırımlarının hem makroekonomik hem de mikro bazda bireylerin ekonomik verilere katkısı anlaşılmış ve spekülasyon amaçlı konut yatırımları hızlanmıştır (Tarakçı, 2004).

Yatırım amacıyla edinilen konutlara olan talep diğer yatırım araçlarının reel getirilerine bağlıdır. Örneğin; hisse senedi ve tahviller gibi yatırım araçlarının getirisi daha düşük ise bireyler yatırımlarını konut şeklinde ellerinde tutma yolunu tercih edeceklerdir. Bu sebepten ötürü yatırım amaçlı konut talebinin düşmesi, diğer yatırım araçlarının getirisinin yüksek olmasına, alternatif yatırım araçlarının getirisinin düşmesi, yatırım amaçlı konut talebinin yükselmesini sağlayacaktır (Taşdemir ve ark., 2016).

#### **3.4.1.5. Kentleşme Hızı, Aile Yapısı ve Göç Olgusu**

Teknolojinin her geçen gün gelişimini arttırarak devam etmesi birçok sektörde olumsuz etkileri olduğu gibi, kırsalda yaşayan insanların tarımsal faaliyetlerini de olumsuz etkileyerek, onları sanayileşmenin getirdiği yeni iş imkânları doğrultusunda kırsal bölgelerden kentlere göç etmeye zorlamıştır. Bu göç olgusunun sonucunda, doğum oranlarının yıllar içerisinde ölüm oranlarından daha fazla artarak devam etmesi kentlerdeki nüfus miktarlarını arttırmış ve yeni konut talepleri ortaya



çıkartmıştır. Tanım olarak kentleşme, ekonomik büyüme ve sanayileşme ile nüfusun artması sonucu kentlerin büyümesi ve sayılarının artması ile birlikte örgütlenme, uzmanlaşma ve iş bölümü gibi değişimler gösteren bir nüfus birikimi sürecidir (Işık, 2005).

Son yirmi yılda gelişmiş ülkelerdeki kentleşme hızı %2,4'ten %1,69'a kadar düştüğü görülmüştür. Kentleşme hızını tetikleyen en önemli faktör sanayileşmedir. Bu faktör bizim gibi gelişmekte olan ülkeler için olumlu karşılansa da uzun vadede sosyal ve ekonomik problemler ortadan kaldırılamadığı sürece bırakacağı iz olumsuz yönde olacaktır. Hızlı kentleşmenin meydana getireceği konut açığı, gelişmekte olan ülkeler için oldukça önemli olup uzunca bir süre gündem oluşturmasına neden olabilir. Bu soruna çözüm bulunamadığı takdirde sağlıksız konut, varoşlaşma, gecekondulaşma ve git gide artan bir konut açığı meydana getirecektir (Ankara Kent Kooperatifi, 1982).

Gecekondu, bileşik kelimelerden oluşan gece ve yapılmış terimlerinden türemiştir. Yani bir gecede hızlı ve bir anda yapılmış anlamına gelmektedir. Tamamını kapsamasa da kırsal alandan ve köylerden kentlere göç eden insanlar tarafından, kentlerin farklı bölgelerine sıkışık ve kümeler şeklinde inşa edilen bu yapılar gecekondu denilen bölgeleri oluşturmuştur (Yasa, 2011). Farklı bir tanım olarak gecekondu, belediyelerin imar yasa ve kurallarına aykırılık oluşturan, kırsal alandan veya köylerden kentlere göç eden insanların kendilerine ait olmayan topraklar üzerine tamamen sağlıksız ve barınma şartlarına uygun olmayan kısa zamanda ve kaçak olarak yaptıkları konutlardır (Çakır, 2011).

#### **3.4.1.6. Kredi Koşulları ve Kredi Faiz Oranı**

Konut talebinin önemli belirleyici faktörlerinden biri de konut kredi koşulları ve faiz oranlarıdır. Özellikle düşük ve orta gelire sahip hane halklarına yönelik yapılan esnek ödeme ve düşük faiz ile sağlanan krediler konut talebini önemli boyutta etkilemektedir (Gelfand, 1966). Çünkü kredinin maliyeti faizdir. Bu açıdan bakıldığında düşük ve orta gelirli hane halklarının konut talebini karşılamak için kredi ve ipotekli konut kredisi kullanma yolunu tercih edecekleri için faiz oranları konut talebini ziyadesiyle etkilemektedir.

Konut talep etmek için krediye başvurmaya ihtiyacı olmayan bireyler bile faiz oranlarındaki değişimleri takip ederler. Çünkü ellerindeki servetlerini değerlendirmek için konut yerine, vadeli mevduatlara yatırmayı tercih edebilirler. Yani faiz oranları, bireylerin varlıklarını konut şeklinde değerlendirmek yerine mevduata yatırmalarının fırsat maliyetidir. Dolayısıyla faiz oranlarındaki bir düşme konut talebini artırır (Mankiw, 2010).

Farklı açıdan konut talebi, sahibi olan bireye sağladığı net reel getiri ile yakından alakalıdır. Gayri safi getiri, kiralanın konuttan elde edilen kirayı, birey kendi evinde ikamet ediyorsa bunun getirmiş olduğu maliyet ve konutun değer artışından kaynaklanan sermaye kazançlarını içerir. Bununla beraber konut edinmenin maliyetlerini faiz, emlak vergileri ve yıpranma payı (amortisman) oluşturmaktadır. Net getiriyi bulunmak için, yukarıdaki maliyetler gayri safi getiriden çıkarılarak ve son vergi ayarlamaları yapılarak elde edilir. Konut edinmenin maliyetleri olan vergi, faiz ve amortismanda meydana gelecek olan bir azalma konutun net getirisini attırır ve konuta olan talebi artırır (Taşdemir ve ark., 2016).

#### **3.4.2. Merkeze Olan Yakınlık veya Uzaklık**

Konut tercihinde önemli etkenlerden biride konutun şehir merkezine yakınlık veya uzaklığını gösteren konumudur. Tüketici şehir merkezine ve ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlere yakın olan konutu uzak olan konuta tercih etmektedir (Toda and Nozdrina, 2004).

#### **3.4.3. Sosyal Çevre ve Komşuluk**

Komşuluk ilişkileri bireyin sosyal kabul görmesi yanında sürdürülebilir toplumsal ilişkilerin oluşmasını da sağlamaktadır. Kültürümüzde 'ev alma komşu al' atasözü konut tercihinde önemli bir etken teşkil etmektedir. Bireyler konut tercih ederken geleneksel toplumun bir yansıması olarak komşuluk ilişkilerini öncelemektedir (Ergül ve ark., 2015).

#### **3.4.4. İ ve Dış Mekân Kullanımı**

Konut tercihinde konutun kullanım alanı salon, banyo ve mutfak gibi ortak kullanım alanlarının genişliği önemli bir etken olmaktadır. Rasyonel davranan tüketiciler büyük konutu küçüğüne, büyük salon, mutfak ve banyoyu küçüklerine tercih etmektedir (Bover and Velilla, 2002). Yine konutun dış çevresi konut tercihinde önemli bir faktördür. Otopark, çocuk oyun alanları, çevre düzenlemesi, engelli girişı ve asansör, konutun peyzaj ve çevre düzenlemesi tercih edilmesini etkilemektedir (Ergül ve ark., 2015).



## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **MATERYAL VE METOT**

#### **4.1. Materyal**

Çalışmanın ana materyalini, Erzincan kent merkezinde ikamet eden ve yirmi beş yaş ve üstünde yer alan bireylerle yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Bu veriler 2018 yılına ait yatay kesit verileridir. Araştırma bölgesinde ikamet eden 195 erkek ve 201 kadın olmak üzere toplamda 396 adet anket çalışması yapılmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak yapılan çalışmada yazılım materyali olarak LISREL 8.72 ve SPSS 21 programı kullanılmıştır.

Ayrıca konut talebi konusunda yapılan çalışmaları ve gelinen son noktayı ortaya koymak amacıyla çok sayıda yerli ve yabancı literatürden de yararlanılmıştır.

#### **4.2. Metot**

##### **4.2.1. Kuramsal Çerçeve**

###### **4.2.1.1. Yapısal Eşitlik Modeli**

Yapısal Eşitlik Modeli (YEM): Gözlenen (açık, ölçülen) ve gözlenemeyen (gizil, ölçülemeyen) değişkenler arasındaki korelasyonel ve nedensel ilişkilerin bütünü ile birlikte olduğu modellerin test edilmesi hedeflenerek kullanılan bir istatistik yaklaşımıdır. Yöntemin ana özelliği, tamamen teorik çerçevede yapılması ve gizil değişkenler arasında bir nedensellik yapısının mevcut olduğunu kabul etmesidir (Yılmaz, 2004). Ek olarak, Yapısal Eşitlik Modellemesi verilerin çözümlemesini yaparken istatistiksel olarak ölçüm hatalarını net bir hesaba katmaktadır. Ölçüm hatalarının altından kalkmasının yanı sıra yapısal eşitlik modelleri çalışanların çok değişkenli kompleks modeller ortaya koyabilmesi, tahmin edilmesi ve test edilmesine de yardımcı olmakta ve verilen modeldeki değişkenlerin direkt ve dolaylı etkilerini de dikkate almaktadır. Yapısal eşitlik analizinin temel amacı, önceden belirlenen bir ilişki olay veya nesnelere düzenli bir biçimde birbirini takip ederek gelişmesini (örüntülerinin) veriler tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını ortaya koymaktır (Bayram, 2010).

Yapısal eşitlik modellemesi, Yol Analizi, Açıklayıcı Faktör Analizi, Analizi ve ekonometrideki Eşanlı Denklem Modelleri. Çoklu Regresyon Analizi ve Doğrulayıcı Faktörlerden hareketle ortaya çıkmıştır. Yapısal eşitlik modelinde, kullanılan temel istatistik kovaryanstır ve bununla birlikte ortalamalar da dikkate alınır. YEM, kovaryans yapı matrisi ile modeli ele alan çok değişkenli istatistiksel bir tekniktir (Kline, 2005). YEM modellemesi yapılırken aşağıdaki aşamalardan yapılmaktadır (Keleş, 2014).

1. Teorik bir modeli geliştirmek
2. Geliştirilen modelin, nedensel ilişkilerini ortaya koyan diyagramı çizmek
3. Çizilen diyagramı ölçüm ve yapısal modellerine çevirmek
4. Yapısal modelin değerlendirmelerinin yapılabilmesi için tahminleme yapmak
5. Yapısal modelin uygunluk ölçütlerini hesaplamak

**Model tanımlama:** Yapısal Eşitlik Modellerinde ilk etapta model tanımlamayla başlamakla birlikte, modelleme süreci YEM'in ana temelini oluşturan, değişkenler arası karmaşık ilişkilerin tanımlanması adımının çıkış noktası kabul edilmektedir. Bahsi geçen değişkenler Gizil Değişkenler (boyut, içsel, faktör, gizil değişken, gözlenemeyen değişken, latent değişken) ve Gözlenen Değişkenler (ölçülebilen değişken, dışsal, gösterge, açık değişken, indikatör, madde) olarak tanımlanmıştır. Gözlenen değişkenler çalışanın doğrudan gözlemleyebildiği veya ölçebildiği değişkenler olarak tanımlanmaktadır. Gizil değişkenler ise bahsedilen değişkenler ile herhangi bir ölçüm veya gözlemin yapılamadığı, soyut kavramlar olarak açıklanmıştır. Bir gizil değişkenin tanımlanabilmesi için en az iki gözlenen değişken gerekmektedir. Model oluşturma sürecinin tanımlanması da bu gizil değişkenlerin gözlenen değişkenlerle birlikte aralarındaki ilişki ve ilişkilerin tanımlanması süreci şeklindedir. YEM'de model kurma süreci, ana modeldeki değişkenlere ait tüm parametrelerin tanımlanması olarak açıklanmaktadır. Bu parametreler sabit ve serbest (tahmine dayalı) parametreler şeklinde ifade edilen YEM'in iki bileşeni olan "Yapısal Modeli" ve "Ölçüm Modeli" belirlemek amacıyla da kullanılmaktadırlar. Ölçüm Modeli, gizil değişkenlerin ve bütün yönsüz (korelasyonel) ilişkilerin hesaplandığı modeldir. Bu modelde bütün

parametreler serbesttir. Ölçüm modeli YEM çözümlemesinin başlangıç noktası olmalıdır (Anderson and Gerbing, 1988). Yapısal Model, gizil değişkenler ile gizil değişken ile ilişkilendirilmemiş gözlenen değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünün tanımlandığı ve bazı parametrelerin sabitlendiği model olarak ifade edilmiştir.

**Model tahmini ve model testi:** YEM’de model tanımlamasından sonraki adım, eldeki veriler üzerinden parametre hesaplarıdır. Bu hesaplama işleminde faktör çözümlemesine benzer şekilde yineleme yöntemleri uygulanmaktadır. YEM’de veri ile model arasındaki fark, hata veya artık (residual) olarak adlandırılmıştır. Modelin test edilmesi sürecindeki birincil görev, model ile örnek veri arasındaki uygunluk derecesinin belirlenmesidir. Buna bağlı olarak araştırmacı örnek veri üzerinde varsayımı yapılmış modelin yapısını düzenler ve daha sonra gözlenen verileri bu sınırlandırılmış yapı modeli ile test eder. Model tahmini, araştırmacının, elde ettiği verileri kullanarak örneklem kovaryans matrisini bulması ile başlar.

Standardize edilmemiş regresyon katsayıları (faktör yük değerleri) hesaplanırken, her bir gizil değişkeni ölçmede kullanılan gösterge değişkenlerden biri tesadüfi olarak “bir” değeri alır. Bu değer dikkate alınarak diğer gösterge değişkenlerinin gösterge yükleri hesaplanır ve daha sonra bu değerler standart hale getirilir (Yeniçeri ve Erten, 2008). Standardize edilmiş katsayılar 1’in üzerinde olmaması gerekir. Standardize edilmiş çözümlene değerleri her bir gözlenen değişkenin kendi gizil değişkenini ne kadar iyi temsil ettiğini gösterir (Şimşek, 2007).

**Çıkarım teknikleri:** Yapısal katsayılar (Structural coefficients) birçok yöntemle bulunabilmektedir. YEM’de kullanılan çok sayıda çıkarım tekniği vardır. Hangi çıkarım tekniği kullanılırsa kullanılsın, YEM kapsamında hesaplama genellikle birbirine benzer. YEM’deki amaç, modele ilişkin tahmini kovaryans matrisi ile gerçek verilere ilişkin kovaryans matrisi arasındaki farkın (artık matrisi) minimize edilmesidir. Bu işlemler sırasında yineleme mantığı bulunmaktadır. Her yinelemede fark küçülür. Ancak birkaç yineleme ardından bu farktaki azalma yok denecek kadar azalır. Program, bu durumda yineleme sürecini durdurur ve sonuç raporlama işlemine geçer.

**Örnek hacmi:** Merkezi limit teoremine göre, örnek büyüklüğü arttıkça örnek dağılımı normal dağılıma yaklaşmakta ve değişkenlik azalmaktadır. YEM kullanılarak yapılan araştırmalarda, popülasyon için parametre tahminlerinin güvenilirliği, geçerliliği ve model değerlendirme kriterlerinin uygun çıkabilmesi, örnek hacminin büyüklüğüne önemli ölçüde bağlıdır. Örnek hacmi üzerine diğer bir yargı ise yapısal eşitlik modeli kullanılarak yapılan çok değişkenli çözümlenelerde örnek hacmi 200–500 arasında olduğu yönündedir.

**Yapısal eşitlik modellerinin matematiksel yapısı:** Bağımsız gizil değişkene ait gözlenen değişkenler için oluşturulan doğrusal eşitlikler aşağıdaki gibidir:

$$\mathbf{x} = \mathbf{A}^x \cdot \boldsymbol{\xi} + \boldsymbol{\sigma}$$

**x:** Gözlenen değişkenler matrisi,

**$\mathbf{A}^x$ :** Bağımsız gizil değişkenlerin etkilediği, ölçülen bağımsız değişkenlere ait katsayılar matrisi,

**$\boldsymbol{\xi}$ :** Bağımsız gizil değişken,

**$\boldsymbol{\sigma}$ :** Bağımsız gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerin hata vektörüdür.

Bağımlı gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenler için oluşturulan doğrusal eşitlikler aşağıdaki gibidir;

$$\mathbf{y} = \mathbf{A}^y \cdot \boldsymbol{\eta} + \boldsymbol{\varepsilon}$$

**y:** Bağımlı gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenler vektörü,

**$\mathbf{A}^y$ :** Bağımlı gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerin katsayılar matrisi,

**$\boldsymbol{\eta}$ :** Bağımlı gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerin katsayılar matrisi,

**$\boldsymbol{\varepsilon}$ :** Bağımlı gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerin hata vektörüdür.

Yapısal model için oluşturulan doğrusal eşitlikler aşağıdaki gibidir;

$$\boldsymbol{\eta} = \boldsymbol{\Gamma} \cdot \boldsymbol{\xi} + \mathbf{B} \cdot \boldsymbol{\eta} + \boldsymbol{\zeta}$$

**$\boldsymbol{\Gamma}$ :** Bağımsız gizil değişkenlerin etkilediği bağımlı gizil değişkenlerin regresyon katsayıları matrisi,

**$\mathbf{B}$ :** Bağımsız gizil değişkenlerin etkilediği bağımlı gizil değişkenler arasındaki regresyon katsayıları matrisi,

ζ: Bağımlı gizil değişkenlere ait, bağımsız gizil değişkenler tarafından etkilenmeyen hata matrisidir.

**Modelin istatistiksel uygunluğu:** YEM çözümlemesinde kullanılan farklı istatistik bilgisayar paket programları farklı sayıda ve türde uyum istatistiği vermektedir. Bunlar Ki-kare ( $R^2$ ) uyum iyiliği (Chi-Square Goodness of Fit) testi, Uyum iyiliği indeksi (Goodness of Fit Index) ve Karşılaştırmalı uyum indeksi (Comperative Fit Indices)'dir. Bu testler için elde edilen değerler 0 ile 1 arasında değişir ve 1'e ne kadar yakın olursa uyum iyi demektir. Yapısal Eşitlik Modellemesinde veri ile model arasındaki uyumu değerlendirmede kullanılan ölçüm kriterlerinden birisi Ki kare uyum indeksleridir. Ki-kare/serbestlik derecesi ( $X^2/DF$ ), p değeri ve RMSEA (Ortalama hata karekök yaklaşımı- Root - mean-square error approximation) değerleri bu başlık altında incelenmiştir. Söz konusu Ki-kare/serbestlik uyum indeksinin sıfıra yakın olması ya da 5'in altında bir değer alması iyi uyum göstergesidir (Schumacker and Lomax, 2004)

YEM çözümlemesinde kullanılan paket programlar farklı sayıda uyum indeksleri vermekte, bazen de aynı indeksi farklı bir isimle vermektedirler. Bazı uyum indisleri yokluk hipotezinin (modelde kovaryansların sıfır olduğunu varsayan bağımsızlık hipotezinin) ki-kare değeri, yokluk hipotezinin serbestlik derecesi (sd), hipotez edilen modelin ki-kare değeri, hipotez edilen modelin serbestlik derecesi, gözlenen değişkenlerin sayısı, modeldeki serbest parametrelerin sayısı ve örneklem genişliği bilgileri kullanılarak hesaplanır.

**Modelin varsayımları:** Model aşağıda ifade edilen yedi varsayım içermektedir.

1. Gözlenen değişkenlerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu,
2. Gizil değişkenlerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu,
3. Gizil değişkenler arasında ve gözlenen ve gizil değişkenler arasında doğrusal ilişkilerin olduğu,
4. Aykırı değerlerin var olduğu,
5. Hata terimlerinin korelasyonsuz olduğu,
6. Çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı,



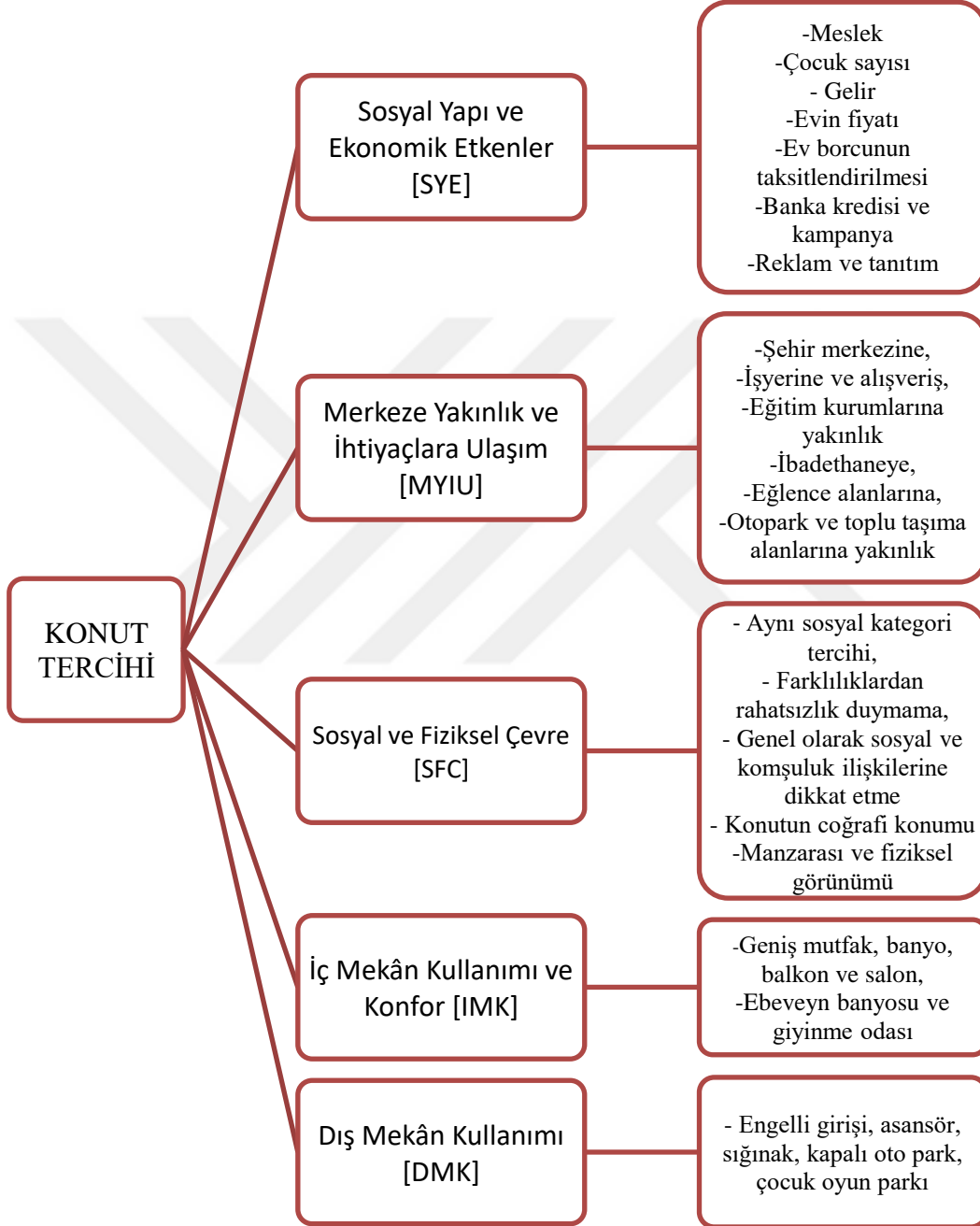
7. Yeterli örneklem büyüklüğünün olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmada Erzincan İli'nde ikamet eden kadın ve erkek bireylerin konut tercihini davranışsal iktisadın temellerinde karşılaştıran orijinal model kullanılmaktadır. Kullanılan modelde de bağımlı dışsal gizil değişken **Konut Tercih**i'dir. Gözlenen değişkenler ise aşağıdaki gibidir.

**Model:** Erzincan ilinde konut tercihini etkileyen içsel gizil bağımlı değişkenleri;

- Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler [SYE]
- Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım [MYIU]
- Sosyal ve Fiziksel Çevre [SFC]
- İç Mekân Kullanımı ve Konfor [IMK]
- Dış Mekân Kullanımı [DMK]

**Çalışmanın Temel Hipotezi:** Davranışsal iktisat bağlamında erkek ve kadın bireyler konut tercihinde rasyoneldir ve aralarında davranışsal farklılık yoktur.



ŞEKİL 2-ERZİNCAN İLİNDE KONUT TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER MODELİ (ORİJİNAL)

## 1- Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler (SYE)

Sosyal ve ekonomik verilerin elde edilmesi amacıyla aylık gelir, fiyat, ev alınırken borcun taksitlendirilme ve faiz, çocuk sayısı, meslek, reklam ve tanıtım gibi kişisel sorular ankete katılanlara sorulmuştur. Meslek konut tercihinde önemli etkenlerden biridir. Yapılan çalışmalar, mavi yakalılarının (işçi) çalışma saatlerinin daha uzun, yorucu ve yıpratıcı olduğu için işyerlerine yakın konutları tercih ettikleri gözlemlenirken, beyaz yakalı çalışanların ise kent merkezlerinin yoğun temposundan uzak, daha sakin yerlerdeki konutları tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Tüketici geliri konut tercihlerini etkileyen en temel faktörlerden biridir. Gelir arttıkça konutun mahiyeti de değişmektedir (Tremblay and Dillman, 1983). Konut fiyatlarını etkileyen başlıca faktörler konut arzı, piyasaların durumu, döviz kuru, faiz vb. gibi değişkenler önemli etkenler arasındadır (Hendershott and Weicher, 2002).

**TABLO 2: SOSYAL YAPI VE EKONOMİK ETKENLER (SYE)**

Kesinlikle katılmıyorum 1/ katılmıyorum 2/ orta düzeyde katılıyorum 3/ katılıyorum 4/ ve kesinlikle katılıyorum 5/	
FIYAT	Alınacak evin fiyatı önemlidir.
KRDKMPNY	Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir.
GELİR	En az gelir '1' en yüksek gelir '5' olarak ölçeklendirildi.
REKLAM	Reklamlar satın alma kararını etkiler.
MESLEK	Kazançlarına göre meslekler en az kazananlar '1' en çok kazananlar '5' olarak ölçeklendirildi.
CSAY	Çocuk sayısı en düşük '1' ile en çok '5' olarak ölçeklendirildi.

## 2- Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım (MYIU)

Şehir merkezine veya hayati ihtiyaçları karşılayan kaynaklara olan yakınlık, konut tercihinde önemli bir etkidir. Yapılan çalışmalar (okul, hastane ve alışveriş merkezi) gibi yerlere yakın olan konutların daha çok tercih edildiğini göstermektedir (Wen et. al., 2004). Konut tercihinde önemli etkenlerden biriside çoğunlukla yaya olarak ulaşabilme imkânına sahip mesafede olan hastane, eczane, spor alanları yeşil sahalara, ticari merkezler, kültürel tesisler ve ibadethaneleri içermektedir (Kellekçi ve Berköz, 2010).

**TABLO 3: MERKEZE YAKINLIK VE İHTİYAÇLARA ULAŞIM (MYIU)**

Kesinlikle katılmıyorum 1/ katılmıyorum 2/ orta düzeyde katılıyorum 3/ katılıyorum 4/ ve kesinlikle katılıyorum 5	
V1	Alışveriş merkezine erişilebilirlik önemlidir.
V2	Merkeze erişilebilirlik önemlidir.
V3	İşe erişilebilirlik önemlidir.
V4	Temel eğitim alanlarına (İlk, Orta ve Lise okullarına) erişilebilirlik önemlidir.
V5	Sağlık ocağına ve hastaneye erişilebilirlik önemlidir.
N1	Eğlence alanlarına erişilebilirlik önemlidir.
N2	Otopark alanlarına erişilebilirlik önemlidir.
N3	Gezinti alanlarına erişilebilirlik önemlidir.
N4	Spor alanlarına erişilebilirlik önemlidir.
N5	Toplu taşıma duraklarına erişilebilirlik önemlidir.
N6	İbadethaneye erişilebilirlik önemlidir.

### 3- Sosyal ve Fiziksel Çevre (SFC)

Yapılan bir çalışmada kadınların eğitim seviyelerinin konut tercihi üzerine etkisi araştırılmış ve sonuç olarak; kadın ve erkek bireylerin eğitim düzeyleri ile sosyal ve fiziksel çevre arasında bir korelasyon olduğu tespit edilmiş, ortam etkilerinin önemli olduğu görülmüş, kadınların iyi komşuluk ilişkileri kurmayı istedikleri tespit edilmiştir. Ev hanımları için konutun kullanışlı ve fiziksel yapısının yanında komşuluk ilişkileri ön plana çıkarken, çalışan kadınlar için konutun çevresi ve bulunduğu muhit en önemli değişkenler olduğu gözlemlenmiştir. Günün büyük bölümünü evinde geçiren ev hanımları, sosyal ilişkileri sıcak tutmak için komşuluk ilişkilerine daha bir önemiyet göstermektedirler (Ayata ve Ayata, 1996).

**TABLO 4: SOSYAL VE FİZİKSEL ÇEVRE (SFC)**

Kesinlikle katılmıyorum 1/ katılmıyorum 2/ orta düzeyde katılıyorum 3/ katılıyorum 4/ ve kesinlikle katılıyorum 5/	
S1	Genel olarak sosyal ve komşuluk ilişkilerine dikkat ederim.
S2	Gelir düzeyi, eğitim, köken bakımından konut alanında yaşayan insanların benzer olmasını tercih ederim.
S3	Farklı etnik köken, inanç veya felsefi düşüncedeki kişilerle komşuluk etmekten rahatsızlık duymam.
F1	Konutun muhiti ve manzarası önemlidir.
F2	Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir.
F3	Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler.

#### 4- İç Mekân Kullanımı ve Konfor (IMK)

Tüketicilerin talep ettikleri konutun; iç planlaması, banyo, mutfak ve odaların geniş, kullanışlı ve sayısı gibi, ortak kullanım alanlarının sayısı, güvenlik, ısıtma sistemi ve diğer donanımlar tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemektedir (Üçışık, 2006).

**TABLO 5: İÇ MEKÂN KULLANIMI VE KONFOR (IMK)**

Kesinlikle katılmıyorum 1/ katılmıyorum 2/ orta düzeyde katılıyorum 3/ katılıyorum 4/ ve kesinlikle katılıyorum 5	
I1	Geniş mutfak önemlidir.
I2	Geniş balkon önemlidir.
I3	Geniş banyo önemlidir.
I4	Geniş salon önemlidir.
I5	Ebeveyn banyosu önemlidir.
I6	Giyinme odası önemlidir.

#### 5- Dış Mekân kullanımı (DMK)

Günümüzde konut edinmek isteyen tüketicilerin iç mekân sosyal çevre ve ulaşılabilirlik faktörlerine ek olarak artık dış mekân kullanımı olan asansör, çevre düzenlemesi, güvenlik, altyapı, engelli olanakları vb. faktörlere de fazlasıyla önem göstermeye başlamışlardır. Artık tüketiciye sunulan konut projeleri (akıllı evler), her şeyin cep telefonu ve bilgisayar ile kontrol edilebildiği evler olup dış mekânında diğer değişkenler kadar önem arz ettiği inşaat firmalarınca fark edilerek yeni projeler bu konsept üzerine kurulmuştur. Bu etkenler doğrultusunda konutun bu yeni özelliklerden dolayı tüketicilerin konut edinme kararlarına pozitif etki ettiği söylenebilir (Üçışık, 2006).

**TABLO 6: DIŞ MEKÂN KULLANIMI (DMK)**

Kesinlikle katılmıyorum 1/ katılmıyorum 2/ orta düzeyde katılıyorum 3/ katılıyorum 4/ ve kesinlikle katılıyorum 5	
O1	Kapalı otopark önemlidir.
O2	Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir.
O3	Engelli girişi ve asansör önemlidir.

#### 4.2.2. Örnek Hacminin Belirlenmesi

Araştırma bölgesi Erzincan İli merkez yerleşke alanı olarak belirlenmiştir. Erzincan merkez yerleşkedeki Atatürk, Cumhuriyet, Barbaros, Yunus Emre, Akşemseddin, Fatih, Yavuz Selim, Ergenekon, Bahçelievler, İnönü, Kızılay, Halitpaşa, Yeni Mahalle, Kazım Karabekir, Başbağlar, Kavakyolu, Çukurkuyu, Demirkent, Mengüceli, Taksim, Mimar Sinan, Ulalar, Yalnızbağ ve Geçit mahalleleri araştırmanın evreninin oluşturmaktadır. 2017 Adrese Dayalı Nüfus Sayımı'na göre Erzincan ilinin toplam nüfusu 231.511'dir. Cinsiyete göre dağılımı 118.591 erkek ve 112.920 si ise kadınlardan oluşmaktadır (Anonim, 2018 a). Örneklem evrenini Erzincan merkezde yaşayan bireyler oluşturmuştur. Bu bireyler 81.816'sı erkek ve 77.773'ü kadın olmak üzere toplam 159.589 kişiden oluşmaktadır.

Araştırmada anket yapılacak örneklem sayısının belirlenmesinde %5 hata payı ve %95 güvenirlik sınırları içerisinde çalışılmıştır. Çalışmada karşılaştırma yapılabilmesi için erkek ve kadınlar için örnek büyüklüğü ayrı ayrı hesaplanmıştır. Tüketici gelirinin konut tercihinde önemli bir faktör olması nedeniyle tabakalı örneklem yöntemi tercih edilmiştir.

Çalışma evrenini bir veya birkaç özelliği dikkate alınarak homojen alt gruplara bölünmesine Tabakalama, uygulama yapılacak örneğin bu alt gruplara göre seçilmesine ise Tabakalı Örneklem denilmektedir (Karagölge ve Peker, 2002)

Tabakalı Örneklem Yöntemine göre yapılan hesaplamalar sonucunda anket sayısı aşağıdaki formülle belirlenmiştir (Çiçek ve Erkan, 1996).

#### DENKLEM 3:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1) \cdot d^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

#### DENKLEM 4:

$$n = \frac{(159.589) \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (1.96)^2}{(159.589) \cdot 0.05^2 + (0.5) \cdot (0.5) \cdot (1.96)^2} = 383 \text{ olarak hesaplanmış, \%5 hata payı dikkate}$$

alınarak örnek büyüklüğü 396 olarak belirlenmiştir.

Formülünde  $n$ = Örnek hacmi,  $N$ = Örnekleme çerçevesine ait toplam birey sayısı,  $P$  = Konut almayı isteyenler,  $Q$  = Konut almayı istemeyenler.  $(1-P)$ ,  $Z = \% (1-\alpha)$  Z test değeri,  $\alpha$  = önem düzeyi,  $d$  = hata (tolerans) payıdır (Yamane, 1967). Z Güven katsayısı (%95'lik güven katsayısı, 1,96 alınmıştır), Mümkün olduğunca büyük örnekle çalışmak için konut almayı isteyenler ve almayı istemeyenlerin oranı 0,5 olarak alınmış ve %5 önem seviyesinde %5 hata payı ile ana kütleyi temsil edebilecek örnek büyüklüğü 383 olarak hesaplanmıştır. Fakat hata payı dikkate alınarak anket sayısı erkeklerde 195, kadınlarda 201 ve toplamda 396 ya çıkarılmıştır.

(Bigot, 2012) Orta gelir sınıfını, hane halkı medyan kullanılabilir gelirinin %70'i ve %150'si arasında kalan fertler olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla, gelir açısından sınıfsal tabakalama çalışmalarında alt, orta ve üst sınıfı tanımlamak için bireylerin meslek ve eğitim durumlarını temel alan bir yaklaşım kullanmak yerine, görece bir gelir ölçütü kullanılmakta ve böylece gelir dağılımının altında kalan bireyler alt sınıf, ortasında kalan bireyler orta sınıf ve üstünde kalan bireyler üst sınıf olarak belirlenmektedir. (Balıkçioğlu ve Dalgıç, 2015) çalışmalarında, TÜİK tarafından yapılan Gelir ve Yaşam Koşulları Anketleri 'ne (GYKA) dayanarak Türkiye'de orta sınıfın toplam nüfusun %40'ını alt sınıfın %31 ve üst sınıfın %29 olduğuna dair bulgu elde etmişlerdir. Bu bulgudan yola çıkılarak çalışmada gelir ölçütü kriter alınarak alt, orta ve üst olmak üzere örneklem oransal olarak üç gelir grubuna ayrılmıştır. Oransal Tabakalı Örnekleme ile her tabakanın örnek büyüklüğü ( $nh$ ), o tabakanın popülasyondaki payı ( $Nh / N$ ) ile orantılı olmak üzere

**DENKLEM 5:**

$$nh = \frac{Nh}{N} n$$

Formülü kullanılmıştır (Ral, 1968). Alt orta ve üst gelir grubunun örneklem içindeki payı aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$\text{alt gelir grubu} = \frac{31}{100} 396 = 123$$

$$\text{orta gelir grubu} = \frac{40}{100} 396 = 158$$

$$\text{üst gelir grubu} = \frac{29}{100} 396 = 115$$

#### 4.2.3. Ölçeklerin (Anket Sorularının) Hazırlanması ve Verilerin Analizi

Model’de uygulanan anket soruları (Annez and Wheaton, 1984) ile (Çekiç, 2016) çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden adapte edilip ve geliştirilerek hazırlanmıştır.

Çalışmanın analizinde Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesinde en yaygın kullanılan bilgisayar programları, AMOS ve LISREL’dir. Bu çalışmada en yaygın kullanılan yazılım programı olan LISREL 8.72 Bilgisayar Programı kullanılmıştır.

Anket verileri analiz edilirken öncelikle gözlenen değişkenler belirlenmiş ve Path Diyagram analizi yapılmıştır. Daha sonra gizil değişkenlerin veya varsayımsal yapıların gözlenen değişkenler tarafından nasıl tanımlandığını ve gözlenen değişkenlerin ölçüm özelliklerini (güvenilirlik ve geçerlilik) gösteren ölçüm modeli tanımlanmıştır (Jöreskog and Moustaki, 2001). Bu model gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki bağlantıların bir kümesini oluşturmaktadır.

Ölçüm modelinin tanımlanmasından sonra yapısal model oluşturulmuştur. Yapısal model gizil değişkenler arasında nedensel ilişkileri belirlemekte, nedensel etkileri tanımlamakta ve açıklanan ve açıklanmayan varyansı göstermektedir. Diğer bir ifade ile gizil değişkenler arasındaki bağlantılar yapısal model olarak tanımlanmaktadır ve bu modelde gizil değişkenler ve bir gizil değişkenin göstergesi olmayan değişkenler arasındaki ilişkilerin yönü tanımlanır ve bazı parametreler sabitlenir (Bayram, 2010). Daha sonra yapısal modelin uygunluk ölçütleri hesaplanmıştır. Son olarak model tahmini yapılmış ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda yorumlanmıştır.



### 4.3. Araştırma Bulguları

#### 4.3.1. Demografik ve Sosyoekonomik Bulgular

Alan çalışmasının yürütüldüğü Erzincan Doğu Anadolu Bölgesinin yer almaktadır. Erzincan'ın Çayırılı, İliç, Kemah, Kemaliye, Otlukbeli, Refahiye, Tercan ve Üzümlü olmak üzere sekiz ilçesi mevcuttur. Erzincan birinci derecede deprem kuşağı üzerinde yer almaktadır. Şehir merkezinin şimdiki yerleşkesi 1939 depreminden sonra kurulmuştur.

Erzincan, karasal iklim özelliğine sahiptir. Ancak, yüzey şekilleri, ovaları ve dağlarla çevrili olması yer yer değişik karakterli iklimlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Doğu Anadolu bölgesinde yer alan Elâzığ ve Malatya dışındaki diğer tüm illerden daha ılıman bir iklimi vardır. Yıllık sıcaklık ortalamaları  $16,6^{\circ}$  dir. En soğuk ay olan Ocak ayı ortalamasının  $-3,7^{\circ}$ , en sıcak ay olan Ağustos ayı ortalamasının da  $23,9^{\circ}$  olduğu görülmektedir (Anonim, 2018 b).

#### Katılımcıların yaşı:

TABLO 7: KATILIMCILARIN YAŞ GRUPLARINA GÖRE YÜZDE DAĞILIMI

Yaş Aralığı	25-29	30-35	36-45	46-60	61 ve üzeri	Toplam	
Kadın	Frekans	37	37	52	67	8	201
	Oran %	18,4	18,4	25,9	33,3	4,0	100,0
Erkek	Frekans	27	31	40	89	8	195
	Oran %	13,8	15,9	20,5	45,6	4,1	100,0
Toplam	Frekans	64	68	92	156	16	396
	Oran %	16,2	17,2	23,2	39,4	4,0	100,0

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar.

Erzincan kent merkezi içerisinde örneklem içinde yer alan katılımcıların %39,4'ü 46 - 60 yaş grubunda yer almaktadır ve diğer yaş gruplarına göre daha yüksek bir Oran % a sahiptir. 61 yaş üzeri katılımcıların Oran %4,0 ile en düşük düzeydedir.

## Katılımcıların eğitim durumu:

TABLO 8: ANKETE KATILIMCILARININ EĞİTİM DÜZEYİ

Eğitim Durumu	İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Toplam	
Kadın	Frekans	37	21	25	39	72	7	201
	Oran %	18,4	10,4	12,4	19,4	35,8	3,6	100,0
Erkek	Frekans	27	39	59	17	41	12	195
	Oran %	13,8	20,0	30,3	8,7	21,0	6,2	100,0
Toplam	Frekans	64	60	84	56	113	19	396
	Oran %	16,2	15,2	21,2	14,1	28,5	4,8	100,0

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar.

Erzincan kent merkezi içerisinde örneklem içinde yer alan katılımcıların %28,5 oranıyla lisans mezunları en yüksek grupta yer alırken, sırasıyla lise %21,2, ilkokul %16,2, ortaokul %15,2, ön lisans %14,1 ve en düşük katılımcı eğitim durumu olarak yüksek lisans %4,8 düzeydedir.

## Katılımcıların gelir durumu:

TABLO 9: ANKETE KATILIMCILARININ GELİR DURUMU

Gelir Durumu	Alt gelir	Orta gelir	Üst gelir	Toplam	
Kadın	Frekans	63	80	58	201
	Oran %	31,5	40,0	28,5	100
Erkek	Frekans	61	78	56	195
	Oran %	31,3	40,0	28,7	100
Toplam	Frekans	124	158	114	396
	Oran %	31,4	40,0	28,6	100

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar.

Erzincan kent merkezi içerisinde örneklem içinde yer alan katılımcıların gelir durumuna bakıldığında ortalama gelirin 3.878 TL olduğu tespit edilmiştir. Standart sapması ise 2142'dir. Erkek bireylerin ortalama geliri 4.477 TL olup standart sapması 2740'dır. Kadın bireylerin ortalama geliri 3.297 TL olup standart sapması 1294'tür. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla daha yüksek gelire sahiptirler. Bu çalışma örneklem büyüklüğü seçilirken erkek ve kadın bireyler farklı gelir

gruplarına ayrılarak tabakalara ayrılmıştır. Erkeklerde alt gelir grubu 2.500 TL'ye kadar gelir elde edenler olarak kabul edilirken, bu durum kadınlarda 2.000 TL olarak alınmıştır. Orta gelir grubunda erkekler 2.500 – 5.000 TL arası alınırken, kadınlarda ise bu gelir grubu 2.000 – 4.500 TL arası kabul edilmiştir. Bu gelir gruplarından daha üst bir gelire sahip olanlar ise üst gelir tabakasında yer almışlardır. Yapılan çalışmalar Türkiye'de kadın çalışanların erkek çalışanlardan göreceli olarak daha az gelir elde ettiklerini göstermektedir (Parlaktuna, 2010).

### Katılımcıların medeni durumu:

**TABLO 10: ANKETE KATILIMCILARININ MEDENİ DURUMLARI**

Medeni Durum		Evli	Bekâr	Toplam
Kadın	Frekans	158	43	201
	Oran %	78,6	21,4	100
Erkek	Frekans	174	21	195
	Oran %	89,2	10,8	100
Toplam	Frekans	332	64	396
	Oran %	83,8	16,2	100

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar.

Erzincan kent merkezi içerisinde örneklem içinde yer alan katılımcıların medeni durum dağılımları %83,8 oranla evli ve %16,2 oranla bekâr şeklinde gerçekleşmiştir.

### Katılımcıların konut tercihi:

**TABLO 11: ANKETE KATILIMCILARININ KONUT TERCİHİ**

Konut Tercihi		Apartman Dairesi	Site Daire	Villa	Site Villa	Müstakil	Toplam
Kadın	Frekans	31	35	40	17	78	201
	Oran %	15,4	17,4	19,9	8,5	38,8	100
Erkek	Frekans	31	35	34	12	83	195
	Oran %	15,9	17,9	17,4	6,2	42,6	100
Toplam	Frekans	62	70	74	29	161	396
	Oran %	15,7	17,7	18,7	7,4	40,5	100

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar.

Erzincan kent merkezi içerisinde örneklem içinde yer alan katılımcıların konut tercihleri incelendiğinde en çok tercih edilen konut tipi %40,5 oranla müstakil ve en düşük tercih edilen konut tipi ise %7,4 oranla site villa şeklindedir.

#### Katılımcıların meslek grupları:

TABLO 12: ANKETE KATILIMCILARININ MESLEK GRUPLARI

Meslek	Esnaf	Emekli	Memur	Özel Sektör	Çiftçi	Toplam	
<b>Kadın</b>	<b>Frekans</b>	31	6	100	43	21	201
	<b>Oran %</b>	15,4	3,0	49,8	21,4	10,4	100
<b>Erkek</b>	<b>Frekans</b>	34	32	39	49	41	195
	<b>Oran %</b>	23,7	18,3	27,4	21,5	9,1	100
<b>Toplam</b>	<b>Frekans</b>	65	38	139	92	62	396
	<b>Oran %</b>	16,4	9,6	35,1	23,2	15,7	100

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar.

Erzincan kent merkezi içerisinde örneklem içinde yer alan katılımcıların meslek gruplarına bakıldığında en yüksek katılım oranına sahip meslek %35,1 oranla memur sırasıyla %23,2 oranla özel sektör, %16,4 oranla esnaf, %15,7 oranla çiftçi ve en düşük katılım oranı olan %9,6 ile emekli.

#### 4.4. Analiz Sonuçları

##### 4.4.1. Ölçüm Modeli

Ölçüm modeli oluşturulmadan önce anketle elde edilen verilerin ortalaması, standart sapması ve güvenilirlik testleri yapılmıştır. Güvenirlilik için en çok kullanılan yöntem olarak Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha Katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan kriterler;  $0.00 \leq \alpha < 0.40$  ölçek güvenilir değil,  $0.40 \leq \alpha < 0.60$  ölçek düşük güvenilir,  $0.60 \leq \alpha < 0.80$  oldukça güvenilir,  $0.80 \leq \alpha < 1.00$  yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Keleş, 2014). Tablo 15'de modellere ilişkin ortalamalar, standart sapmalar ve Cronbach's Alpha sonuçları verilmiştir.

**TABLO 13: ÖLÇEKLERE İLİŞKİN ORTALAMA, STANDART SAPMA VE GÜVENİRLİLİK BULGULARI**

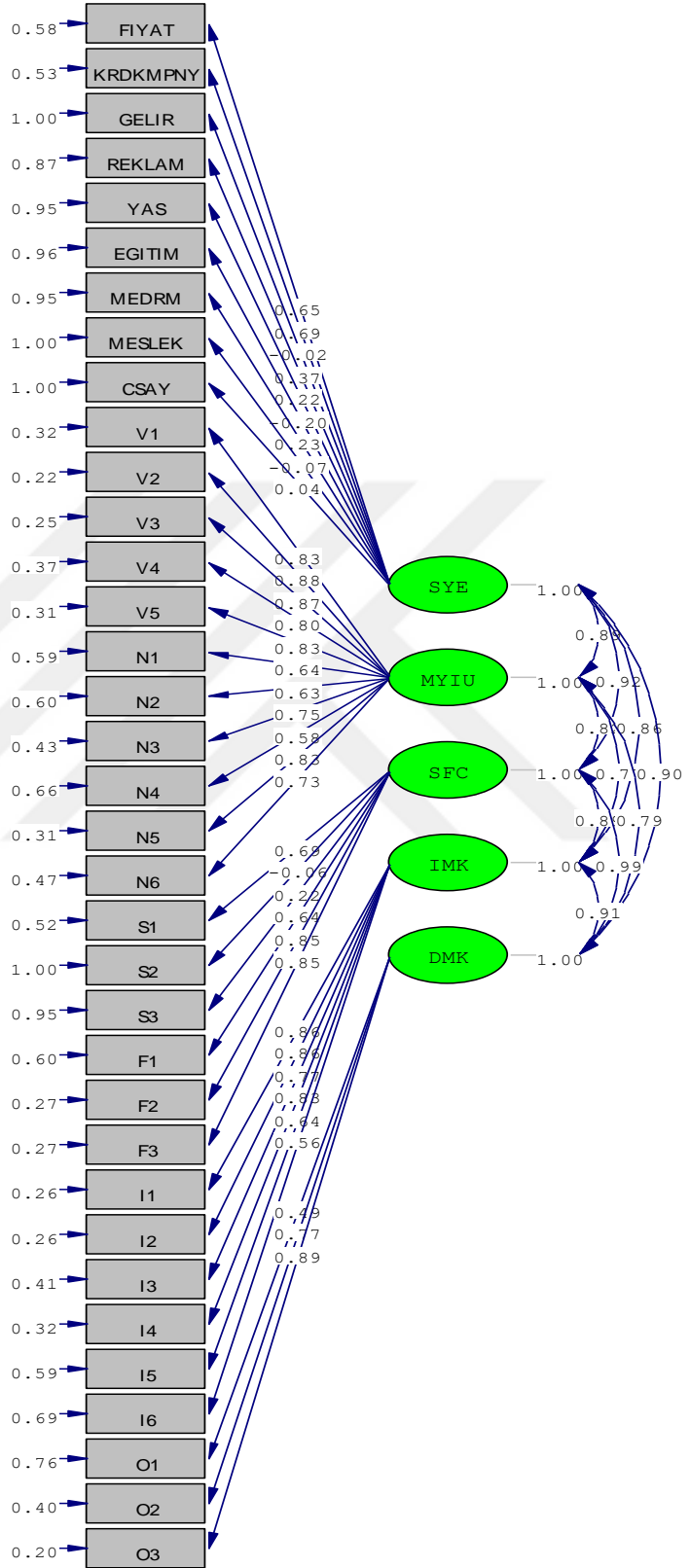
Gözlenen değişken	Cronbach's Alpha Değeri			Ortalama			Standart sapma		
	Kadın	Erkek	Genel	Kadın	Erkek	Genel	Kadın	Erkek	Genel
FIYAT	0,926	0,888	0,909	4,23	3,96	4,10	0,953	1,102	1,036
KRDKMPNY	0,925	0,888	0,909	4,19	4,26	4,22	1,121	1,023	1,073
GELİR	0,931	0,896	0,916	2,49	2,70	2,59	0,944	1,258	1,113
REKLAM	0,928	0,897	0,914	3,32	2,92	3,13	1,208	1,157	1,199
YAS	0,930	0,898	0,916	2,86	3,10	2,98	1,183	1,153	1,173
EGİTİM	0,937	0,903	0,922	3,54	3,22	3,38	1,581	1,484	1,541
MEDRM	0,929	0,894	0,914	0,79	0,89	0,84	0,420	0,311	0,373
MESLEK	0,933	0,905	0,921	3,08	3,16	3,12	1,130	1,392	1,265
CSAY	0,932	0,898	0,917	2,27	2,61	2,43	1,195	1,163	1,190
V1	0,924	0,890	0,908	3,95	3,75	3,85	1,135	1,140	1,140
V2	0,924	0,887	0,907	4,22	4,21	4,21	1,045	1,041	1,042
V3	0,924	0,886	0,907	4,23	4,28	4,26	1,039	1,077	1,057
V4	0,924	0,888	0,908	4,23	4,23	4,23	1,020	1,000	1,009
V5	0,924	0,886	0,907	4,25	4,27	4,26	1,043	1,032	1,036
N1	0,925	0,891	0,910	3,67	3,63	3,65	1,180	1,170	1,174
N2	0,924	0,891	0,909	3,71	3,65	3,68	1,144	1,057	1,101
N3	0,924	0,888	0,908	3,88	3,78	3,83	1,077	1,024	1,051
N4	0,926	0,889	0,909	3,64	3,71	3,67	1,096	1,066	1,080
N5	0,924	0,887	0,908	4,26	4,10	4,18	1,022	1,084	1,055
N6	0,924	0,888	0,908	3,99	4,11	4,05	1,125	1,054	1,091
S1	0,924	0,886	0,908	4,24	4,14	4,19	1,022	1,115	1,069
S2	0,934	0,896	0,917	2,33	2,41	2,37	1,301	1,258	1,279
S3	0,930	0,894	0,914	3,24	3,12	3,18	1,290	1,337	1,314
F1	0,925	0,889	0,909	4,12	4,00	4,06	1,091	0,995	1,045
F2	0,924	0,887	0,908	4,30	4,14	4,22	0,889	1,068	0,983
F3	0,924	0,887	0,908	4,29	4,18	4,23	0,931	1,076	1,005
I1	0,924	0,887	0,908	4,38	4,19	4,29	0,958	0,942	0,954
I2	0,924	0,887	0,908	4,32	4,21	4,27	0,990	0,984	0,987
I3	0,925	0,888	0,909	4,15	4,03	4,09	1,010	,992	1,002
I4	0,925	0,887	0,908	4,35	4,08	4,22	0,927	,984	0,964
I5	0,926	0,890	0,910	4,10	3,76	3,93	0,987	1,183	1,100
I6	0,926	0,890	0,910	3,84	3,37	3,61	1,148	1,263	1,227
O1	0,926	0,893	0,911	3,75	3,57	3,66	1,082	1,214	1,151
O2	0,924	0,885	0,907	4,31	4,18	4,25	0,968	1,092	1,031
O3	0,924	0,886	0,907	4,40	4,28	4,34	0,872	0,967	0,921

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar

Modellerdeki bütün gözlenen değişkenlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu gözlemlenmiştir.

#### **4.4.1.1. Model I: Kadın Bireylere Ait Konut Tercihini Ölçüm Modeli**

Erzincan ilinde ikamet eden kadınların konut tercihi ölçüm modelinde standardize edilmiş faktör yük değerleri ve *t* değerleri verilmektedir. Şekil 3’de kadın katılımcıların standardize edilmiş faktör yük değerleri gösterilmektedir. Model I’de gizil değişkenler sırasıyla; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler, Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım, Sosyal ve Fiziksel Çevre, İç Mekân Kullanımı ve konfor, Dış Mekân Kullanımından oluşmaktadır.



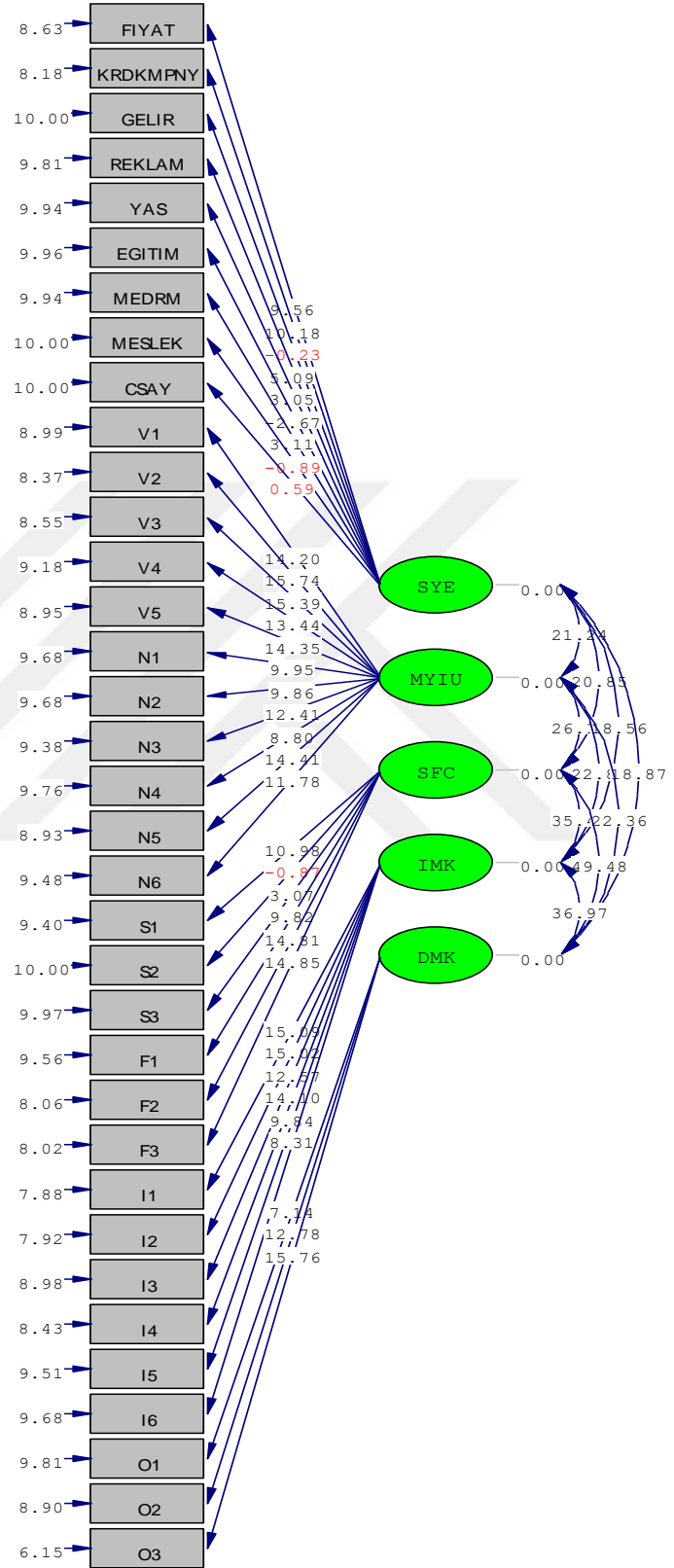
Chi-Square=1337.48, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.085

ŞEKİL 3: KADIN BİREYLERE AIT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ

Model I kadın bireyler için  $X^2/DF$  değeri 2,43 olarak hesaplanmıştır (1337.48/550). Bu değer kabul edilebilir sevide olup beş ve beşten küçük değerler içerisinde. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0,085'tir ve 0.10 ve daha düşük değerler içerisinde (0.10). Model I  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Model I kadın bireyler için; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler de en önemli faktör; ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY) olurken, ikinci sırada (FIYAT) yer almaktadır. Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım da en önemli faktör Merkeze erişilebilirlik önemlidir faktörü (V2) olurken; ikinci sırayı İşe erişilebilirlik önemlidir (V3)'dir. Sosyal ve Fiziksel Çevre de ilk sırada Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) ve Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) yer alırken, ikinci sırada ise Genel olarak sosyal ve komşuluk ilişkilerine dikkat ederim (S1) vardır. İç Mekân Kullanımı ve Konfora baktığımızda ise ilk sırada Geniş mutfak önemlidir (I1) ve Geniş balkon önemlidir (I2) aynı önem seviyesinde yer alırken ikinci sırada ise Geniş salon önemlidir (I4) bulunmaktadır. Son olarak Dış Mekân Kullanımında en önemli faktörler sırasıyla; Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) en önemli iken, ikinci sırada en önemli faktör, Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) yer almaktadır.





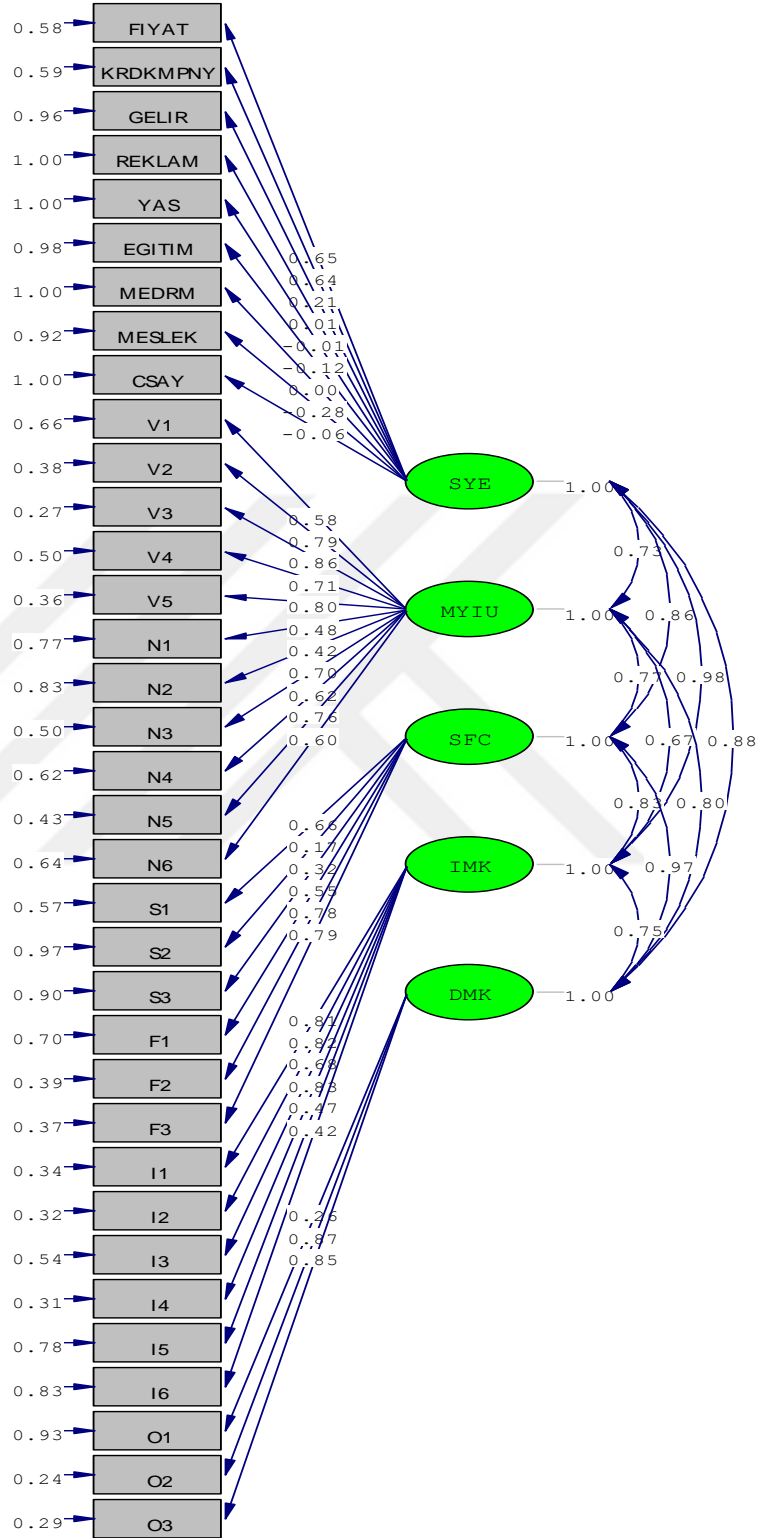
Chi-Square=1337.48, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.085

ŞEKİL 4: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ T DEĞERİ (%5 ÖNEM SEVİYESİNDE)

Şekil 4’de Model I’e ait olan  $t$  değerleri verilmiştir. Gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri yorumlandığında; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler içsel gizil değişkeninde; Gelir boyutu, Meslek boyutu, Çocuk sayısı boyutunun yanı sıra, Sosyal ve Fiziksel Çevre içsel gizil değişkeninde ise Gelir düzeyi, eğitim, köken bakımından konut alanında yaşayan insanların benzer olmasını tercih ederim (S2) dışında diğer bütün gözlenen bağımsız değişkenler, önem seviyesi bakımından incelendiğinde %5 istatistikî olarak önemli bulunmuştur.

#### **4.4.1.2 Model II: Erkek Bireylere Ait Konut Tercih Ölçüm Modeli**

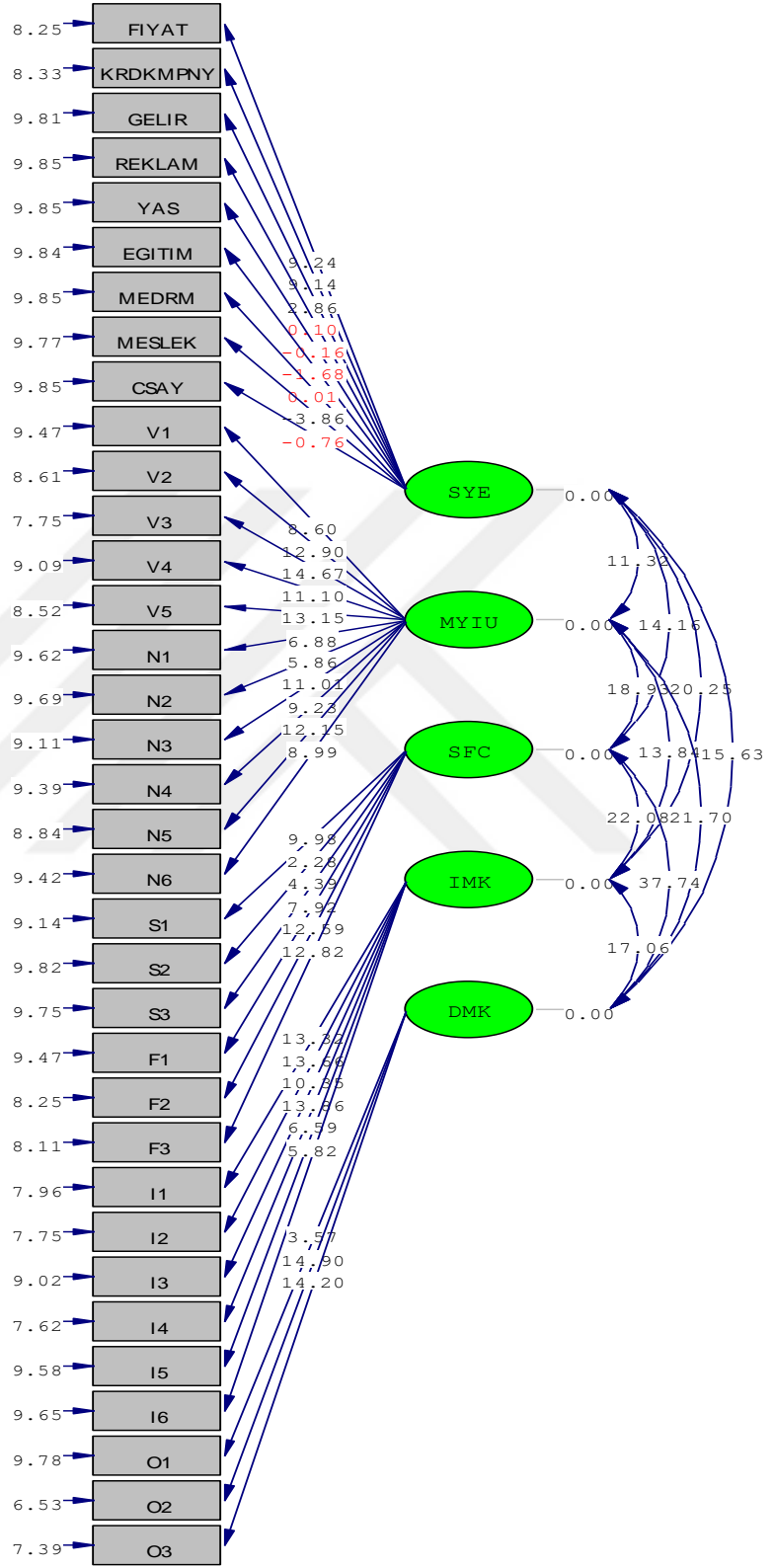
Erzincan ilinde ikamet eden erkek bireylere ait konut tercihi ölçüm modelinde standardize edilmiş faktör yük değerleri ve  $t$  değerleri verilmektedir. Şekil 5’te erkek katılımcıların standardize edilmiş faktör yük değerleri gösterilmektedir. Model II’de gizil değişkenler sırasıyla; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler, Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım, Sosyal ve Fiziksel Çevre, İç Mekân Kullanımı ve konfor, Dış Mekân Kullanımından oluşmaktadır.



ŞEKİL 5: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ STANDARDİZE EDİLMİŞ FAKTÖR YÜK DEĞERLERİ

Model II erkek bireyler için  $X^2/DF$  değeri 2,49 olarak hesaplanmıştır (1365.38/550). Bu değer kabul edilebilir sevide olup beş ve beşten küçük değerler içerisindedir. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0,087'dir ve 0.10 ve daha düşük değerler içerisindedir (0.10). Model II  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Model II erkek bireyler için; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenlerde en önemli faktör; birinci sırada (FIYAT), ikinci sırada ise ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY) yer almaktadır. Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşımında en önemli faktör; İşe erişilebilirlik önemlidir (V3) olurken, ikinci sırayı Sağlık ocağına ve hastaneye erişilebilirlik önemlidir (V5) ye almaktadır. Sosyal ve Fiziksel Çevrede, ilk sırada Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) var iken, ikinci sırada ise Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) vardır. İç Mekân Kullanımı ve Konfora baktığımızda ise ilk sırada Geniş salon önemlidir (I4) gözlenen değişkeni bulunurken, ikinci önemli değişken ise Geniş balkon önemlidir (I2) yer almaktadır. Son olarak Dış Mekân Kullanımında en önemli faktörler sırasıyla; Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) ilk sırada yer alınırken, Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) ikinci sırada en önemli faktördür.



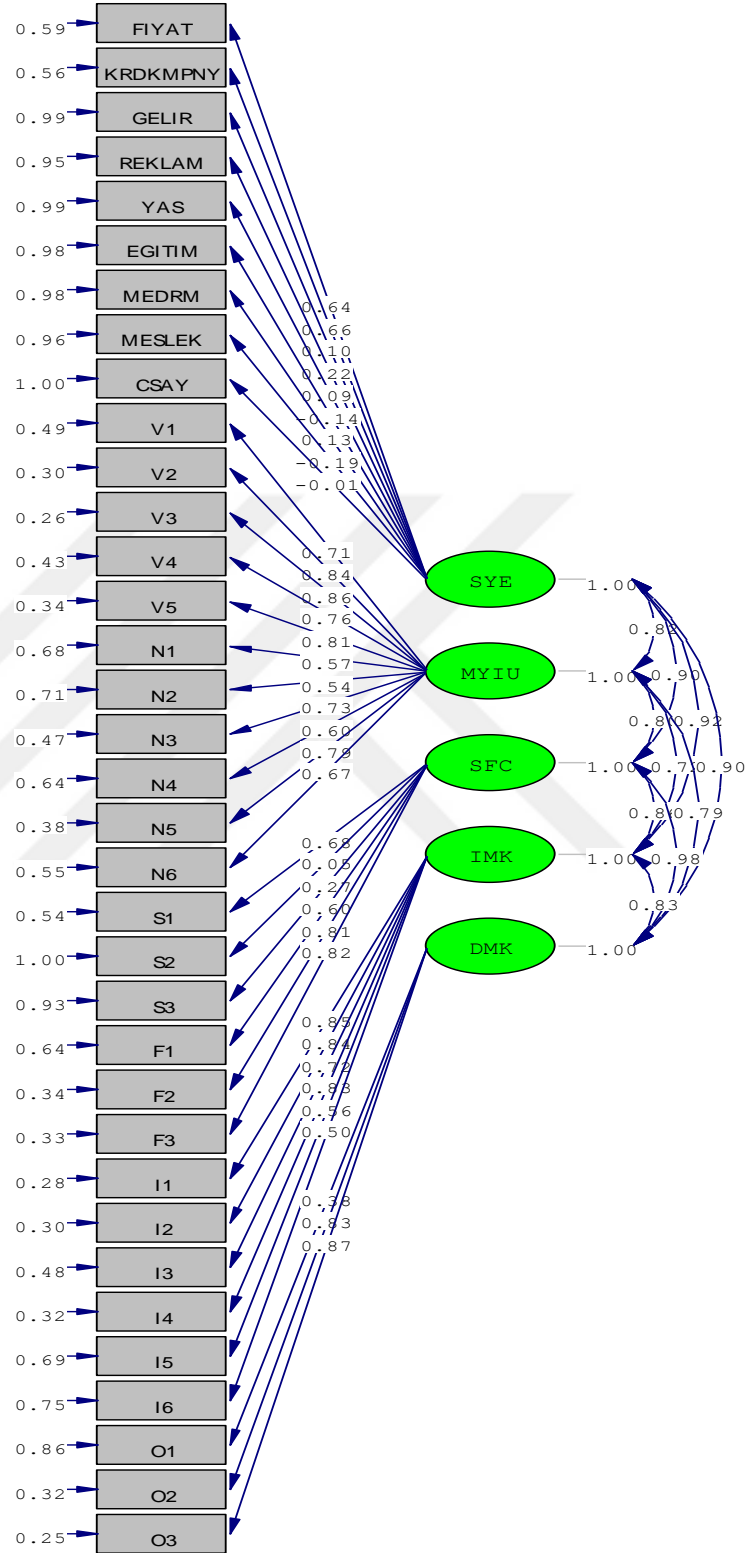
Chi-Square=1365.38, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.087

ŞEKİL 6: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ T DEĞERİ (%5 ÖNEM SEVİYESİNDE)

Şekil 6'da Model II' ye ait olan  $t$  değerleri verilmiştir. Gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri yorumlandığında; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenlerde, Reklam boyutu, Yaş boyutu, Eğitim boyutu, Medrm boyutu, Çocuk sayısı boyutunun yanı sıra, dışında diğer bütün gözlenen bağımsız değişkenler, önem seviyesi bakımından incelendiğinde %5 istatistikî olarak önemli bulunmuştur.

#### **4.4.1.3 Model III: Genel Tüketiciye Ait Konut Tercihî Ölçüm Modeli**

Erzincan ilinde ikamet eden genel tüketiciye ait konut tercihi ölçüm modelinde standardize edilmiş faktör yük değerleri ve  $t$  değerleri verilmektedir. Şekil 7'de genel katılımcıların standardize edilmiş faktör yük değerleri gösterilmektedir. Model III'de gizil değişkenler sırasıyla; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler, Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım, Sosyal ve Fiziksel Çevre, İç Mekân Kullanımı ve konfor, Dış Mekân Kullanımından oluşmaktadır.



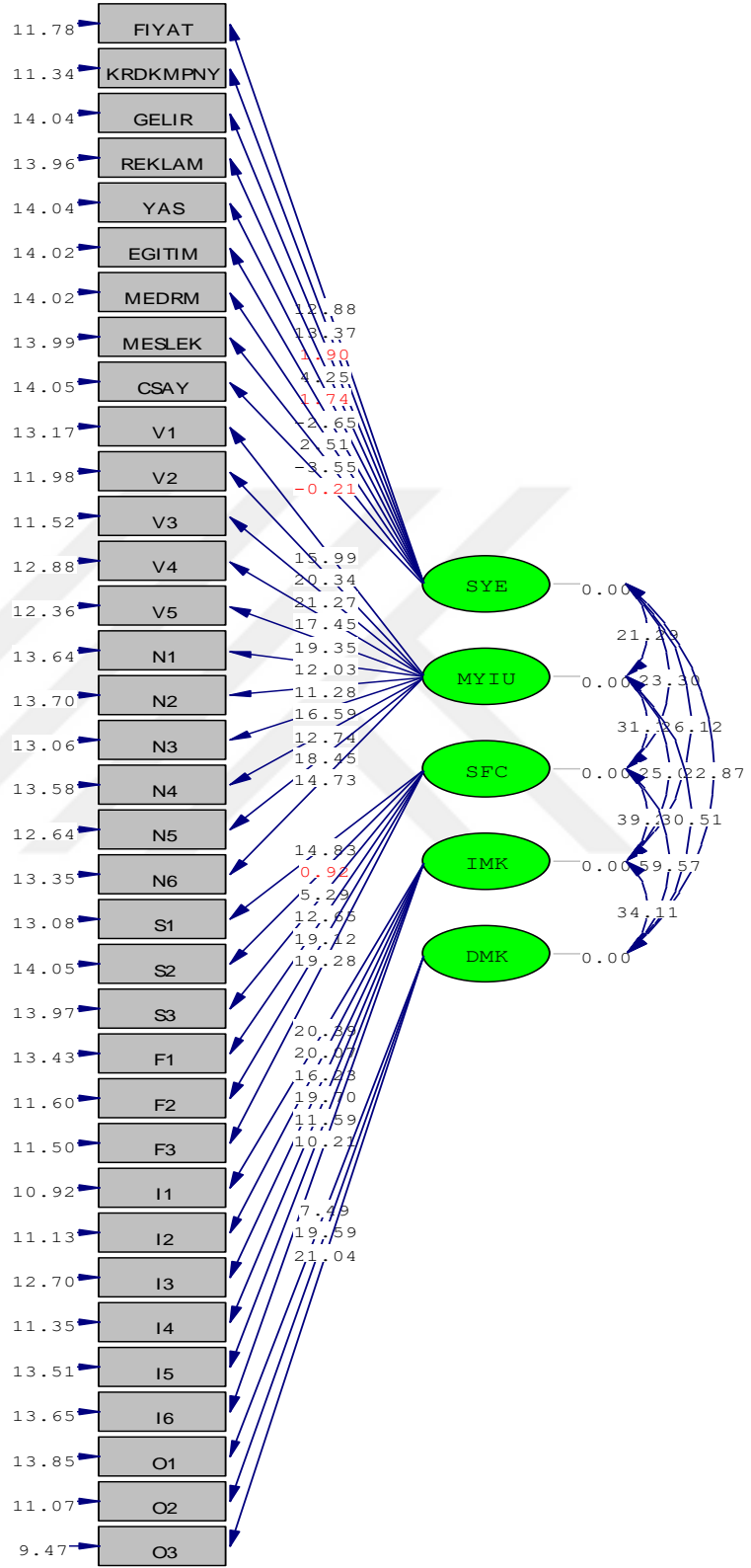
Chi-Square=2014.11, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.082

ŞEKİL 7: GENEL TÜKETİCİYE AIT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ STANDARDİZE EDİLMİŞ FAKTÖR YÜK DEĞERLERİ

Model III genel tüketiciye ait konut tercihi için  $X^2/DF$  değeri 3,67 olarak hesaplanmıştır (2014.11/550). Bu değer kabul edilebilir sevide olup beş ve beşten küçük değerler içerisindedir. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0,082'dir ve 0.10 ve daha düşük değerler içerisindedir (0.10). Model III  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Model III genel tüketiciye ait konut tercihi için; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenlerde en önemli faktör; ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY) olurken, ikinci sırada (FIYAT) yer almaktadır. Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşımında en önemli faktör; İşe erişilebilirlik önemlidir (V3) olurken; ikinci sırayı Merkeze erişilebilirlik önemlidir faktörü (V2)'dür. Sosyal ve Fiziksel Çevrede, ilk sırada Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) var iken, ikinci sırada ise Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) vardır. İç Mekân Kullanımı ve Konfora baktığımızda ise ilk sırada Geniş mutfak önemlidir (I1) ikinci önemli değişken ise Geniş balkon önemlidir (I2). Son olarak Dış Mekân Kullanımında en önemli faktörler sırasıyla; Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) en önemli iken, ikinci sırada en önemli faktör ise; Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2).





Chi-Square=2014.11, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.082

ŞEKİL 8: GENEL TÜKETİÇİYE AİT KONUT TERCİHİ ÖLÇÜM MODELİ T DEĞERİ (%5 ÖNEM SEVİYESİNDE)

Şekil 8’de Model III’e ait olan  $t$  değerleri verilmiştir. Gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri yorumlandığında; Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenlerde, Gelir boyutu, Yaş boyutu, Çocuk sayısı boyutunun yanı sıra, Sosyal ve Fiziksel Çevrede ise Gelir düzeyi, eğitim, köken bakımından konut alanında yaşayan insanların benzer olmasını tercih ederim (S2) dışında diğer bütün gözlenen bağımsız değişkenler, önem seviyesi bakımından incelendiğinde %5 istatistikî olarak önemli bulunmuştur.

**TABLO 14: MODEL VE ÖLÇEKLERE İLİŞKİN STANDARDİZE EDİLMİŞ FAKTÖR DEĞERLERİ VE T DEĞERLERİ**

Gözlenen değişken	Standardize Edilmiş Faktör Değerleri			$t$ Değeri		
	Kadın	Erkek	Genel	Kadın	Erkek	Genel
<i>Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler (SYE)</i>						
FIYAT	0,65	0,65	0,64	9,56	9,24	12,88
KRDKMPNY	0,69	0,64	0,66	10,18	9,14	13,37
GELİR	-0,02	0,21	0,10	-0,23	2,86	1,90
REKLAM	0,37	0,01	0,22	5,09	0,10	4,25
YAS	0,22	-0,01	0,09	3,05	-0,16	1,74
EGITIM	-0,20	-0,12	-0,14	-2,67	-1,68	-2,65
MEDRM	0,23	0,00	0,13	3,11	0,01	2,51
MESLEK	-0,07	-0,28	-0,19	-0,89	-3,86	-3,55
CSAY	0,04	-0,06	-0,01	0,59	-0,76	-0,21
<i>Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım (MYIU)</i>						
V1	0,83	0,58	0,71	14,20	8,60	15,99
V2	0,88	0,79	0,84	15,74	12,90	20,34
V3	0,87	0,86	0,86	15,39	14,67	21,27
V4	0,80	0,71	0,76	13,44	11,10	17,45
V5	0,83	0,80	0,81	14,35	13,15	19,35
N1	0,64	0,48	0,57	9,95	6,88	12,03
N2	0,63	0,42	0,54	9,86	5,86	11,28
N3	0,75	0,70	0,73	12,41	11,01	16,59
N4	0,58	0,62	0,60	8,80	9,23	12,74
N5	0,83	0,76	0,79	14,41	12,15	18,45
N6	0,73	0,60	0,67	11,78	8,99	14,73
<i>Sosyal ve Fiziksel Çevre (SFC)</i>						
S1	0,69	0,66	0,68	10,98	9,98	14,83
S2	-0,06	0,17	0,05	-0,87	2,28	0,92
S3	0,22	0,32	0,27	3,07	4,39	5,29
F1	0,64	0,55	0,60	9,82	7,92	12,65
F2	0,85	0,78	0,81	14,81	12,59	19,12
F3	0,85	0,79	0,82	14,85	12,82	19,28

<i>İç Mekân Kullanımı ve Konfor (IMK)</i>						
I1	0,86	0,81	0,85	15,09	13,32	20,39
I2	0,86	0,82	0,84	15,02	13,66	20,07
I3	0,77	0,68	0,72	12,57	10,35	16,23
I4	0,83	0,83	0,83	14,10	13,36	19,70
I5	0,64	0,47	0,56	9,84	6,59	11,59
I6	0,56	0,42	0,50	8,31	5,82	10,21
<i>Dış Mekân Kullanımı (DMK)</i>						
O1	0,49	0,26	0,38	7,14	3,57	7,49
O2	0,77	0,87	0,83	12,78	14,90	19,59
O3	0,89	0,85	0,87	15,76	14,20	21,04

**Kaynak:** Orijinal Hesaplamalar

Model 1: Chi-Square = 1337,48    df = 550    P-value = 0.00000    RMSEA = 0,085  
 Model 2: Chi-Square = 1365,38    df = 550    P-value = 0.00000    RMSEA = 0,087  
 Model 3: Chi-Square = 2014,11    df = 550    P-value = 0.00000    RMSEA = 0,082

Tablo 14’te yer alan bütün modellere ait gözlenen değişkenlerden negatif değer alanlar turuncu renkle gösterilmiştir. Bu gözlenen değişkenler negatif etkiye sahiptirler.

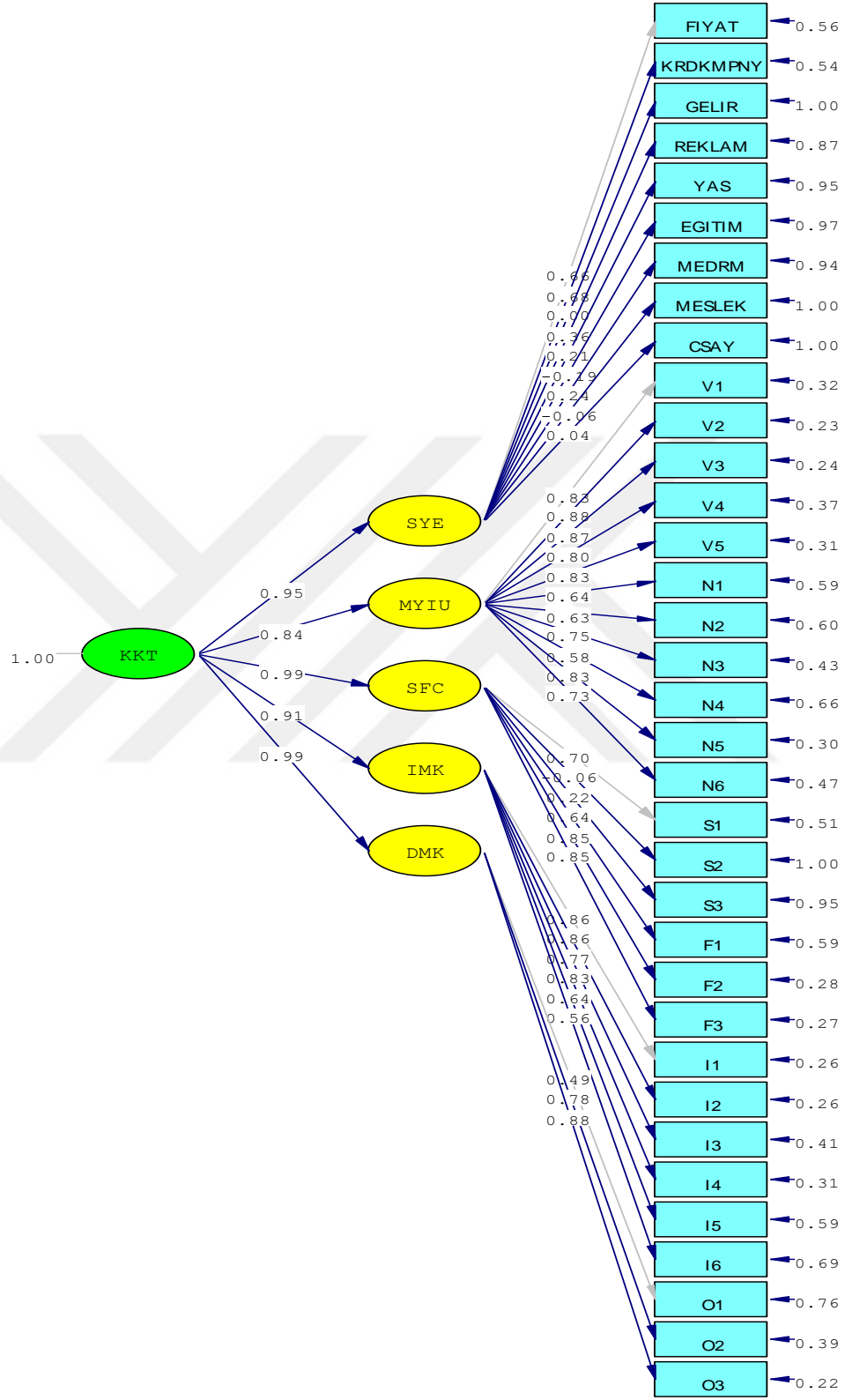
Yine tablo 14’te mavi renkle gösterilen gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri  $\pm 1.96$  küçük olduğu için %5 önem seviyesinde istatistikî olarak önemli bulunmazken; modelde yer alan diğer gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri  $\pm 1.96$  büyük olduğu için %5 önem seviyesinde istatistikî olarak önemli bulunmuştur.

#### 4.4.2. Yapısal Model

Yapısal modelin temel amacı içsel ve dışsal gizil değişkenler arasındaki ilişkiyi tanımlamak ve test etmektir. Ölçüm modeli ile tanımlanan yapısal modelin uyum istatistikleri ölçüm modeliyle aynıdır. Bu kısımda ölçüm modelinden farklı olarak gizil değişkenler arasındaki yapısal katsayılar incelenmektedir (Keleş, 2014).

##### 4.4.2.1 Model I: Kadın Bireylere Ait Konut Tercih Yapısal Model

Şekil 9’da kadın bireylere ait konut tercihi yapısal modeli ve standart değerleri verilmektedir. Buna göre Yapısal Model I’de bütün içsel gizil değişkenler, konut tercihinde pozitif yönde ve yüksek düzeyde etkiye sahiptir.



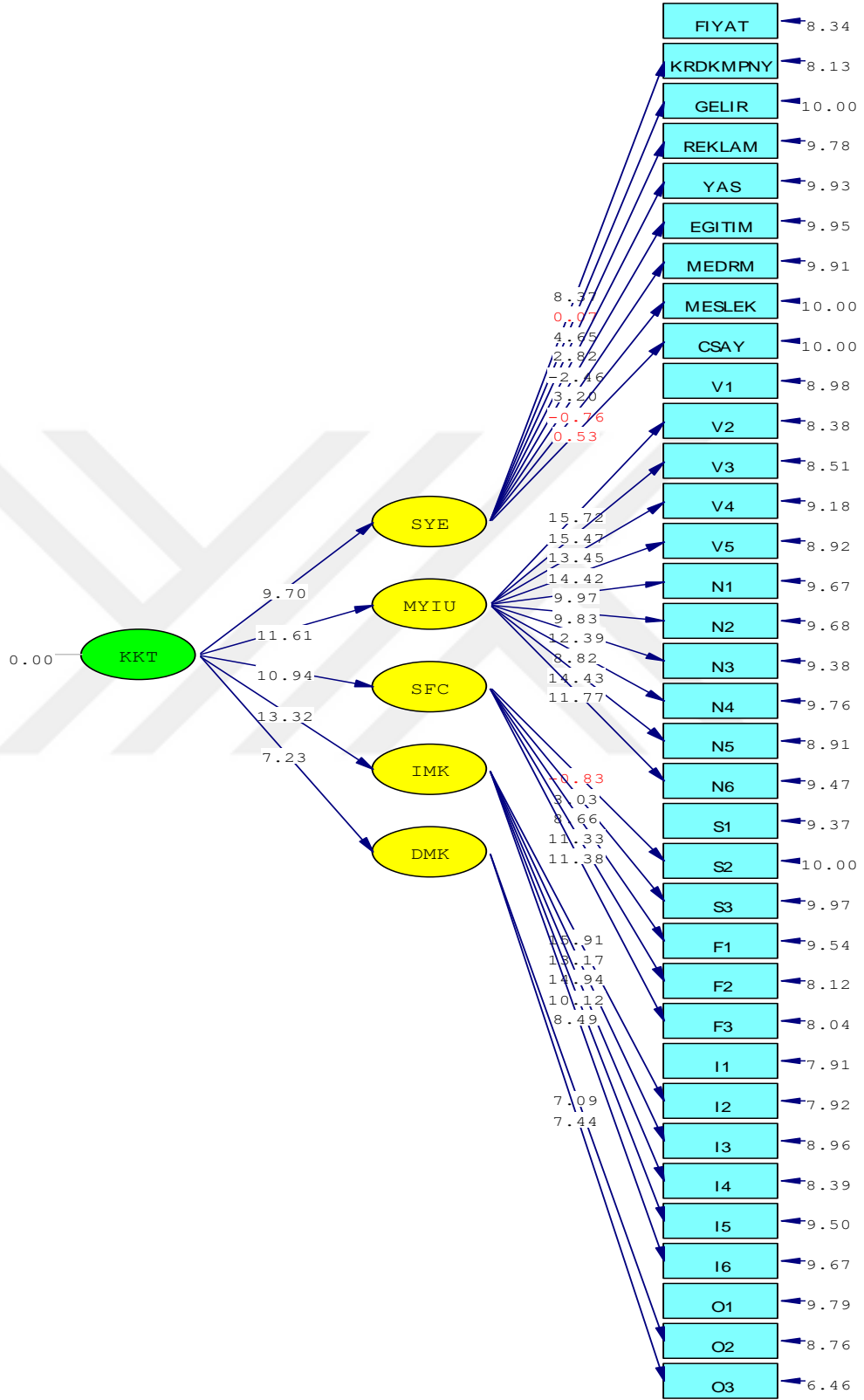
Chi-Square=1366.77, df=555, P-value=0.00000, RMSEA=0.086

ŞEKİL 9: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE STANDART DEĞERİ

Yapısal Model I'de Konut Tercihi dışsal gizil değişken ile diğer içsel gizil değişkenlerin arasında pozitif yönlü bir ilişkinin yönleri ve düzeyleri yer almaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayıları hesaplanırken, her bir içsel gizil değişkenin dışsal gizil değişken üzerindeki etkisi hesaplanır. Bu etkinin yönü ve katsayısı dışsal gizil değişken üzerindeki içsel gizil değişkenin etkisini vermektedir.





Chi-Square=1366.77, df=555, P-value=0.00000, RMSEA=0.086

ŞEKİL 10: KADIN BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE T DEĞERLERİ

Şekil 10’da Model I’e ait olan  $t$  değerleri verilmiştir. Gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri yorumlandığında; bütün içsel gizil değişkenlerin  $t$  değerleri  $\pm 1.96$ ’dan büyük olduğu için bütün içsel gizil değişkenler istatistikî olarak %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Model I’de kadın bireylere ait konut tercihi için  $X^2/DF$  değeri 2.46 olarak hesaplanmıştır (1366.77/555). Bu değer kabul edilebilir seviyede olup beş ve beşten küçük değerler içerisindedir. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0,086’dır ve 0.10 ve daha düşük değerler içerisindedir (0.10). Model I  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenlerin, kadın bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde oldukça yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,95$ ;  $t = 9,70$ ) sahiptir. ‘Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY)’ olurken, ikinci sırada ‘(FIYAT)’ yer almaktadır.

Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşımındaki içsel gizil değişkenin, kadın bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde bir etkiye ( $\gamma = 0,84$ ;  $t = 11,61$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Merkeze erişilebilirlik önemlidir faktörü (V2) olurken; ikinci sırayı İşe erişilebilirlik önemlidir (V3)’dir.

Sosyal ve Fiziksel Çevre içsel gizil değişkeninde, kadın bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde çok yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 10,94$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) ve Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) yer alırken, ikinci sırada ise Genel olarak sosyal ve komşuluk ilişkilerine dikkat ederim (S1) yer almaktadır.

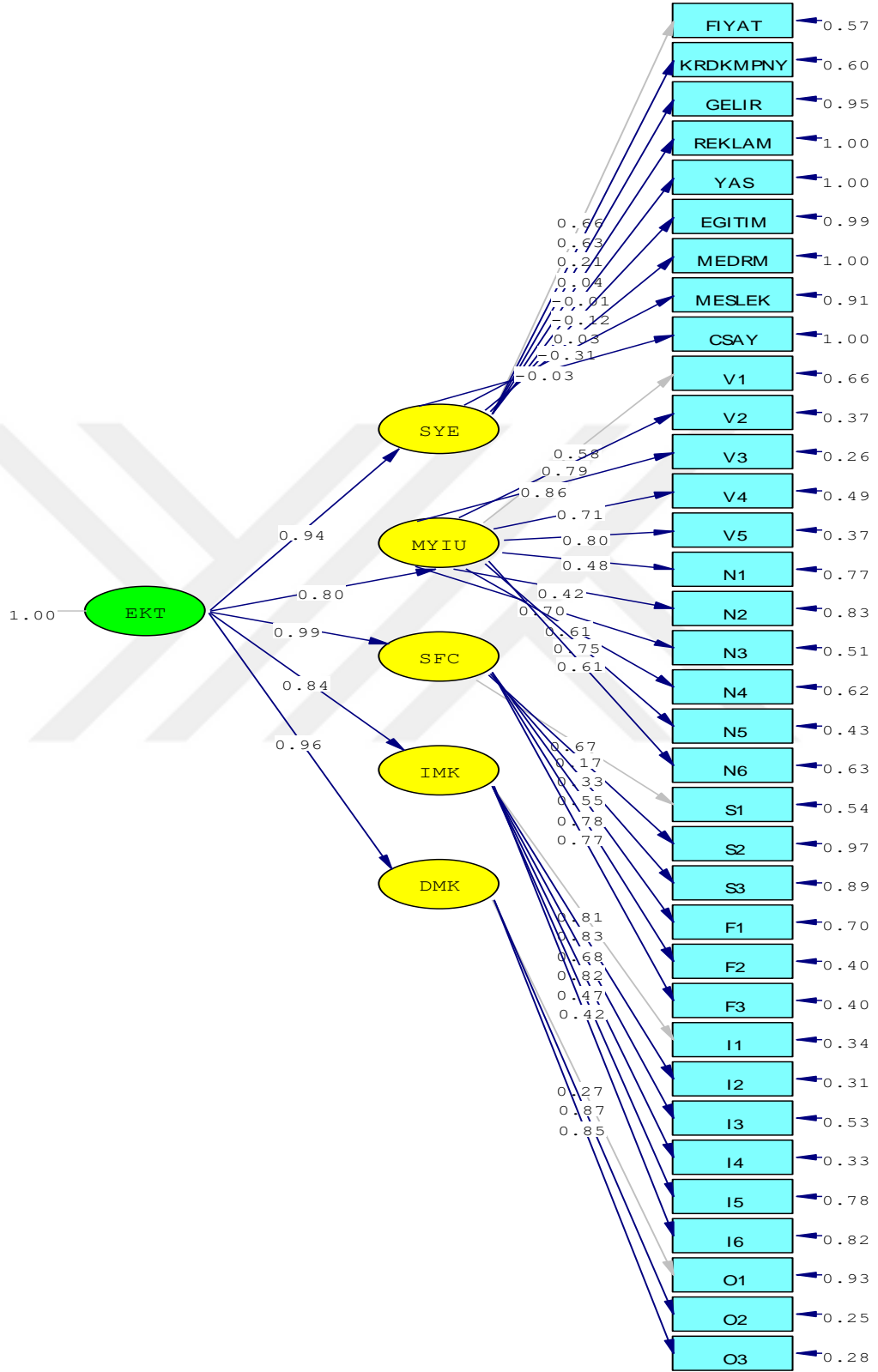
İç Mekân Kullanımı ve Konfor içsel gizil değişkeninde, kadın bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde oldukça yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,91$ ;  $t = 13,32$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; ‘Geniş mutfak önemlidir (I1)’ ve ‘Geniş balkon önemlidir (I2) aynı derecede önemlilerken, ikinci önemli değişken ise Geniş salon önemlidir (I4)’.

Dış Mekân Kullanımı içsel gizil değişkeninde, kadın bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde oldukça yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 7,23$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) en önemli iken, ikinci sırada en önemli faktör, Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) bulunmaktadır.

#### **4.4.2.2 Model II: Erkek Bireylere Ait Konut Tercihi Yapısal Model**

Şekil 11’de erkek bireylere ait konut tercihi yapısal modeli ve standart değerleri verilmektedir. Buna göre Yapısal Model II’de bütün içsel gizil değişkenler, konut tercihinde pozitif yönde ve yüksek düzeyde etkiye sahiptir.





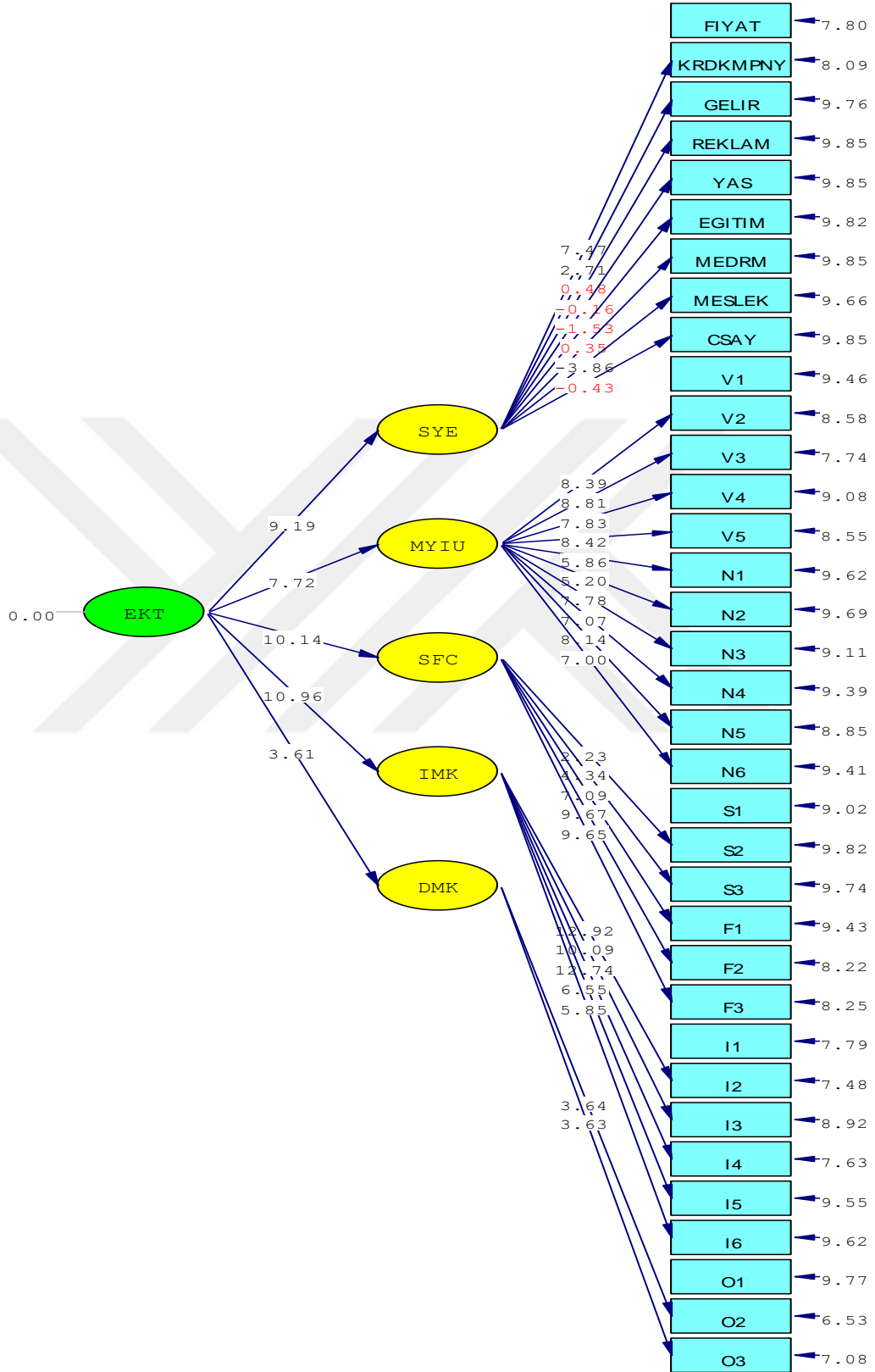
Chi-Square=1417.77, df=555, P-value=0.00000, RMSEA=0.090

ŞEKİL 11: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE STANDART DEĞERİ

Yapısal Model II’de Konut Tercihii dışsal gizil değişken ile diğer içsel gizil değişkenlerin arasında pozitif yönlü bir ilişkinin yönleri ve düzeyleri yer almaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayıları hesaplanırken, her bir içsel gizil değişkenin dışsal gizil değişken üzerindeki etkisi hesaplanır. Bu etkinin yönü ve katsayısı dışsal gizil değişken üzerindeki içsel gizil değişkenin etkisini vermektedir.





Chi-Square=1417.77, df=555, P-value=0.00000, RMSEA=0.090

ŞEKİL 12: ERKEK BİREYLERE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE T DEĞERLERİ

Şekil 12’de Model II’e ait olan  $t$  değerleri verilmiştir. Gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri yorumlandığında; bütün içsel gizil değişkenlerin  $t$  değerleri  $\pm 1.96$ ’dan büyük olduğu için bütün içsel gizil değişkenler istatistikî olarak %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Model II’de erkek bireylere ait konut tercihi için  $X^2/DF$  değeri 2,55 olarak hesaplanmıştır (1417.77/555). Bu değer kabul edilebilir seviyede olup beş ve beşten küçük değerler içerisindedir. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0,090’dır ve 0.10 ve daha düşük değerler içerisindedir (0.10). Model II  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler, erkek bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,94$ ;  $t = 9,19$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; ilk sırada ‘(FIYAT)’ yer alırken, ikinci sırada ‘Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY)’ yer almaktadır.

Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşımındaki içsel gizil değişkenin, erkek bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,80$ ;  $t = 7,72$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; İşe erişilebilirlik önemlidir (V3) olurken; ikinci sırayı Sağlık ocağına ve hastaneye erişilebilirlik önemlidir faktörü (V5)’dür.

Sosyal ve Fiziksel Çevre içsel gizil değişkeninde, erkek bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde çok yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 10,14$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) iken, ikinci sırada ise Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) yer almaktadır.

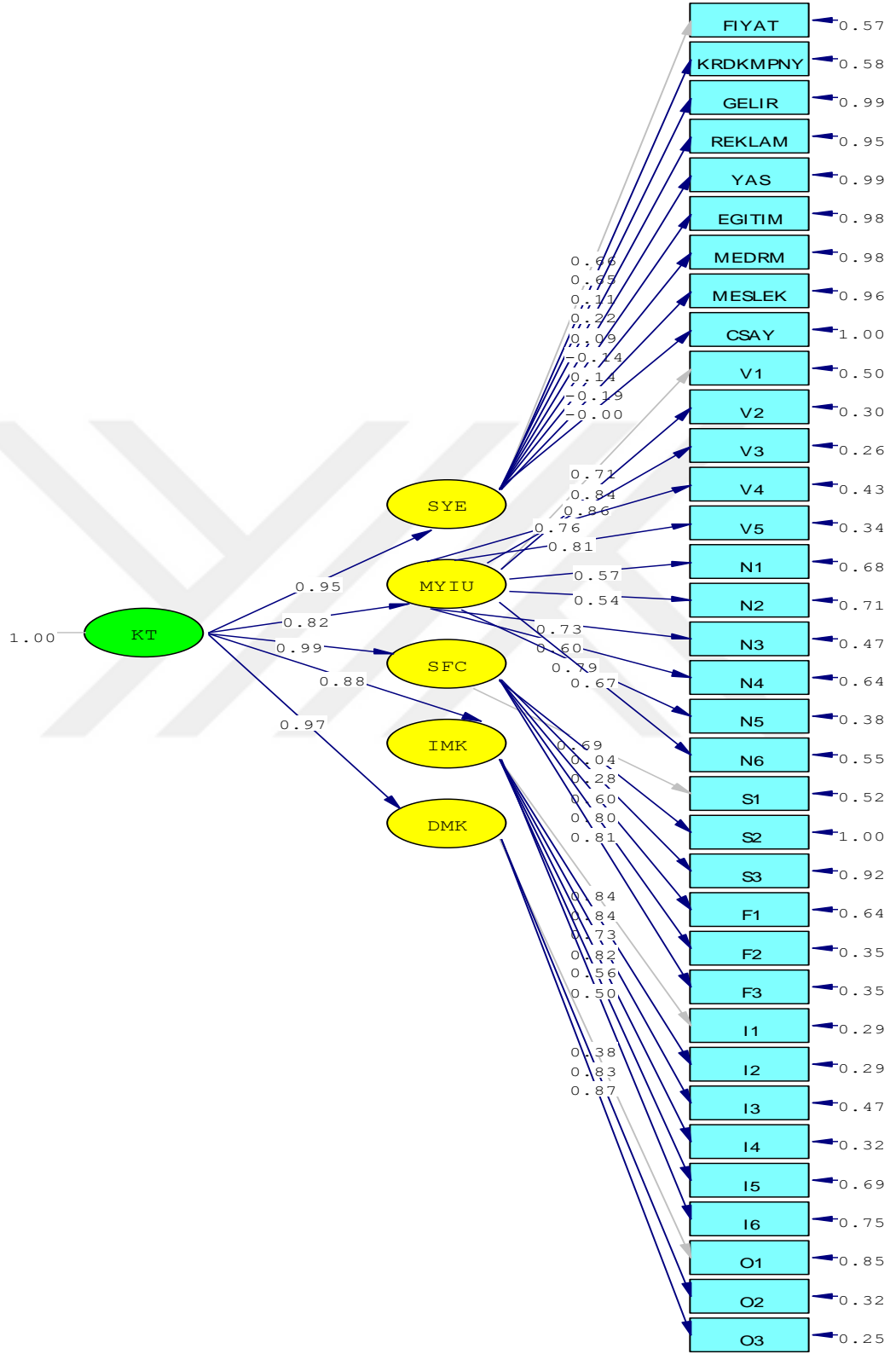
İç Mekân Kullanımı ve Konfor içsel gizil değişkeninde, erkek bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde oldukça yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,84$ ;  $t = 10,96$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Geniş balkon önemlidir (I2) ilk sırada önemliyken, ikinci önemli değişken ise Geniş salon önemlidir (I4).

Dış Mekân Kullanımı içsel gizil değişkeninde, erkek bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,96$ ;  $t = 3,61$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) en önemli iken, Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3).

#### **4.4.2.3 Model III: Genel Tüketicie Ait Konut Tercihi Yapısal Model**

Şekil 13’de genel tüketiciye ait konut tercihi yapısal modeli ve standart değerleri verilmektedir. Buna göre Yapısal Model III’de bütün içsel gizil değişkenler, konut tercihinde pozitif yönde ve yüksek düzeyde etkiye sahiptir.





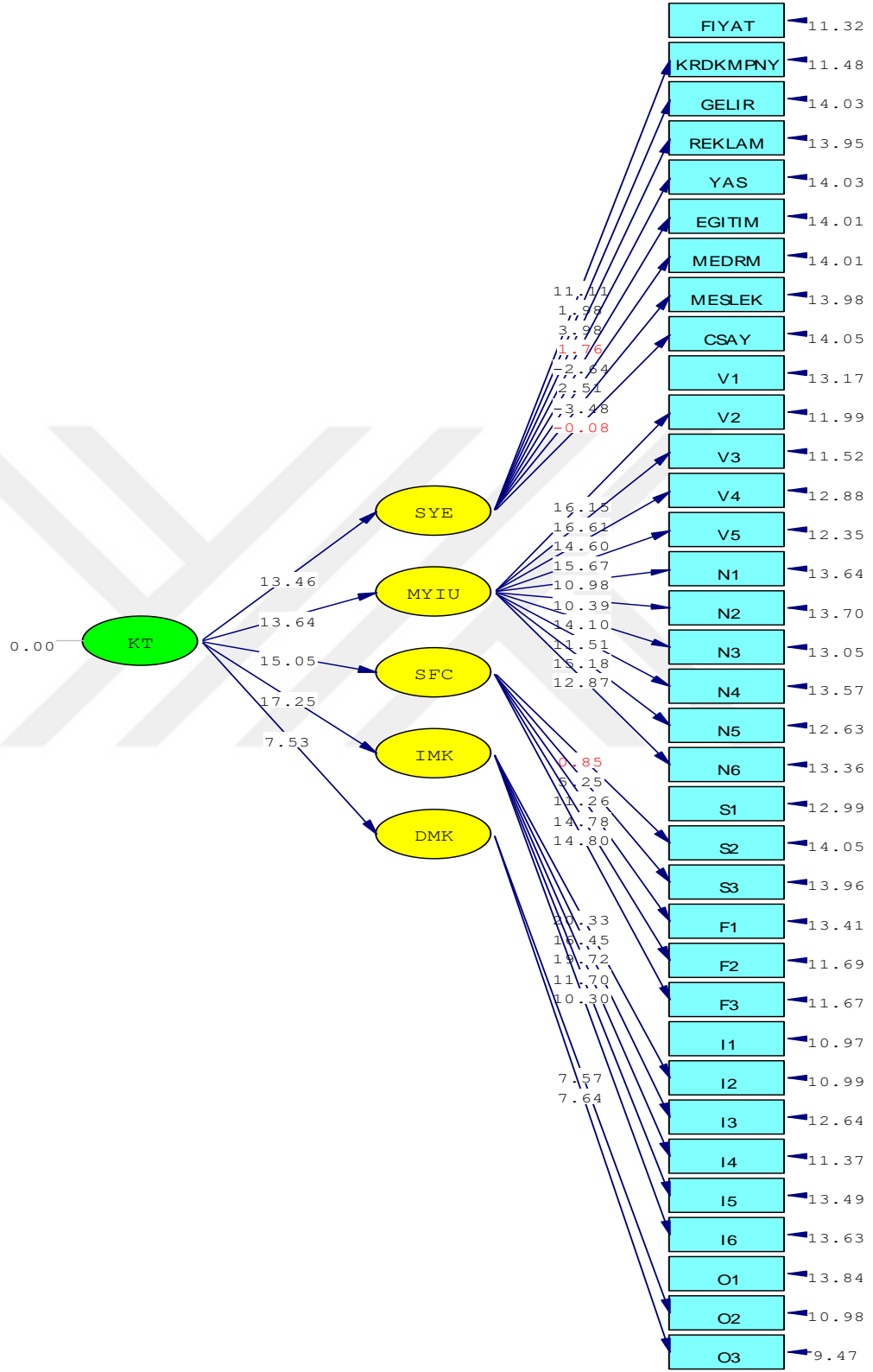
Chi-Square=2063.43, df=555, P-value=0.00000, RMSEA=0.083

ŞEKİL 13: GENEL TÜKETİCİYE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE STANDART DEĞERİ

Yapısal Model III'de Konut Tercihini dışsal gizil değişken ile diğer içsel gizil değişkenlerin arasında pozitif yönlü bir ilişkinin yönleri ve düzeyleri yer almaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayıları hesaplanırken, her bir içsel gizil değişkenin dışsal gizil değişken üzerindeki etkisi hesaplanır. Bu etkinin yönü ve katsayısı dışsal gizil değişken üzerindeki içsel gizil değişkenin etkisini vermektedir.





Chi-Square=2063.43, df=555, P-value=0.00000, RMSEA=0.083

ŞEKİL 14: GENEL TÜKETİCİYE AİT KONUT TERCİHİ YAPISAL MODELİ VE T DEĞERLERİ



Şekil 14’de Model III’e ait olan  $t$  değerleri verilmiştir. Gözlenen değişkenlerin  $t$  değerleri yorumlandığında; bütün içsel gizil değişkenlerin  $t$  değerleri  $\pm 1.96$ ’dan büyük olduğu için bütün içsel gizil değişkenler istatistikî olarak %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Model III’de genel tüketiciye ait konut tercihi için  $X^2/DF$  değeri 3,72 olarak hesaplanmıştır (2063.43/555). Bu değer kabul edilebilir seviyede olup beş ve beşten küçük değerler içerisindedir. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0,083’tür ve 0.10 ve daha düşük değerler içerisindedir (0.10). Model III  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler, genel tüketicilerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde oldukça yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,95$ ;  $t = 13,46$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; ilk sırada ‘(FIYAT)’ yer alırken, ikinci sırada ‘Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY)’ bulunmaktadır.

Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşımındaki içsel gizil değişkenin, genel tüketicilerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,82$ ;  $t = 13,64$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; İşe erişilebilirlik önemlidir (V3) olurken; ikinci sırayı Merkeze erişilebilirlik önemlidir faktörü (V2)’dür.

Sosyal ve Fiziksel Çevre içsel gizil değişkeninde, genel tüketicilerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde çok yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 15,05$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; ilk sırada Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) var iken, ikinci sırada ise Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) yer almaktadır.

İç Mekân Kullanımı ve Konfor içsel gizil değişkeninde, genel tüketicilerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde oldukça yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,88$ ;  $t = 17,25$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Geniş mutfak önemlidir (I1) ve

Geniş balkon önemlidir (I2) aynı seviyede önemliyken, ikinci önemli değişken ise Geniş salon önemlidir (I4).

Dış Mekân Kullanımı içsel gizil değişkeninde, genel tüketicilerin bireylerin konut tercihi üzerinde pozitif yönde çok yüksek düzeyde bir etkiye ( $\gamma = 0,97$ ;  $t = 7,53$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) en önemli iken, ikinci sırada en önemli faktör ise; Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) yer almaktadır.

**TABLO 15: MODELLERE AIT UYUM İNDEKSLERİ**

Uyum indeksleri	Uyum indeksleri sembolleri	Model değeri		
		Model I	Model II	Model III
Uyum iyiliği indeksi	GFI	0,72	0,71	0,77
Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi	AGFI	0,68	0,67	0,74
Normlaştırılmış uyum indeksi	NFI	0,93	0,87	0,93
Tucker-Lewis indeksi	NNFI	0,95	0,91	0,95
Göreceli uyum indeksi	RFI	0,92	0,87	0,93
Karşılaştırmalı uyum indeksi	CFI	0,96	0,92	0,95
Artırmalı uyum indeksi	IFI	0,96	0,92	0,95

**Kaynak:** Orijinal hesaplamalar

Tablo 15’de verilen modellere ait uyum endeksleri 1’e yakın değerler ifade ettiklerinden dolayı bütün modeller teorik altyapıyla uyumlu ve anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

## SONUÇ

Erzincan İlinde ikamet eden 25 yaş ve üstü kadın ve erkek bireyler çalışma evreni olarak seçilmiştir. Seçilen bu çalışma evreni Erzincan ili merkez ilçe ve bağlı beldelerden oluşmuştur. Bu evren içerisinde 195 erkek 201 kadın olmak üzere 396 birey örnekleme oluşturulmuştur. Kadın ve erkek anket katılımcıları arasında 46 – 60 yaş kategorisi %39,4 ile çoğunluğu oluşturmaktadır. Her eğitim kategorisinden bireylerin bulunmasına rağmen lisans mezunları %28,5 ile en yüksek orana sahiptir. Konut talebinde en büyük faktörlerden biri olan gelirdir. Anket katılımcılarının gelirlerine bakıldığında ortalama gelirin 3.878 TL olduğu tespit edilmiştir. Standart sapması ise 2142'dir. Erkek bireylerin ortalama geliri 4.477 TL olup standart sapması 2740'dır. Kadın bireylerin ortalama geliri 3.297 TL olup standart sapması 1294'tür. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla daha yüksek gelire sahiptirler. Anket katılımcılarının %83,8'i evli %16,2'si bekârdır. Örneklem içerisinde her meslek grubu yer almıştır. Anket katılımcıları içerisinde memurlar %35,1 ile ilk sırada iken, emekliler ise %9,6 ile en düşük grubu oluşturmaktadır. Anket katılımcılarının Erzincan ilinde tercih ettikleri konut tipine bakılırsa %40,5 ile müstakil konut birinci sırayı alırken, site villa %7,4 ile en az tercih edilen konut tipi olarak bulunmuştur.

Bütün modellerde bireylere ait konut tercihi için  $X^2/DF$  değeri kabul edilebilir seviyede olup beş ve beşten küçük değerler içerisinde yer almaktadır. Aynı şekilde RMSEA değeri ise kabul edilebilir seviyede olup 0.10 ve daha düşük değerler içerisinde yer almaktadır (0.10) ve bütün modeller de  $p < 0,0000$  değerine sahip olduğundan %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Yapısal modeller karşılaştırıldığında dışsal gizil değişken olan Konut Tercihi (KT) üzerinde içsel gizil değişkenlerin aynı yönde ancak farklı büyüklükte etkisi olduğu görülmüştür.

Konut Tercihi üzerinde Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler (SYE) üç modelde de yüksek bir etkiye sahiptir. Kadın ve erkek bireylerin toplamından oluşan genel modelde Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler konut tercihinde oldukça yüksek etkiye ( $\gamma = 0,95$ ;  $t = 13,46$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; ilk sırada

‘(FIYAT)’ yer alırken, ikinci sırada ‘Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY)’ bulunmaktadır. Erkek bireylerin konut tercihi üzerinde de Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenler ( $\gamma = 0,94$ ;  $t = 9,19$ ) değerle en önemli etkenlerden biri olarak bulunmuştur. En önemli gözlenen değişkenler; ilk sırada ‘(FIYAT)’ yer alırken, ikinci sırada ‘Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY)’ yer almaktadır. Kadın tüketicilerin konut tercihi üzerinde Sosyal Yapı ve Ekonomik Etkenlerin yüksek seviyede yine önemli bir etken ( $\gamma = 0,95$ ;  $t = 9,70$ )’dir. En önemli gözlenen değişkenler ise, ‘Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir (KRDKMPNY)’ olurken, ikinci sırada ‘(FIYAT)’ yer almaktadır. Görüldüğü gibi ekonomik faktörler konut tercihinde önemli etkiye sahip olmasına rağmen katılımcıların yaşı, medeni durumu, meslek ve çocuk sayısı gibi demografik belirleyicileri konut tercihi üzerinde oldukça önemsiz ve bazı durumlarda negatif etkisi söz konusudur.

Konut Tercihi üzerinde Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşımındaki (MYIU) üç modelde de yüksek bir etkiye sahiptir. Kadın ve erkek bireylerin toplamından oluşan genel modelde Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım konut tercihinde yüksek etkiye ( $\gamma = 0,82$ ;  $t = 13,64$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; İşe erişilebilirlik önemlidir (V3) olurken; ikinci sırayı Merkeze erişilebilirlik önemlidir faktörü (V2)’dür. Erkek bireylerin konut tercihi üzerinde de Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım ( $\gamma = 0,80$ ;  $t = 7,72$ ) önemli etkenlerden biri olarak bulunmuştur. En önemli gözlenen değişkenler; İşe erişilebilirlik önemlidir (V3) olurken; ikinci sırayı Sağlık ocağına ve hastaneye erişilebilirlik önemlidir faktörü (V5)’dür. Kadın tüketicilerin konut tercihi üzerinde Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım yüksek seviyede oldukça önemli bir etken ( $\gamma = 0,84$ ;  $t = 11,61$ )’dir. En önemli gözlenen değişkenler; Merkeze erişilebilirlik önemlidir faktörü (V2) olurken; ikinci sırayı İşe erişilebilirlik önemlidir (V3)’dir. Yukarıda bahsedilen etkenlerden yola çıkılırsa Merkeze Yakınlık ve İhtiyaçlara Ulaşım konusunda kadın ve erkek tüketiciler arasında sıralamada bir değişiklik olmasına karşın, talep edilen etkenler genel olarak birbirlerinden farklı değildir.

Sosyal ve Fiziksel Çevre (SFC) içsel gizil değişkeni yine üç modelde Konut Tercihinde üzerinde yüksek bir etkiye sahiptir. Kadın ve erkek bireylerin toplamından oluşan genel modelde Sosyal ve Fiziksel Çevre konut tercihinde oldukça yüksek etkiye ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 15,05$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; ilk sırada Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) iken, ikinci sırada ise Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) yer almaktadır. Erkek bireylerin konut tercihi üzerinde de Sosyal ve Fiziksel Çevre ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 10,14$ ) değerle en önemli etkenlerden biri olarak bulunmuştur. En önemli gözlenen değişkenler; Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) iken, ikinci sırada ise Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) yer almaktadır. Kadın tüketicilerin konut tercihi üzerinde Sosyal ve Fiziksel Çevre oldukça yüksek seviyede oldukça önemli bir etken ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 10,94$ )'dir. En önemli gözlenen değişkenler; Konutun fiziksel görünümü, mimari yapısı ve dekorasyonu önemlidir (F2) ve Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler (F3) yer alırken, ikinci sırada ise Genel olarak sosyal ve komşuluk ilişkilerine dikkat ederim (S1) yer almaktadır. Yukarıda bahsedilen etkenler incelendiğinde üç modelin tamamında da tüketicilerin Sosyal ve Fiziksel Çevreye ait gözlenen değişkenleri aynı seviyede önem derecesine sahiptir. Yani genel tüketici, erkek tüketici ve kadın tüketici bu içsel gizil değişken temel alındığında konut tercihleri küçük farklılıklara rağmen aynı etkenler üzerinde şekillenmektedir.

Konut Tercihinde üzerinde İç Mekân Kullanımı ve Konfor (IMK) üç modelde de yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kadın ve erkek bireylerin toplamından oluşan genel modelde İç Mekân Kullanımı ve Konfor konut tercihinde yüksek etkiye ( $\gamma = 0,88$ ;  $t = 17,25$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Geniş mutfak önemlidir (I1) ve Geniş balkon önemlidir (I2) aynı seviyede önemliyken, ikinci önemli değişken ise Geniş salon önemlidir (I4). Erkek bireylerin konut tercihi üzerinde de İç Mekân Kullanımı ve Konfor ( $\gamma = 0,84$ ;  $t = 10,96$ ) değerle önemli etkenlerden biri olarak bulunmuştur. En önemli gözlenen değişkenler; Geniş balkon önemlidir (I2) ilk sırada önemliyken, ikinci önemli değişken ise Geniş salon önemlidir (I4). Kadın tüketicilerin konut tercihi üzerinde İç Mekân Kullanımı yüksek

seviyede önemli bir etken ( $\gamma = 0,91$ ;  $t = 13,32$ )'dir. En önemli gözlenen değişkenler; 'Geniş mutfak önemlidir (I1)' ve 'Geniş balkon önemlidir (I2) aynı derecede önemlilerken, ikinci önemli değişken ise Geniş salon önemlidir (I4)'. Bu içsel gizil değişken sonuçlarına bakıldığında da her modele ait tüketici etkenleri yaklaşık olarak aynı seviyede önemliliğe sahip olduğu görülmektedir. Genel tüketici modeli ve kadın tüketici modelinde geniş mutfak ve geniş balkon tahmin edilebileceği üzere en önemli etkenleri oluşturmakta ve akabinde ise ikinci önemli etken olan geniş salon önemlidir gelmektedir. Erkek tüketiciler içinde davranış modelleri itibariyle en önemli etkenin geniş salon önemlidir ve ikinci önemli etken olan geniş balkon önemlidir etkenleri beklenildiği üzere gelmiştir.

Konut Tercihi üzerinde son içsel gizil değişken olan Dış Mekân Kullanımı (DMK) üç modelde de yine yüksek bir etkiye sahiptir. Kadın ve erkek bireylerin toplamından oluşan genel modelde Dış Mekân Kullanımı konut tercihinde oldukça yüksek etkiye ( $\gamma = 0,97$ ;  $t = 7,53$ ) sahiptir. En önemli gözlenen değişkenler; Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) en önemli iken, ikinci sırada en önemli faktör ise; Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) yer almaktadır. Erkek bireylerin konut tercihi üzerinde de Dış Mekân Kullanımı ( $\gamma = 0,96$ ;  $t = 3,61$ ) değerle önemli etkenlerden biri olarak bulunmuştur. En önemli gözlenen değişkenler; Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) ve Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3). Kadın tüketicilerin konut tercihi üzerinde Dış Mekân Kullanımı oldukça yüksek seviyede önemli bir etken ( $\gamma = 0,99$ ;  $t = 7,23$ )'dir. En önemli gözlenen değişkenler; Engelli girişi ve asansör önemlidir (O3) en önemli iken, ikinci sırada en önemli faktör, Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir (O2) bulunmaktadır. Son içsel gizil değişkenin üç modeldeki etkenlerinin önem seviyelerine bakıldığında da diğer içsel gizil değişkenler gibi tüketicilerin konut talepleri üzerine etkenleri benzerlik göstermektedir. Son olarak dış mekân kullanımı içsel gizil değişkeni için, her ne kadar farklılıklar olsa da her üç model içinde etkenlerin önem seviyeleri birbirlerine yakın oranlarda olduğu söylenebilir.

Rasyonel seçim kuramı sosyal bilimlerde, toplumsal hayatın işleyişini açıklamada bireylerin seçim yaparken rasyonel davrandıkları varsayımına dayanmaktadır. Bireyler hayatlarının belli dönemlerinde herhangi bir konuda tercih yaparken, kendilerine en iyi olduğunu düşündükleri seçenekte karar kılarlar (Kirman, 2011). Bireyler rasyoneldir ve amaçlarına erişebilmek için en etkili araçları tercih ederler (Wallace and Wolf, 2004). O halde bireyler faydalarını maksimize edecek seçeneği tercih edeceklerdir. Konut seçiminde merkeze yakın olan konutun zaman ve maliyet açısından bireylere minimum zahmet ve parasal açıdan yüksek bir fayda sağlayacağı için tercih edilmesi rasyonel bir davranış olacaktır. Yapılan bu çalışmada kadın ve erkek bütün bireylerin konut tercihinde rasyonel davrandıkları tespit edilmiştir. Konutun büyüğü küçüğüne tercih edilmektedir. Salon, mutfak, balkon vb. konuta ait alanların büyüğü ve kullanılışısı tercih edildiği görülmüştür. Buda rasyonel bir davranıştır.

Tüketici maliyeti açısından konut tercihinde fiyatın önemli bir etken olduğu görülmüştür. Bütün bireyler gelirlerinden konuta yüksek bir pay ayracağını ve bütçeleri içerisinde büyük bir maliyet kalemi olduğu için konut tercihinde düşük fiyattan yana davranış sergilemektedir. Faiz ve taksit seçenekleri bireylerin lehine olduğu durumlar tercih edilmektedir.

Konut tercihi üzerinde sosyal ve fiziksel çevre yüksek bir paya sahip olduğu tespit edilmiştir. Geleneksel topluluk kültüründe komşuluk ilişkileri önemsenen bir durumdur ve bireyler öncelikle yakın komşularının kimler olduğuna dikkat etmektedirler. Komşu profilinde aynı inanç, etnik köken, sosyal sınıf ve siyasi düşünce aranmasa da güçlü komşuluk bağları tercih edilmektedir. Estetik görünüş ve çevre düzenlemesi konut tercihinde önemli bir etken olarak saptanmıştır. Güzel bir manzara ve çocukların rahatça oyun oynayabildikleri bir alanın varlığı konut tercihine etki etmektedir.

**Bu çalışmanın temel hipotezi** olan “davranışsal iktisat bağlamında kadın ve erkek bireyler konut tercihinde rasyoneldir ve davranışsal farklılık yoktur” savı kabul edilmiştir. Erzincan ili özelindeki kadın ve erkek bütün bireyler konut tercihinde tamamen rasyonel davranış içerisinde ve farklı davranış sergilememektedir.

Elde edilen bu bulgular ışığında son dönemlerde varlığını hissettiren konut sektöründeki daralmanın aşılması için tüketici merkezli bir yaklaşımla kamu ve özel sektör inşaat firmaları konut alanları oluşturulurken veya siteler inşa ederken;

- Sosyal ve ekolojik dokuya,
- Talebi beklenen tüketicilerin sosyoekonomik özelliklerine,
- Güçlü sosyal bağlarının insanlar tarafından aranıyor olmasına,
- İnşa edilecek konutların hastane, pazar ve okullara yakın olmasına,
- Şehir merkezine yakın olmasına,
- Çocuk oyun alanları oluşturulmasına,
- Engellilerin gözetilmesine,
- Konut kullanım alanının tüketicilere konfor ve rahatlık sağlamasına,

dikkat etmeleri önerilebilir.



## KAYNAKÇA

- AK, T. (2009). *Marka Yönetimi ve Tüketici Karar Sürecine Etkileri*. Karaman: Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKDERE, Ç., ve BÜYÜKBOYACI, M. (2015). İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar İçinde. *Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı* (s. 105-137). içinde Ankara: İmge Kitapevi.
- AKERLOF, G. A. (1982). Labor Contracts as Partial Gift Exchange. *The Quarterly Journal of Economics*, 97(4), 543-569.
- AKERLOF, G. A. (1984). Gift Exchange and Efficiency-Wage Theory: Four Views. *The American Economic Review*, 74(2), 79-83.
- AKIN Z. ve URHAN, Ü. B. (2015). Davranışsal Oyun Teorisi. *İktisat ve Toplum*(58), 10-16.
- AKSOY, T. Ş. (2015). Belirsizlik Altında Karar Alma: Geleneksel ve Modern Yaklaşımlar. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 1-28.
- AKYILDIZ, H. (2006). Freud'çu Liberal ve Marksist Kişilik Kuramlarının Türevi Olarak Toplum, İktisat ve Siyaset Teorileri. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11), 1-23.
- ALBAYRAK, Ö. (2003). *Refah İktisadının Teorik Temelleri: Piyasa ve Refah İlişkisi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ALTUNIŞIK, R., ve İSLAMOĞLU, H. (2010). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- ALTUNIŞIK, R., ÖZDEMİR, Ş., ve TORLAK, Ö. (2012). *Modern Pazarlama* (5 b.). İstanbul: Değişim Yayıncılık.
- AMIR, O., ARIELY, D., COOKE, A., DUNNING, D., EPLEY, N., GNEEZY, U., and PRELEC, D. (2005). Psychology, Behavioral, Economics, and Public Policy. *Marketing letters*, 16(3-4), 443-454.

- ANKARA KENT KOOPERATİFİ. (1982). *Türkiye 'de Kentleşme Sorunları*. Ankara: Ankara Kent Kooperatifi Yayınları.
- ANDERSON, J. C., and GERBING, D. W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological bulletin*, 411-423.
- ANGNER, E., and LOEWENSTEIN, G. (2006). *Behavioral Economics*. 11 19, 2018 tarihinde <https://www.cmu.edu/dietrich/sds/docs/loewenstein/BehavioralEconomics.pdf> adresinden alındı
- ANGNER, E., and LOEWENSTEIN, G. (2007). Behavioral economics. *HANDBOOK OF THE PHILOSOPHY OF SCIENCE*, 1-76.
- ANNEZ, P., and WHEATON, W. C. (1984). Economic Development and the Housing Sector: A Cross-National Model. *Economic Development and Cultural Change*, 32(4), 749-766.
- ANONİM. (2019). (tarih yok). *Gayrimenkul ve Konut Sektörüne Bakış*. 3 15, 2019 tarihinde Emlak Konut Gayrimenkul Yatırım A.Ş.: <file:///C:/Users/dell/Desktop/hassan/EKGYO-Sektor-Raporu-aralik-2018.pdf> adresinden alındı
- ANONİM. (2018) b. *Erzincan hakkında Bilgiler*. Erzincan Belediyesi: <https://www.erzincan.bel.tr/belediyeyazilari/8/CO%C4%9ERAFYA> adresinden alındı
- ANONİM. (2018) a. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>. Türkiye İstatistik Kurumu: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden alındı
- ARIELY, D. (2016). *Akıldışı Ama Öngörülebilir*. (F. Ş. Asiye Hekimoğlu Gül, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.
- ARPACI, T., AYHAN, D.,Y.,BÖGE, E.,TUNCER, D., ve ÜNER, M. M. (1992). *Pazarlama*. Ankara: Gazi Yayınları.

- AYATA, S., ve AYATA, A. G. (1996). *Konut. Komşuluk ve Kent Kültürü*. Ankara: TC Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı.
- BALIKÇIOĞLU, E., ve DALGIÇ, B. (2015). Türkiye’de Orta Gelirli Sınıfın Profili. *Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1(1), 17-31.
- BAYRAM, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitapevi.
- BICKEL, W. K., ODUM, A. L., and MADDEN, G. J. (1999). Impulsivity and Cigarette Smoking: Delay Discounting In Current, Never, and Ex-Smokers. *Psychopharmacology*, 146(4), 447-454.
- BIGOT, R. C. (2012). The middle classes in Europe: Evidence from the LIS data. *LIS Working Paper Series*, 580.
- BIRNER, J. (2002). A Conservative Approach to Progress in Economics. C. G. S Boehm içinde, *Is There Progress in Economics?* Edward Elgar Publishing.
- BOCUTOĞLU, E. (2016). *İktisadi Düşünceler Tarihi*. Bursa: Ekin Yayınları.
- BOURDIEU, P. (2005). *Social structures of the economy*. UK: Polity Press.
- BOURDIEU, P. (2015). *Eril Tahakküm*. İstanbul: Bağlam yayıncılık.
- BOVER, O., and VELILLA, P. (2002). Hedonic House Prices Without Characteristics: The Case of New Multiunit Housing. *ECB Working Paper No. 117*, 58.
- BRUNI, L. S. (2007). The Road not Taken: How Psychology was Removed from Economics and How It Might Be Brought Back. *The Economic Journal*, 117(516), 146-173.
- CAMERER, C. (1999). Behavioral economics: Reunifying psychology and economics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 96(19), 10575-10577.
- CAMERER, C. F., and THALER, R. H. (1995). Anomalies: Ultimatums, Dictators and Manners. *Journal of Economic Perspectives*, 9(2), 209-219.

- CAMERER, C., and LOEWENSTEIN, G. (2004). Advances in Behavioral Economics. C. L. Camerer içinde, *Behavioral Economics: Past, Present, Future* (s. 3-51). New York: Princeton University Press.
- COSTA, J. A. (1994). *Gender issues and consumer behavior*. Sage Publications, Inc.
- COŞKUN, Ç. (2016). Şehre Uzak Birbirine Yakın: TOKİ Yapracık Toplu Konutlarında Sosyal Yapı. *Folklor/Edebiyat*, 22(86).
- ÇAKIR, E. (2014). *Konut Yatırımları ve Konut Talebini Belirleyen Faktörler: Ordu İl Merkezi Hanehalkı Araştırması*. Ordu: Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇAKIR, S. (2011). Türkiye’de Göç, Kentleşme/Gecekondu Sorunu ve Üretilen Politikalar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 209 - 222.
- ÇEKİÇ, S. (2016). *Davranışsal İktisat Bağlamında Cinsiyet Farkının Tüketici Tercihlerine Etkisi: Bartın Örneği, Yüksek Lisans Tezi*. Bartın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇİÇEK, A., ve ERKAN, O. (1996). Tarım Ekonomisinde Arastırma ve Örneklemeye Yöntemleri. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları*, 12.
- ÇUBUKÇU, M. İ. (1999). *Küreselleşme Süreci İçinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü*. Erzurum: Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi.
- DEMİR, Ö. (2013). *Akıl ve Çıkar: Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği*. Bursa: Sentez Yayıncılık.
- DIACON, S., and HASSELDINE, J. (2007). Framing Effects and Risk Perception: The Effect of Prior Performance Presentation Format on Investment Fund Choice. *Journal of Economic Psychology*, 28(1), 31-52.
- DİNLER, Z. (2017). *Mikroekonomi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- DITTMAR, H., BEATTIE, J., and FRIESE, S. (1995). Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of economic psychology*, 16(3), 491-511.

- DIXIT, A. (2012). Paul Samuelson's legacy. *Annu. Rev. Econ.*, 4(1), 1-31.
- DURKAYA, M., ve YAMAK, R. (2004). Türkiye'de Konut Piyasasının Talep Yönlü Analizi. *Iktisat İşletme ve Finans*, 19(217), 75-83.
- DURUSOY, S. (2008). İktisat Biliminin Yeri ve Yöntemi Neden Sorgulanıyor? *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-26.
- EARL, P. (2005). Economics and Psychology in the Twenty-First Century. *Cambridge Journal of Economics*, 29(6), 909-926.
- ERDOĞAN, U. (2009). *Tüketici Davranış Modellerinin Tüketici Pazarları İçin Tasarlanan Ürünlere Etkisi*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- EREN, E. (2011). Küresel Bunalım, İktisat Eğitimi ve Yeni İktisat. E. Uygur içinde, *Küresel Bunalım, İktisat Eğitimi* (s. 129-148). Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu.
- ERGÜL, H. (2015). Mimarlığın İhmal edilen Sosyal ve Toplumsal Yönü. *ISITES2015Valencia, Spain*, 1072.
- EROĞLU, E. (2012). Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri. Y. Odabaşı içinde, *Tüketici Davranışları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ERTÜRK, H. (2009). *Kent Ekonomisi*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- FERGUSON, C. E. (1969). *Microeconomic theory*. ABD: R. D. Irwin.
- FRANCESCATO, G. W. (1998). Residential satisfaction. *Encyclopedia of housing*, 484-486.
- FREDERICK, S., LOEWENSTEIN, G., and O'DONOGHUE, T. (2002). Time Discounting and Time Preference: A Critical Review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351-401.
- FREY, B. S. (2004). From Imperialism to Inspiration: A Survey of Economics and Psychology. *The Elgar Companion to Economics and Philosophy*, 61-83.

- GALEOTTI, F. K. (2010). The Promise of Behavioral Economics. *Norwich Economic Papers*, 1-12.
- GELFAND, J. E. (1966). The credit elasticity of lower-middle income housing demand. *Land Economics*, 42(4), 464 - 472.
- GÜMÜŞOĞLU, Ş., ve ÖZDEMİR, A. (2007). Rekabet Ortamında Karar Verme Süreçlerinde Oyun ve Fayda Kuramı İlişkileri ve Etkileşimi. *Review Of Social, Economic and Business Studies*, 9(10), 290-291.
- GÜNAK, N. (2007). *İleri Teknik Analiz Uygulamaları*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- HAMMOND, J. S., KEENEY, R. L., and RAIFFA, H. (1998). The Hidden Traps In Decision Making. *Harvard business review*, 76(5), 47-58.
- HANSON, J. D., and KYSAR, D. A. (1999). Taking Behavioralism Seriously: The Problem of Market Manipulation. *New York University Law Review*, 641-642.
- HENDERSHOTT, P. H., and WEICHER, J. C. (2002). Forecasting housing markets: Lessons learned. *Real Estate Economics*, 30(1), 1-11.
- HENS, T., and BACHMANN, K. (2011). *Behavioural Finance for Private Banking*. Chichester: John Wiley & Sons.
- HISRICH, R. D. (1993). *Pazarlama*. (F. O. Yavuz Odabaşı, Çev.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi A.Ö.F. Yayınları.
- İMAMOĞLU, E. O., ve İMAMOĞLU, V. (1996). *İnsan, Evi ve Çevresi: Ankara'da Bir Toplu Konut Araştırması*. Ankara: Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı.
- İSLAMOĞLU, A. (2017). *Pazarlama Yönetimi (Cilt 7)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- İSLAMOĞLU, A., ve ALTUNIŞIK, R. (2013). *Tüketici Davranışları (Cilt 5)*. İstanbul: Beta Yayınları.

- İSLAMOĞLU, H., CANDAN, B., HACIEFENDİOĞLU, Ş., ve AYDIN, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- IŞIK, Ş. (2005). Türkiye'de kentleşme ve kentleşme modelleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1-2).
- JORESKOG, K. G., and MOUSTAKI, I. (2001). Factor Analysis of Ordinal Variables: A Comparison of Three Approaches. *Multivariate Behavioral Research*, 36(3), 347-387.
- KAHNEMAN, D. (2003). A psychological perspective on economics. *American economic review*, 93(2), 162-168.
- KAHNEMAN, D. (2003). Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics. *American Economic Review*, 93(5), 1449-1475.
- KAHNEMAN, D. (2015). *Hızlı ve Yavaş Düşünme*. (D. O. Deniztekin F., Çev.) İstanbul: Varlık Yayınları.
- KAHNEMAN, D., and TVERSKY, A. (1973). On the Psychology of Prediction. *Psychological Review*, 80(4), 237.
- KAHNEMAN, D., and TVERSKY, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- KAHNEMAN, D., and TVERSKY, A. (1984). Choices, Values, and Frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
- KAPELIUSHNIKOV, R. (2015). Behavioral Economics and the 'New' Paternalism. *Russian Journal of Economics*, 1(1), 81-107.
- KARAGÖLGE, C., ve PEKER, K. (2002). Tarım Ekonomisi Araştırmalarında Tabakalı Örneklemeye Yönteminin Kullanılması. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(3), 313-316.
- KATONA, G. (1947). Contribution of psychological data to economic analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 42(239), 449-459.

- KELEŞ, Ş. (2014). *Kırsal Alanda Sosyal Sermayenin Oluşumu Üzerine Bir Araştırma: Erzurum İli Örneği*. Erzurum: Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü .
- KELLEKÇİ, Ö. L., ve BERKÖZ, L. (2010). Konut ve Çevresel Kalite Memnuniyetini Yükselten Faktörler. *İTÜDERGİSİ/a*, 5(2).
- KİRMAN, M. (2011). *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- KLINER, B. R. (2005). Principles and Practice of Structural Equation Modeling. *The Guilford Press*, 2.
- KOÇ, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri (7 b.)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- KOÇ, E. (2018). *Cinsiyetin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisinin Davranışsal İktisat Perspektifinden Değerlendirilmesi*. Van: Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KOTLER, P. (1984). *Pazarlama*. (Y. Erdal, Çev.) İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- KOTLER, P., and ARMSTRONG, G. (2010). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- KOZAK, İ. E. (1984). *İbn Haldun'a göre insan, toplum, iktisat*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- LEIJONHUFVUD, A. (1967). Keynes and the Keynesians: A Suggested Interpretation. *The American Economic Review*, 57(2), 401-410.
- LEWIN, S. B. (1996). Economics and Psychology: Lessons for Our Own Day from the Early Twentieth Century. *Journal of Economic Literature*, 34(3), 1293-1323.
- LITMAN, T. (2009). Where We Want To Be: Home Location Preferences And Their Implications For Smart Growth. *Victoria Transport Policy Institute*.
- MANKIW, N. G. (2010). *Makroekonomi*. (Ö. F. Çolak, Çev.) Ankara: Efil Yayınevi.



- MARMASAN, D. (2014). Bir Mekânsal Ayrışma Modeli Olarak Modern Gettolaşma: Televizyon Reklamları Üzerine Bir İnceleme1. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 5(9).
- MASLOW, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4).
- MULLAINATHAN, S. (2007). Psychology and Development Economics. *Behavioral economics and its applications*, 85-113.
- MULLAINATHAN, S., and THALER, R. H. (2000). Behavioral Economics. *National Bureau of Economic Research*(No. w7948).
- NAOKI, M. (2010). Relativity of Alfred Marshall's Psychological Research and Economics. *History of Economic Thought*, 51(2), 52-67.
- NEUMANN, J. M. (2007). *Theory of Games and Economic Behavior* . New Jersey: Princeton University Press.
- ODABAŞI, Y., ve BARIŞ, G. (2009). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- ÖNDER, İ. (2004). İktisat ve Psikoloji İlişkisi Üzerine. *İktisat Dergisi*, 463(9), 53-58.
- ÖNDER, İ. (2015). İktisat ve Psikoloji. *İktisat ve Toplum*, 5(58), 34-38.
- ÖZTÜRK, N., ve FİTÖZ, E. (2012). Türkiye'de konut piyasasının belirleyicileri: ampirik bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10), 21-46.
- PARLAKTUNA, İ. (2010). Türkiye'de Cinsiyete Dayalı Mesleki Ayrımcılığın Analizi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(4), 1217-1230.
- PENPECE, D. (2006). *Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi*. Kahramanmaraş: Yüksek Lisans Tezi. Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- PESENDORFER, W. (2006). Behavioral Economics Comes of Age: A Review Essay On Advances In Behavioral Economics. *Journal of Economic Literature*, 44(3), 712-721.
- RABIN, M. (2002). A Perspective On Psychology and Economics. *European Economic Review*, 46(4-5), 657-685.
- RAL, D. (1968). *Sampling Theory*. New York: Mc Graw Hill.
- REDDEN, J. (2007). Hyperbolic Discounting. B. R. D. içinde, *Encyclopedia of Social Psychology* (s. 450-452). Sage.
- RUBEN, E. B. (2013). *İktisadın Unuttuğu İnsan*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- RUBEN, E., ve DUMLUDAĞ, D. (2015). Davranışsal İktisadın Gelişimi. *İktisat ve Toplum Dergisi*, 5(58), 4-9.
- RUBEN, E., ve DUMLUDAĞ, D. (2015). İktisat ve Psikoloji. Ö. G. Ester Ruben (Dü.) içinde, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar* (s. 31-50). Ankara: İmge Kitapevi.
- SCHUMACKER, R. E., and LOMAX, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- SENT, E. M. (2004). Behavioral Economics: How Psychology Made Its (limited) Way Back Into Economics. *History of Political Economy*, 36(4), 735-760.
- SHAFIR, E., DIAMOND, P., and TVERSKY, A. (1997). Money Illusion. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 341-374.
- SIMON, H. A. (1986). Rationality in Psychology and Economics. *Journal of Business*, 209-224.
- SİSO, O. (2009). *Türkiye'de Konut Pazarlaması ve Üniversite Öğrencilerinin Gelecekte Konut Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörler ve Bir Araştırma*. Sivas: Yayımlanmış Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- STROUD, B. (1977). *Hume The Arguments of the Philosophers*, Edited By Ted Honderich, Routledge. London
- SUNSTEIN, C. R., JOLLS, C., and THALER, R. H. (1998). A Behavioral Approach to Law and Economics. *Stanford law review*, 1471-1550.
- SÜRMEİLİ, M. (2003). *Türkiye`de 1990 Sonrası Uygulanan Konut Politikaları ve Sorunları*, Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SWANN, W. B. (1983). Self-verification: Bringing Social Reality Into Harmony With Self. J. M. Suls içinde, *Psychological Perspectives On The Self* (s. 33-66). Hillside, NJ: Erlbaum.
- ŞAN, M. K., ve HİRA, İ. (2004). Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*(8), 1-19.
- ŞARKI, A. (2013, 12 03). *Tüketici Davranışları ve Alışveriş Merkezleri İlişkisi İle İlgili Çalışma*. 12 14, 2018 tarihinde Abdullah ŞARKI: <https://abdullahsarki.blogspot.com/2013/12/tuketici-davranislari-ve-alisveris.html> adresinden alındı
- ŞİMŞEK, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- TARAKÇI, İ. S. (2004). *Konut Pazarlaması ve Trabzon İli'nde Konut Satın Almada Tüketici Davranışlarını Ölçmeye Yönelik Uygulama*. Trabzon: Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TAŞDEMİR, M., KARAMAN, D., ve YILDIRIM, K. (2016). *Makroekonomi*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- THALER, R. H. (1997). Irving Fisher: Modern Behavioral Economist”, *The American Economic Review*. *The American Economic Review*, 87(2), 439-441.
- THALER, R. H. (2017, 10 03). *Integrating Economics with Psychology*. 11 25, 2018 tarihinde The Nobel Prize:

<https://www.nobelprize.org/uploads/2018/06/advancedeconomicsciences2017>

-1.pdf adresinden alındı

- THALER, R., and SUNSTEIN, C. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*. New York: Penguin Books.
- TODA, Y., and NOZDRINA, N. N. (2004). The Spatial Distribution of the Apartment Prices in Moscow in 2002: Hedonic Estimation From Micro Data. *ENHR Conference*, 2-6.
- TOIGONBAEVA ve ESER, R. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 287-321.
- TOMAK, S. (2009). Girişimci Hevristikleri: Bir Kavramsal Çözümleme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 145-166.
- TOMER, J. F. (2007). What is Behavioral Economics? *The Journal of Socio-Economics*, 36(3), 463-479.
- TORLAK, Ö. (2000). *Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*. İstanbul: İnkılab Yayıncılık.
- TOSUN, E. K. ve FIRAT, Z. (2012). Kentsel mekandaki değişimler ve kişilerin konut tercihleri: Bursa örneği. *Business and Economics Research Journal*, 3(1), 173-195.
- TREMBLAY, K. R., and DILLMAN, D. A. (1983). *Beyond the American housing dream: Accommodation to the 1980s*. London: University Press of America.
- TVERSKY, A., and KAHNEMAN, D. (1974). Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.
- TVERSKY, A., and KAHNEMAN, D. (1981). The Framing of Decisions and The Psychology of Choice. *Science*, 211(4481), 453-458.
- TVERSKY, A., and KAHNEMAN, D. (1986). Rational Choice and the Framing of Decisions. *Journal of Business*, 59(4), 251-278.

- TVERSKY, A., and KAHNEMAN, D. (1992). Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty. *Journal of Risk and uncertainty*, 5(4), 297-323.
- ÜÇİŞİK, H. (2006). *Konut Sorunu ve Çözüm Önerileri*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- ÜNAL, İ. Ö. (2019). *KPMG İnşaat Sektörel Bakış*. 03 15, 2019 tarihinde <https://home.kpmg/tr/tr/home.html>:  
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2019/01/sectorel-bakis-2019-inaaat.pdf> adresinden alındı
- VEBLEN, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (Z. Gültekin, & C. Atay, Çev.) İstanbul: Babil Yayınları.
- WALLACE, R. A., and WOLF, A. (2004). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. (L. E. Ayas, Çev.) Doğubatı Yayınları.
- WEBER, R. A., and CAMERER, C. F. (2006). “Behavioral Experiments” in Economics. *Experimental Economics*, 9(3), 187-192.
- WEN, H. Z., LU, J. F., and LIN, L. (2004). An Improved Method of Real Estate Evaluation Based on Hedonic Price Model. *Engineering Management Conference, 2004. Proceedings. 2004 IEEE International*, 3, 1329-1332.
- WEN, H. Z., SHENG-HUA, J., and XIAO-YU, G. (2005). Hedonic price analysis of urban housing: an empirical research on Hangzhou. *Journal of Zhejiang University-Science A*, 6(8), 907-914.
- WILHELMSSON, M. (2002). Household expenditure patterns for housing attributes: a linear expenditure system with hedonic prices. *Journal of housing economics*, 11(1), 75-93.
- WILKINSON, N. (2008). *An Introduction to Behavioral Economics*. New York: Palgrave Macmillan.
- YALÇINTAŞ, M. (2015). Ekonomik Karar Almada Adalet ve Oyun Teorisi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1(103), 247-273.
- YAMANE, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and.

- YASA, İ. (2011). İç Göçlerin Büyük Şehirlerin İş-Göç Çeşitlerindeki Etkileri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1 - 4).
- YAYAR, R., ve GÜL, D. (2014). Mersin Kent Merkezinde Konut Piyasası Fiyatlarının Hedonik Tahmini. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- YENİÇERİ, T., ve ERTEN, E. (2008). Mağaza Sadakat Programlarının Algılanması, Güven, İlişkiyi Sürdürme İsteği ve Mağaza Sadakati Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 232-247.
- YILDIRIM, E., ÇAKMAKLI, S., ve ÖZKAN, F. Ö. (2011). Eskiden Yeniye Neo-Klasik Sentez: Bir Literatür Taraması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 66(4), 153-184.
- YILMAZ, V. (2004). Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri Tüketici Şikayetlerine Uygulanması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1.
- YÜRÜK, S. (2017). *Davranışsal İktisat Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi : Örnek Çıpalama Uygulaması*. Eskişehir: Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ZAFIROVSKİ, M. (2001). Max Weber's Analysis of Marginal Utility Theory and Psychology Revisited: Latent Propositions in Economic Sociology and the Sociology of Economics. *History of Political Economy*, 33(3), 437-458.

## EK 1: BİREYLERE UYGULANAN ANKET FORMU

### ANKET SORULARI

Bu çalışma Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümünde Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin KELEŞ danışmanlığında yürütülen ve Yüksek Lisans Öğrencisi Oğuzhan Caner ATABEYLİ tarafından hazırlanan “Kent Anlayışındaki Değişimler ve Erzincan İli Tüketici Konut Talebini Etkileyen Faktörler. Yapısal Eşitlik Modeli İncelemesi” isimli tezde kullanılmak amacıyla yapılmaktadır. Anketten elde edilen bilgiler bilimsel yayın dışında hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmakta ve hiçbir şekilde anket katılımcısının adı ve soyadı talep edilmemektedir. Verdiğiniz destekten dolayı teşekkür ederiz.

**1. Yaşınızı belirtiniz.**

- 25 - 29arası      30 - 35 arası      36 - 45arası  
45 - 60arası      61 ve üstü

**2. Cinsiyetinizi belirtiniz.**

- Kadın      Erkek

**3. Eğitim durumunuzu belirtiniz.**

- İlkokul      Ortaokul      Lise  
Ön lisans      Lisans      Lisansüstü

**4. Ailenizin aylık toplam gelirini (kazancını) belirtiniz.**

- (.....)

**5. Yaşadığınız yer.**

- ŞehirMerkezi      İlçe      Kasaba ve Köy

**6. Medeni durumunuz.**

- Bekâr      Evlî

**7. Çocuk sayınız.**

- Yok      1      2  
3      4 ve üstü

**8. Mesleğinizi belirtiniz.**

- Emekli      Esnaf      Memur      Çiftçi      Özel Sektör

**9. Sahibi olduğum konuttan memnunum.**

- Evet      Hayır

- 10. Sahibi olduğunuz konutu hangi yolla satın aldınız?**  
 Nakit       Banka kredisi       TOKİ       Şirketler yoluyla (Eminevim)  
 Diğer (.....)
- 11. Sahibi olduğunuz veya ikametgâh ettiğiniz konutun büyüklüğü.**  
 1+1       2+1       3+1       4+1       Diğer
- 12. Yaşamış olduğunuz hanede kaç kişi ikamet etmektedir.**  
 (.....) Kişi
- 13. Sahibi olduğunuz evin iskân şekli.**  
 Müstakil       Apartman       Site       TOKİ       Diğer  
(.....)
- 14. Yakın bir zamanda yeni bir konut almayı düşünüyorum.**  
 Evet       Hayır
- 15. Yeterli birikiminiz olması halinde tercih edeceğiniz konut tipi.**  
 Apartman dairesi       Site daire       Villa       Site villa  
 Müstakil  Diğer (.....)
- 16. Erzincan'da yaşam koşulları açısından prestijli kabul ettiğiniz ve konut almak istediğiniz mahalle veya bölge.**  
 Atatürk – Cumhuriyet– Barbaros       Yunus Emre – Akşemseddin – Fatih  
 Yavuz Selim – Ergenekon – Bahçelievler       İnönü – Kızılay – Halit paşa  
 Yeni Mahalle – Kazım Karabekir – Başbağlar  
 Kavakyolu – Çukurkuyu – Demirkent  
 Mengüceli – Taksim – Mimar Sinan  
 Ulular – Yalnızbağ – Geçit  
 Diğer (.....)



Açıklama: Anketin bu bölümünde katılımcıların konut tercihleri, eğilimleri ve konut seçimi esnasında, talebi etkileyen faktörler üzerine sorular yöneltilmiştir. Her bir soruyu görüşünüze ve alışkanlıklarınıza göre “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, biraz katılıyorum”, “katılıyorum”, “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden size en uygun olanı işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Alınacak evin fiyatı önemlidir.					
2. Ev alınırken borcun taksitlendirilmesi ve faiz indirimi önemlidir					
3. Alışveriş merkezine erişilebilirlik önemlidir.					
4. Merkeze erişilebilirlik önemlidir.					
5. İşe erişilebilirlik önemlidir.					
6. Eğlence alanlarına erişilebilirlik önemlidir.					
7. Temel eğitim alanlarına (İlk, Orta ve Lise okullarına) erişilebilirlik önemlidir.					
8. Reklamlar satın alma kararımı etkiler.					
9. Otopark alanlarına erişilebilirlik önemlidir.					
10. Gezinti alanlarına erişilebilirlik önemlidir.					
11. Spor alanlarına erişilebilirlik önemlidir.					
12. Sağlık ocağına ve hastaneye erişilebilirlik önemlidir.					
13. Toplu taşıma duraklarına erişilebilirlik önemlidir.					
14. Genel olarak sosyal ve komşuluk ilişkilerine dikkat ederim.					
15. İbadethaneye erişilebilirlik önemlidir.					
16. Gelir düzeyi, eğitim, köken bakımından konut alanında yaşayan insanların benzer olmasını tercih ederim.					
17. Geniş mutfak önemlidir.					
18. Geniş balkon önemlidir.					
19. Geniş banyo önemlidir.					
20. Geniş salon önemlidir.					
21. Ebeveyn banyosu önemlidir.					
22. Giyinme odası önemlidir.					
23. Manzara önemlidir.					
24. Kapalı otopark önemlidir.					
25. Kiler, depo, bodrum ve sığınak gibi ek seçenekler önemlidir.					
26. Farklı etnik köken, inanç veya felsefi düşüncedeki kişilerle komşuluk etmekten rahatsızlık duymam.					
27. Engelli girişi ve asansör önemlidir.					
28. Yapı ve dekorasyon malzemesinin kalitesi önemlidir.					
29. Çevre düzenlemesi, dış mekân aydınlatması ve peyzaj satın alma kararımı etkiler.					

## EK 2: KADIN BİREYLERİN KONUT TERCİHİ ÇÖZÜM MODELİ

L I S R E L 8.72

BY

Karl G. Jöreskog and Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.  
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.  
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005  
Use of this program is subject to the terms specified in the  
Universal Copyright Convention.  
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file **C:\Users\LENOVO-  
PC\Desktop\tez düzeltme\modeler\CNR KADIN.SPJ:**

Latent Variables SYE MYIU SFC IMK DMK KKT  
Relationships  
FIYAT = SYE  
KRDKMPNY = SYE  
GELIR = SYE  
REKLAM = SYE  
YAS = SYE  
EGITIM = SYE  
MEDRM = SYE  
MESLEK = SYE  
CSAY = SYE  
V1 = MYIU  
V2 = MYIU  
V3 = MYIU  
V4 = MYIU  
V5 = MYIU  
N1 = MYIU  
N2 = MYIU  
N3 = MYIU  
N4 = MYIU  
N5 = MYIU  
N6 = MYIU  
S1 = SFC  
S2 = SFC

S3 = SFC  
 F1 = SFC  
 F2 = SFC  
 F3 = SFC  
 I1 = IMK  
 I2 = IMK  
 I3 = IMK  
 I4 = IMK  
 I5 = IMK  
 I6 = IMK  
 O1 = DMK  
 O2 = DMK  
 O3 = DMK

SYE MYIU SFC IMK DMK = KKT

Path Diagram  
 End of Problem

Covariance Matrix

	FIYAT	KRDKMPNY	GELIR	REKLAM	YAS
EGITIM	-----	-----	-----	-----	-----
-----					
FIYAT	0.91				
KRDKMPNY	0.49	1.26			
GELIR	0.01	-0.05	0.89		
REKLAM	0.33	0.21	0.15	1.46	
YAS	0.14	0.08	-0.09	0.26	1.40
EGITIM	-0.25	-0.23	0.15	-0.18	-0.46
2.50					
MEDRM	0.02	0.12	0.06	0.04	0.20
-0.12					
MESLEK	-0.07	0.07	-0.58	-0.37	-0.08
0.40					
CSAY	0.02	0.02	-0.01	0.03	-0.01
0.08					
V1	0.44	0.59	-0.01	0.42	0.30
-0.44					
V2	0.47	0.72	-0.11	0.30	0.22
-0.38					
V3	0.48	0.57	-0.10	0.33	0.25
-0.27					
V4	0.46	0.58	0.00	0.30	0.28
-0.25					
V5	0.45	0.59	-0.05	0.23	0.19
-0.13					
N1	0.33	0.40	0.01	0.57	0.19
0.06					
N2	0.50	0.57	0.06	0.51	0.29
-0.17					

-0.23	N3	0.48	0.55	-0.04	0.48	0.21
0.00	N4	0.35	0.44	0.06	0.39	0.07
-0.30	N5	0.43	0.63	-0.13	0.36	0.19
-0.51	N6	0.48	0.64	-0.01	0.40	0.30
-0.37	S1	0.42	0.64	0.01	0.36	0.21
0.08	S2	-0.04	-0.20	0.19	-0.10	-0.03
0.05	S3	0.17	0.21	0.05	0.16	0.13
-0.13	F1	0.53	0.47	0.00	0.28	0.06
-0.09	F2	0.44	0.48	0.01	0.30	0.14
-0.13	F3	0.46	0.56	0.00	0.28	0.18
-0.16	I1	0.47	0.66	-0.02	0.32	0.20
-0.11	I2	0.42	0.57	0.01	0.32	0.17
-0.16	I3	0.37	0.45	0.00	0.36	0.19
-0.21	I4	0.40	0.52	-0.01	0.31	0.12
0.07	I5	0.34	0.37	0.11	0.23	0.08
-0.16	I6	0.37	0.36	0.14	0.40	0.11
-0.11	O1	0.50	0.22	0.17	0.53	0.25
-0.23	O2	0.44	0.56	0.01	0.24	0.20
-0.18	O3	0.42	0.54	-0.01	0.26	0.14

## Covariance Matrix

	MEDRM	MESLEK	CSAY	V1	V2	V3
MEDRM	0.18					
MESLEK	-0.04	1.28				
CSAY	0.00	0.08	1.43			
V1	0.08	-0.18	-0.05	1.29		
V2	0.05	-0.07	0.03	0.95	1.09	
V3	0.06	-0.06	0.01	0.86	0.87	1.08
V4	0.07	-0.02	0.09	0.72	0.75	0.75
V5	0.07	0.00	0.09	0.76	0.77	0.83
N1	0.04	-0.15	0.04	0.85	0.64	0.69
N2	0.11	-0.16	0.07	0.68	0.60	0.58
N3	0.02	-0.11	0.15	0.72	0.70	0.69
N4	0.04	-0.14	0.08	0.52	0.50	0.51

<b>N5</b>	0.06	-0.05	0.11	0.79	0.78	0.77
<b>N6</b>	0.07	-0.11	0.00	0.76	0.77	0.65
<b>S1</b>	0.08	-0.10	0.04	0.75	0.69	0.68
<b>S2</b>	0.01	0.01	-0.09	0.02	-0.13	-0.13
<b>S3</b>	0.12	-0.16	0.00	0.18	0.17	0.18
<b>F1</b>	0.03	0.04	0.05	0.56	0.54	0.50
<b>F2</b>	0.04	-0.05	0.03	0.50	0.49	0.50
<b>F3</b>	0.09	0.00	0.06	0.55	0.55	0.55
<b>I1</b>	0.08	0.00	0.00	0.63	0.68	0.64
<b>I2</b>	0.08	-0.03	0.00	0.57	0.54	0.58
<b>I3</b>	0.05	-0.05	0.05	0.54	0.52	0.54
<b>I4</b>	0.05	0.03	0.04	0.54	0.53	0.48
<b>I5</b>	0.08	-0.05	0.05	0.44	0.38	0.35
<b>I6</b>	0.07	-0.20	0.14	0.54	0.42	0.35
<b>O1</b>	0.08	-0.22	0.05	0.45	0.27	0.34
<b>O2</b>	0.09	-0.06	-0.03	0.56	0.57	0.61
<b>O3</b>	0.06	0.02	0.07	0.48	0.54	0.54

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>V4</b>	<b>V5</b>	<b>N1</b>	<b>N2</b>	<b>N3</b>	<b>N4</b>
<b>V4</b>	1.04					
<b>V5</b>	0.75	1.09				
<b>N1</b>	0.52	0.59	1.39			
<b>N2</b>	0.53	0.63	0.63	1.31		
<b>N3</b>	0.66	0.70	0.80	0.69	1.16	
<b>N4</b>	0.46	0.58	0.69	0.64	0.74	1.20
<b>N5</b>	0.71	0.77	0.61	0.56	0.67	0.50
<b>N6</b>	0.68	0.67	0.53	0.69	0.64	0.55
<b>S1</b>	0.61	0.70	0.52	0.64	0.58	0.51
<b>S2</b>	-0.11	-0.07	-0.14	0.00	-0.23	0.01
<b>S3</b>	0.13	0.22	0.21	0.37	0.27	0.22
<b>F1</b>	0.44	0.53	0.46	0.57	0.52	0.37
<b>F2</b>	0.48	0.49	0.41	0.48	0.45	0.38
<b>F3</b>	0.55	0.53	0.37	0.54	0.47	0.43
<b>I1</b>	0.58	0.64	0.50	0.53	0.59	0.46
<b>I2</b>	0.46	0.56	0.51	0.50	0.49	0.31
<b>I3</b>	0.49	0.52	0.47	0.47	0.55	0.38
<b>I4</b>	0.43	0.49	0.36	0.41	0.44	0.38
<b>I5</b>	0.36	0.45	0.40	0.52	0.35	0.44
<b>I6</b>	0.33	0.43	0.42	0.54	0.56	0.45
<b>O1</b>	0.34	0.32	0.39	0.71	0.41	0.48
<b>O2</b>	0.52	0.56	0.41	0.51	0.55	0.47
<b>O3</b>	0.51	0.54	0.37	0.50	0.46	0.36

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>N5</b>	<b>N6</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>F1</b>
<b>N5</b>	1.05					

<b>N6</b>	0.73	1.26				
<b>S1</b>	0.74	0.87	1.05			
<b>S2</b>	-0.15	-0.17	-0.17	1.69		
<b>S3</b>	0.22	0.18	0.26	-0.08	1.67	
<b>F1</b>	0.53	0.43	0.39	0.16	0.21	1.19
<b>F2</b>	0.49	0.45	0.49	0.00	0.21	0.53
<b>F3</b>	0.55	0.57	0.51	-0.09	0.20	0.53
<b>I1</b>	0.56	0.63	0.60	-0.05	0.28	0.50
<b>I2</b>	0.52	0.54	0.49	-0.06	0.20	0.55
<b>I3</b>	0.52	0.48	0.44	-0.07	0.12	0.57
<b>I4</b>	0.47	0.51	0.45	0.02	0.18	0.54
<b>I5</b>	0.34	0.41	0.38	0.14	0.12	0.53
<b>I6</b>	0.40	0.47	0.44	0.12	0.18	0.61
<b>O1</b>	0.34	0.49	0.40	0.13	0.14	0.50
<b>O2</b>	0.52	0.62	0.53	-0.08	0.19	0.50
<b>O3</b>	0.53	0.56	0.53	-0.10	0.23	0.53

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>I1</b>	<b>I2</b>	<b>I3</b>	<b>I4</b>
<b>F2</b>	0.79					
<b>F3</b>	0.66	0.87				
<b>I1</b>	0.51	0.55	0.92			
<b>I2</b>	0.57	0.59	0.70	0.98		
<b>I3</b>	0.56	0.56	0.60	0.69	1.02	
<b>I4</b>	0.50	0.54	0.67	0.65	0.60	0.86
<b>I5</b>	0.45	0.45	0.47	0.54	0.46	0.50
<b>I6</b>	0.51	0.44	0.47	0.50	0.56	0.45
<b>O1</b>	0.38	0.41	0.34	0.41	0.41	0.33
<b>O2</b>	0.56	0.58	0.57	0.58	0.50	0.46
<b>O3</b>	0.60	0.61	0.59	0.65	0.54	0.52

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>I5</b>	<b>I6</b>	<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>
<b>I5</b>	0.97				
<b>I6</b>	0.54	1.32			
<b>O1</b>	0.42	0.57	1.17		
<b>O2</b>	0.41	0.49	0.43	0.94	
<b>O3</b>	0.48	0.46	0.36	0.59	0.76

Number of Iterations = 53

## LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

### Measurement Equations

FIYAT = 0.63\*SYE, Errorvar.= 0.51 , R<sup>2</sup> = 0.44  
(0.061)  
8.34

KRDKMPNY = 0.76\*SYE, Errorvar.= 0.67 , R<sup>2</sup> = 0.46  
(0.091) (0.083)  
8.37 8.13

GELIR = 0.0047\*SYE, Errorvar.= 0.89 , R<sup>2</sup> = 0.00  
(0.071) (0.089)  
0.066 10.00

REKLAM = 0.43\*SYE, Errorvar.= 1.27 , R<sup>2</sup> = 0.13  
(0.093) (0.13)  
4.65 9.78

YAS = 0.25\*SYE, Errorvar.= 1.34 , R<sup>2</sup> = 0.046  
(0.090) (0.13)  
2.82 9.93

EGITIM = - 0.30\*SYE, Errorvar.= 2.41 , R<sup>2</sup> = 0.035  
(0.12) (0.24)  
-2.46 9.95

MEDRM = 0.10\*SYE, Errorvar.= 0.17 , R<sup>2</sup> = 0.059  
(0.032) (0.017)  
3.20 9.91

MESLEK = - 0.065\*SYE, Errorvar.= 1.27 , R<sup>2</sup> = 0.0033  
(0.085) (0.13)  
-0.76 10.00

CSAY = 0.048\*SYE, Errorvar.= 1.43 , R<sup>2</sup> = 0.0016  
(0.090) (0.14)  
0.53 10.00

V1 = 0.94\*MYIU, Errorvar.= 0.41 , R<sup>2</sup> = 0.68  
(0.046)  
8.98

V2 = 0.92\*MYIU, Errorvar.= 0.25 , R<sup>2</sup> = 0.77  
(0.058) (0.030)  
15.72 8.38

V3 = 0.90\*MYIU, Errorvar.= 0.26 , R<sup>2</sup> = 0.76  
(0.059) (0.031)  
15.47 8.51

V4 = 0.81\*MYIU, Errorvar.= 0.38 , R<sup>2</sup> = 0.63  
(0.060) (0.041)  
13.45 9.18

V5 = 0.87\*MYIU, Errorvar.= 0.33 , R<sup>2</sup> = 0.69  
(0.060) (0.037)  
14.42 8.92

N1 = 0.75\*MYIU, Errorvar.= 0.82 , R<sup>2</sup> = 0.41  
(0.076) (0.085)  
9.97 9.67

N2 = 0.72\*MYIU, Errorvar.= 0.79 , R<sup>2</sup> = 0.40  
(0.074) (0.081)  
9.83 9.68

N3 = 0.81\*MYIU, Errorvar.= 0.50 , R<sup>2</sup> = 0.57  
(0.065) (0.054)  
12.39 9.38

N4 = 0.63\*MYIU, Errorvar.= 0.80 , R<sup>2</sup> = 0.34  
(0.072) (0.082)  
8.82 9.76

N5 = 0.85\*MYIU, Errorvar.= 0.32 , R<sup>2</sup> = 0.70  
(0.059) (0.036)  
14.43 8.91

N6 = 0.82\*MYIU, Errorvar.= 0.60 , R<sup>2</sup> = 0.53  
(0.069) (0.063)  
11.77 9.47

S1 = 0.71\*SFC, Errorvar.= 0.54 , R<sup>2</sup> = 0.49  
(0.057)  
9.37

S2 = - 0.079\*SFC, Errorvar.= 1.69 , R<sup>2</sup> = 0.0037  
(0.095) (0.17)  
-0.83 10.00

S3 = 0.29\*SFC, Errorvar.= 1.58 , R<sup>2</sup> = 0.049  
(0.094) (0.16)  
3.03 9.97

F1 = 0.70\*SFC, Errorvar.= 0.70 , R<sup>2</sup> = 0.41  
(0.081) (0.073)  
8.66 9.54

F2 = 0.75\*SFC, Errorvar.= 0.22 , R<sup>2</sup> = 0.72  
(0.067) (0.027)  
11.33 8.12

F3 = 0.79\*SFC, Errorvar.= 0.24 , R<sup>2</sup> = 0.73  
(0.070) (0.030)  
11.38 8.04



I1 = 0.82\*IMK, Errorvar.= 0.24 , R<sup>2</sup> = 0.74  
(0.030)  
7.91

I2 = 0.85\*IMK, Errorvar.= 0.26 , R<sup>2</sup> = 0.74  
(0.053) (0.032)  
15.91 7.92

I3 = 0.78\*IMK, Errorvar.= 0.42 , R<sup>2</sup> = 0.59  
(0.059) (0.047)  
13.17 8.96

I4 = 0.77\*IMK, Errorvar.= 0.27 , R<sup>2</sup> = 0.69  
(0.051) (0.032)  
14.94 8.39

I5 = 0.63\*IMK, Errorvar.= 0.58 , R<sup>2</sup> = 0.41  
(0.062) (0.061)  
10.12 9.50

I6 = 0.64\*IMK, Errorvar.= 0.91 , R<sup>2</sup> = 0.31  
(0.075) (0.094)  
8.49 9.67

O1 = 0.53\*DMK, Errorvar.= 0.88 , R<sup>2</sup> = 0.24  
(0.090)  
9.79

O2 = 0.76\*DMK, Errorvar.= 0.36 , R<sup>2</sup> = 0.61  
(0.11) (0.041)  
7.09 8.76

O3 = 0.77\*DMK, Errorvar.= 0.17 , R<sup>2</sup> = 0.78  
(0.10) (0.026)  
7.44 6.46

#### Structural Equations

SYE = 0.95\*KKT, Errorvar.= 0.11 , R<sup>2</sup> = 0.89  
(0.097) (0.080)  
9.70 1.34

MYIU = 0.84\*KKT, Errorvar.= 0.30 , R<sup>2</sup> = 0.70  
(0.072) (0.049)  
11.61 6.15

SFC = 0.99\*KKT, Errorvar.= 0.023 , R<sup>2</sup> = 0.98  
(0.090) (0.028)  
10.94 0.81

IMK = 0.91\*KKT, Errorvar.= 0.17 , R<sup>2</sup> = 0.83  
(0.068) (0.035)  
13.32 4.75

DMK = 0.99\*KKT, Errorvar.= 0.012 , R<sup>2</sup> = 0.99  
 (0.14) (0.035)  
 7.23 0.36

### Correlation Matrix of Independent Variables

**KKT**  
 1.00

### Covariance Matrix of Latent Variables

	<b>SYE</b>	<b>MYIU</b>	<b>SFC</b>	<b>IMK</b>	<b>DMK</b>	<b>KKT</b>
<b>SYE</b>	1.00					
<b>MYIU</b>	0.79	1.00				
<b>SFC</b>	0.93	0.83	1.00			
<b>IMK</b>	0.86	0.76	0.90	1.00		
<b>DMK</b>	0.94	0.83	0.98	0.91	1.00	
<b>KKT</b>	0.95	0.84	0.99	0.91	0.99	1.00

### Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 555  
 Minimum Fit Function Chi-Square = 1328.40 (P = 0.0)  
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 1366.77 (P = 0.0)  
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 811.77  
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (707.00 ; 924.22)

Minimum Fit Function Value = 6.64  
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 4.06  
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (3.54 ; 4.62)  
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.086  
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.080 ; 0.091)  
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 7.58  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (7.06 ; 8.15)  
 ECVI for Saturated Model = 6.30  
 ECVI for Independence Model = 92.10

Chi-Square for Independence Model with 595 Degrees of Freedom = 18350.93  
 Independence AIC = 18420.93  
 Model AIC = 1516.77  
 Saturated AIC = 1260.00  
 Independence CAIC = 18571.55  
 Model CAIC = 1839.52  
 Saturated CAIC = 3971.08

Normed Fit Index (NFI) = 0.93  
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.95  
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.87  
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.96  
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.96  
 Relative Fit Index (RFI) = 0.92

Critical N (CN) = 96.67

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.086  
 Standardized RMR = 0.072  
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.72  
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.68  
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.63

**The Modification Indices Suggest to Add the**

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
<b>N2</b>	<b>SYE</b>	12.3	0.46 i n t b l
<b>N2</b>	<b>SFC</b>	10.2	0.42 i n t b l
<b>N2</b>	<b>DMK</b>	10.1	0.42 i n t b l
<b>N6</b>	<b>SYE</b>	8.8	0.35 i n t b l
<b>N6</b>	<b>DMK</b>	8.1	0.34 i n t b l
<b>S1</b>	<b>SYE</b>	14.0	1.43 i n t

				bl
				l
<b>S1</b>	<b>MYIU</b>	54.0	0.82	int
				tbl
				l
<b>S1</b>	<b>DMK</b>	11.4	3.51	int
				tbl
				l
<b>F2</b>	<b>SYE</b>	9.4	-0.85	int
				tbl
				l
<b>F2</b>	<b>MYIU</b>	15.1	-0.31	int
				tbl
				l
<b>I1</b>	<b>MYIU</b>	16.8	0.29	int
				tbl
				l
<b>O3</b>	<b>MYIU</b>	9.8	-0.23	int
				tbl
				l
<b>SYE</b>	<b>MYIU</b>	11.4	0.42	int
				tbl
				l
<b>MYIU</b>	<b>SYE</b>	11.4	1.18	int
				tbl
				l

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
<b>MYIU</b>	<b>SYE</b>	11.4	0.13
<b>EGITIM</b>	<b>YAS</b>	9.5	-0.39
<b>MEDRM</b>	<b>YAS</b>	26.5	0.17
<b>MESLEK</b>	<b>GELIR</b>	59.6	-0.58
<b>MESLEK</b>	<b>REKLAM</b>	14.9	-0.35
<b>MESLEK</b>	<b>EGITIM</b>	9.4	0.38
<b>V2</b>	<b>KRDKMPN Y</b>	14.4	0.13
<b>V2</b>	<b>V1</b>	20.5	0.12

					l
<b>V3</b>	<b>V2</b>		8.6	0.07	i n t b l
<b>V5</b>	<b>REKLAM</b>		8.1	-0.14	i n t b l
<b>N1</b>	<b>REKLAM</b>		17.0	0.31	i n t b l
<b>N1</b>	<b>EGITIM</b>		7.9	0.29	i n t b l
<b>N1</b>	<b>V1</b>		13.8	0.16	i n t b l
<b>N3</b>	<b>N1</b>		19.7	0.21	i n t b l
<b>N4</b>	<b>V2</b>		9.0	-0.10	i n t b l
<b>N4</b>	<b>N1</b>		13.7	0.22	i n t b l
<b>N4</b>	<b>N2</b>		11.6	0.20	i

					n t b l
<b>N4</b>	<b>N3</b>	27.9	0.25	i n t b l	
<b>N6</b>	<b>EGITIM</b>	8.1	-0.25	i n t b l	
<b>N6</b>	<b>V3</b>	11.7	-0.11	i n t b l	
<b>S1</b>	<b>KRDKMPN Y</b>	8.2	0.13	i n t b l	
<b>S1</b>	<b>N5</b>	8.1	0.09	i n t b l	
<b>S1</b>	<b>N6</b>	26.5	0.22	i n t b l	
<b>F1</b>	<b>S2</b>	8.5	0.23	i n t b l	
<b>F3</b>	<b>F2</b>	32.8	0.14	i n t b	

				11.9	0.12	l i n t b l
<b>I1</b>	<b>KRDKMPN Y</b>					
<b>I1</b>	<b>S1</b>			11.7	0.10	i n t b l
<b>I1</b>	<b>F2</b>			11.8	-0.07	i n t b l
<b>I2</b>	<b>N4</b>			11.1	-0.12	i n t b l
<b>I4</b>	<b>I1</b>			9.2	0.07	i n t b l
<b>I5</b>	<b>N2</b>			9.7	0.15	i n t b l
<b>I5</b>	<b>N4</b>			9.3	0.15	i n t b l
<b>I6</b>	<b>V3</b>			9.4	-0.12	i n t b l
<b>I6</b>	<b>N3</b>			9.6	0.15	i



					n
					t
					b
					l
<b>I6</b>	<b>I5</b>		8.0	0.15	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>FIYAT</b>		14.4	0.19	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>KRDKMPN Y</b>		12.5	-0.21	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>REKLAM</b>		17.4	0.32	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>V2</b>		17.3	-0.15	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>N2</b>		34.8	0.36	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>N4</b>		10.6	0.20	i
					n
					t
					b
					l
<b>O1</b>	<b>I6</b>		15.4	0.25	i
					n
					t
					b

				l
<b>O3</b>	<b>V1</b>	11.0	-0.07	i n t b l
<b>O3</b>	<b>F2</b>	8.0	0.05	i n t b l
<b>O3</b>	<b>I2</b>	11.8	0.06	i n t b l
Time used:			0.828	Seconds

### EK 3: ERKEK BİREYLER KONUT TERCİHİ ÇÖZÜM MODELİ

DATE: 3/10/2019  
TIME: 14:14

**L I S R E L 8.72**

BY

Karl G. Jöreskog and Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.  
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-

2005

Use of this program is subject to the terms specified in  
the

Universal Copyright Convention.  
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file **F:\tez**  
**düzelme\modeller\CNR ERKEK.SPJ:**

Latent Variables SYE MYIU SFC IMK DMK EKT  
Relationships  
FIYAT = SYE  
KRDKMPNY = SYE  
GELIR = SYE  
REKLAM = SYE  
YAS = SYE  
EGITIM = SYE  
MEDRM = SYE  
CSAY = SYE  
MESLEK = SYE  
V1 = MYIU  
V2 = MYIU  
V3 = MYIU  
V4 = MYIU  
V5 = MYIU  
N1 = MYIU  
N2 = MYIU  
N3 = MYIU

N4 = MYIU  
 N5 = MYIU  
 N6 = MYIU  
 S1 = SFC  
 S2 = SFC  
 S3 = SFC  
 F1 = SFC  
 F2 = SFC  
 F3 = SFC  
 I1 = IMK  
 I2 = IMK  
 I3 = IMK  
 I4 = IMK  
 I5 = IMK  
 I6 = IMK  
 O1 = DMK  
 O2 = DMK  
 O3 = DMK

SYE MYIU SFC IMK DMK = EKT

Path Diagram  
 End of Problem

Covariance Matrix

	FIYAT	KRDKMPNY	GELIR	REKLAM	YAS
EGITIM					
-----	-----	-----	-----	-----	-----
FIYAT	1.21				
KRDKMPNY	0.44	1.05			
GELIR	0.23	0.15	1.58		
REKLAM	0.08	-0.01	0.25	1.34	
YAS	0.02	0.01	-0.16	0.05	1.33
EGITIM	-0.07	-0.09	0.00	0.05	-0.09
2.20					
MEDRM	0.00	0.01	0.02	0.02	0.09
-0.01					
MESLEK	-0.22	-0.37	-0.83	-0.19	-0.02
0.05					
CSAY	-0.05	0.02	-0.22	0.12	0.18
-0.16					
V1	0.33	0.41	-0.01	0.11	-0.06
-0.23					
V2	0.35	0.47	0.04	0.05	-0.07
-0.11					
V3	0.38	0.58	0.12	-0.01	-0.04
-0.14					
V4	0.36	0.40	0.01	0.00	-0.10
-0.02					
V5	0.48	0.42	0.15	-0.04	-0.12

-0.20						
	N1	0.08	0.18	-0.01	0.19	-0.11
-0.15						
	N2	0.38	0.08	0.08	0.25	0.06
0.09						
	N3	0.20	0.24	-0.06	0.04	-0.16
-0.14						
	N4	0.26	0.27	0.04	0.01	-0.09
-0.22						
	N5	0.40	0.43	0.02	0.03	-0.18
-0.14						
	N6	0.40	0.56	0.16	0.02	0.08
-0.03						
	S1	0.56	0.46	0.13	0.10	0.09
-0.02						
	S2	0.14	0.08	0.29	0.05	-0.10
-0.11						
	S3	0.31	0.47	0.28	-0.11	0.00
0.00						
	F1	0.38	0.37	-0.03	0.04	-0.02
-0.13						
	F2	0.51	0.44	0.25	0.10	-0.06
-0.20						
	F3	0.52	0.34	0.18	0.05	0.02
-0.05						
	I1	0.51	0.54	0.17	0.10	0.05
-0.14						
	I2	0.50	0.52	0.25	-0.04	-0.05
-0.08						
	I3	0.45	0.41	0.21	-0.01	-0.09
-0.22						
	I4	0.62	0.53	0.28	0.02	-0.03
-0.09						
	I5	0.42	0.30	0.19	0.08	0.15
-0.02						
	I6	0.36	0.26	0.07	0.19	0.15
-0.14						
	O1	0.46	0.12	0.18	0.25	0.08
0.03						
	O2	0.70	0.53	0.15	-0.11	0.01
-0.28						
	O3	0.49	0.47	0.10	-0.03	-0.05
-0.13						

## Covariance Matrix

	<b>MEDRM</b>	<b>MESLEK</b>	<b>CSAY</b>	<b>V1</b>	<b>V2</b>	<b>V3</b>
<b>MEDRM</b>	0.10					
<b>MESLEK</b>	-0.06	1.94				
<b>CSAY</b>	0.03	0.37	1.35			
<b>V1</b>	0.06	-0.16	0.02	1.30		
<b>V2</b>	0.02	-0.22	-0.02	0.71	1.08	
<b>V3</b>	0.02	-0.33	0.01	0.66	0.86	1.16
<b>V4</b>	0.00	-0.25	0.12	0.40	0.64	0.71
<b>V5</b>	0.02	-0.25	-0.03	0.43	0.59	0.72

<b>N1</b>	0.01	-0.21	-0.07	0.72	0.55	0.48
<b>N2</b>	0.00	-0.25	0.12	0.24	0.35	0.36
<b>N3</b>	0.02	-0.15	0.05	0.50	0.54	0.59
<b>N4</b>	0.01	-0.20	-0.03	0.44	0.40	0.49
<b>N5</b>	0.02	-0.20	0.00	0.44	0.60	0.71
<b>N6</b>	-0.01	-0.23	0.11	0.51	0.57	0.67
<b>S1</b>	0.05	-0.26	0.07	0.37	0.50	0.64
<b>S2</b>	-0.02	-0.25	-0.07	-0.08	0.16	0.18
<b>S3</b>	-0.03	-0.12	-0.06	0.02	0.29	0.28
<b>F1</b>	-0.01	-0.08	-	0.24	0.38	0.36
<b>F2</b>	-0.02	-0.42	-0.14	0.32	0.51	0.59
<b>F3</b>	0.00	-0.29	0.06	0.21	0.47	0.53
<b>I1</b>	0.02	-0.30	0.00	0.37	0.38	0.45
<b>I2</b>	-0.01	-0.40	-0.14	0.37	0.48	0.56
<b>I3</b>	0.01	-0.30	-0.12	0.27	0.39	0.43
<b>I4</b>	-0.02	-0.29	-0.08	0.32	0.47	0.49
<b>I5</b>	0.00	-0.17	-0.02	0.40	0.36	0.38
<b>I6</b>	-0.01	-0.10	-0.15	0.38	0.24	0.33
<b>O1</b>	0.00	-0.08	-0.19	0.25	0.07	0.06
<b>O2</b>	0.01	-0.23	0.08	0.34	0.52	0.71
<b>O3</b>	-0.02	-0.26	-0.04	0.29	0.52	0.65

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>V4</b>	<b>V5</b>	<b>N1</b>	<b>N2</b>	<b>N3</b>	<b>N4</b>
<b>V4</b>	1.00					
<b>V5</b>	0.57	1.06				
<b>N1</b>	0.43	0.37	1.37			
<b>N2</b>	0.35	0.31	0.28	1.12		
<b>N3</b>	0.44	0.66	0.57	0.44	1.05	
<b>N4</b>	0.40	0.57	0.54	0.34	0.75	1.14
<b>N5</b>	0.54	0.81	0.35	0.34	0.67	0.68
<b>N6</b>	0.48	0.43	0.21	0.31	0.34	0.40
<b>S1</b>	0.56	0.57	0.20	0.31	0.45	0.47
<b>S2</b>	0.22	0.17	0.10	0.02	0.06	-0.01
<b>S3</b>	0.15	0.33	-0.16	0.06	0.14	0.11
<b>F1</b>	0.39	0.52	0.48	0.27	0.35	0.38
<b>F2</b>	0.39	0.57	0.34	0.36	0.40	0.38
<b>F3</b>	0.43	0.62	0.19	0.39	0.42	0.39
<b>I1</b>	0.37	0.46	0.18	0.21	0.28	0.20
<b>I2</b>	0.43	0.50	0.30	0.19	0.30	0.27
<b>I3</b>	0.40	0.42	0.34	0.24	0.31	0.38
<b>I4</b>	0.37	0.44	0.23	0.14	0.25	0.24
<b>I5</b>	0.28	0.26	0.23	0.20	0.19	0.31
<b>I6</b>	0.16	0.24	0.35	0.18	0.27	0.50
<b>O1</b>	0.15	0.12	0.36	0.44	0.21	0.35
<b>O2</b>	0.48	0.78	0.21	0.32	0.50	0.48
<b>O3</b>	0.48	0.68	0.25	0.28	0.40	0.40

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>N5</b>	<b>N6</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>F1</b>
<b>N5</b>	1.17					
<b>N6</b>	0.43	1.11				
<b>S1</b>	0.53	0.73	1.24			
<b>S2</b>	0.07	0.01	0.01	1.58		
<b>S3</b>	0.27	0.34	0.40	0.22	1.79	
<b>F1</b>	0.44	0.26	0.47	0.03	0.31	0.99
<b>F2</b>	0.50	0.41	0.57	0.18	0.28	0.34
<b>F3</b>	0.52	0.40	0.61	0.24	0.29	0.44
<b>I1</b>	0.41	0.40	0.50	0.10	0.32	0.40
<b>I2</b>	0.47	0.40	0.52	0.14	0.34	0.41
<b>I3</b>	0.45	0.26	0.33	0.25	0.34	0.39
<b>I4</b>	0.48	0.39	0.45	0.22	0.43	0.43
<b>I5</b>	0.20	0.35	0.48	0.10	0.20	0.29
<b>I6</b>	0.33	0.37	0.44	-0.05	0.23	0.35
<b>O1</b>	0.15	0.11	0.23	0.09	0.04	0.24
<b>O2</b>	0.69	0.56	0.71	0.18	0.40	0.42
<b>O3</b>	0.56	0.38	0.51	0.20	0.31	0.47

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>I1</b>	<b>I2</b>	<b>I3</b>	<b>I4</b>
<b>F2</b>	1.14					
<b>F3</b>	0.79	1.16				
<b>I1</b>	0.51	0.50	0.89			
<b>I2</b>	0.61	0.49	0.66	0.97		
<b>I3</b>	0.50	0.43	0.47	0.52	0.98	
<b>I4</b>	0.55	0.47	0.60	0.68	0.60	0.97
<b>I5</b>	0.50	0.44	0.45	0.36	0.37	0.40
<b>I6</b>	0.54	0.41	0.36	0.32	0.45	0.41
<b>O1</b>	0.33	0.25	0.16	0.24	0.30	0.21
<b>O2</b>	0.75	0.80	0.52	0.54	0.48	0.54
<b>O3</b>	0.66	0.71	0.49	0.53	0.50	0.46

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>I5</b>	<b>I6</b>	<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>
<b>I5</b>	1.40				
<b>I6</b>	0.74	1.59			
<b>O1</b>	0.28	0.59	1.47		
<b>O2</b>	0.47	0.46	0.30	1.19	
<b>O3</b>	0.40	0.33	0.22	0.78	0.94

Number of Iterations = 52

## LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

### Measurement Equations

FIYAT = 0.72\*SYE, Errorvar.= 0.69 , R<sup>2</sup> = 0.43  
(0.089)  
7.80

KRDKMPNY = 0.65\*SYE, Errorvar.= 0.63 , R<sup>2</sup> = 0.40  
(0.087) (0.078)  
7.47 8.09

GELIR = 0.27\*SYE, Errorvar.= 1.51 , R<sup>2</sup> = 0.045  
(0.099) (0.15)  
2.71 9.76

REKLAM = 0.043\*SYE, Errorvar.= 1.34 , R<sup>2</sup> = 0.0014  
(0.090) (0.14)  
0.48 9.85

YAS = - 0.015\*SYE, Errorvar.= 1.33 , R<sup>2</sup> = 0.00016  
(0.090) (0.13)  
-0.16 9.85

EGITIM = - 0.18\*SYE, Errorvar.= 2.17 , R<sup>2</sup> = 0.014  
(0.12) (0.22)  
-1.53 9.82

MEDRM = 0.0084\*SYE, Errorvar.= 0.097 , R<sup>2</sup> = 0.00073  
(0.024) (0.0098)  
0.35 9.85

MESLEK = - 0.43\*SYE, Errorvar.= 1.76 , R<sup>2</sup> = 0.094  
(0.11) (0.18)  
-3.86 9.66

CSAY = - 0.039\*SYE, Errorvar.= 1.35 , R<sup>2</sup> = 0.0011  
(0.091) (0.14)  
-0.43 9.85

V1 = 0.67\*MYIU, Errorvar.= 0.86 , R<sup>2</sup> = 0.34  
(0.091)  
9.46

V2 = 0.82\*MYIU, Errorvar.= 0.41 , R<sup>2</sup> = 0.63  
(0.098) (0.047)  
8.39 8.58

V3 = 0.92\*MYIU, Errorvar.= 0.31 , R<sup>2</sup> = 0.74  
(0.10) (0.040)  
8.81 7.74



V4 = 0.71\*MYIU, Errorvar.= 0.49 , R<sup>2</sup> = 0.51  
(0.091) (0.055)  
7.83 9.08

V5 = 0.82\*MYIU, Errorvar.= 0.39 , R<sup>2</sup> = 0.63  
(0.097) (0.046)  
8.42 8.55

N1 = 0.56\*MYIU, Errorvar.= 1.05 , R<sup>2</sup> = 0.23  
(0.096) (0.11)  
5.86 9.62

N2 = 0.44\*MYIU, Errorvar.= 0.92 , R<sup>2</sup> = 0.17  
(0.085) (0.095)  
5.20 9.69

N3 = 0.72\*MYIU, Errorvar.= 0.53 , R<sup>2</sup> = 0.49  
(0.093) (0.058)  
7.78 9.11

N4 = 0.65\*MYIU, Errorvar.= 0.71 , R<sup>2</sup> = 0.38  
(0.093) (0.075)  
7.07 9.39

N5 = 0.82\*MYIU, Errorvar.= 0.51 , R<sup>2</sup> = 0.57  
(0.10) (0.057)  
8.14 8.85

N6 = 0.64\*MYIU, Errorvar.= 0.70 , R<sup>2</sup> = 0.37  
(0.091) (0.075)  
7.00 9.41

S1 = 0.75\*SFC, Errorvar.= 0.68 , R<sup>2</sup> = 0.46  
(0.075)  
9.02

S2 = 0.21\*SFC, Errorvar.= 1.54 , R<sup>2</sup> = 0.028  
(0.095) (0.16)  
2.23 9.82

S3 = 0.44\*SFC, Errorvar.= 1.59 , R<sup>2</sup> = 0.11  
(0.10) (0.16)  
4.34 9.74

F1 = 0.55\*SFC, Errorvar.= 0.69 , R<sup>2</sup> = 0.30  
(0.077) (0.073)  
7.09 9.43

F2 = 0.83\*SFC, Errorvar.= 0.45 , R<sup>2</sup> = 0.60  
(0.086) (0.055)  
9.67 8.22

F3 = 0.83\*SFC, Errorvar.= 0.46 , R<sup>2</sup> = 0.60  
(0.086) (0.056)  
9.65 8.25

I1 = 0.76\*IMK, Errorvar.= 0.30 , R<sup>2</sup> = 0.66  
(0.039)  
7.79

I2 = 0.82\*IMK, Errorvar.= 0.30 , R<sup>2</sup> = 0.69  
(0.063) (0.040)  
12.92 7.48

I3 = 0.68\*IMK, Errorvar.= 0.52 , R<sup>2</sup> = 0.47  
(0.067) (0.059)  
10.09 8.92

I4 = 0.81\*IMK, Errorvar.= 0.32 , R<sup>2</sup> = 0.67  
(0.063) (0.042)  
12.74 7.63

I5 = 0.56\*IMK, Errorvar.= 1.09 , R<sup>2</sup> = 0.22  
(0.085) (0.11)  
6.55 9.55

I6 = 0.54\*IMK, Errorvar.= 1.31 , R<sup>2</sup> = 0.18  
(0.092) (0.14)  
5.85 9.62

O1 = 0.32\*DMK, Errorvar.= 1.37 , R<sup>2</sup> = 0.072  
(0.14)  
9.77

O2 = 0.95\*DMK, Errorvar.= 0.30 , R<sup>2</sup> = 0.75  
(0.26) (0.045)  
3.64 6.53

O3 = 0.82\*DMK, Errorvar.= 0.26 , R<sup>2</sup> = 0.72  
(0.23) (0.037)  
3.63 7.08

#### Structural Equations

SYE = 0.94\*EKT, Errorvar.= 0.12 , R<sup>2</sup> = 0.88  
(0.10) (0.10)  
9.19 1.17

MYIU = 0.80\*EKT, Errorvar.= 0.35 , R<sup>2</sup> = 0.65  
(0.10) (0.088)  
7.72 4.01

SFC = 0.99\*EKT, Errorvar.= 0.028 , R<sup>2</sup> = 0.97  
(0.097) (0.042)  
10.14 0.66

IMK = 0.84\*EKT, Errorvar.= 0.29 , R<sup>2</sup> = 0.71  
(0.077) (0.058)  
10.96 4.97

DMK = 0.96\*EKT, Errorvar.= 0.079 , R<sup>2</sup> = 0.92  
 (0.27) (0.059)  
 3.61 1.33

### Correlation Matrix of Independent Variables

**EKT**  
 1.00

### Covariance Matrix of Latent Variables

	<b>SYE</b>	<b>MYIU</b>	<b>SFC</b>	<b>IMK</b>	<b>DMK</b>	<b>EKT</b>
<b>SYE</b>	1.00					
<b>MYIU</b>	0.75	1.00				
<b>SFC</b>	0.93	0.79	1.00			
<b>IMK</b>	0.79	0.68	0.83	1.00		
<b>DMK</b>	0.90	0.77	0.95	0.81	1.00	
<b>EKT</b>	0.94	0.80	0.99	0.84	0.96	1.00

### Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 555  
 Minimum Fit Function Chi-Square = 1391.78 (P = 0.0)  
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 1417.77 (P = 0.0)  
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 862.77  
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (755.48 ; 977.72)

Minimum Fit Function Value = 7.17  
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 4.45  
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (3.89 ; 5.04)  
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.090  
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.084 ; 0.095)  
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 8.08  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (7.53 ; 8.67)  
 ECVI for Saturated Model = 6.49  
 ECVI for Independence Model = 57.54

Chi-Square for Independence Model with 595 Degrees of Freedom = 11092.15  
 Independence AIC = 11162.15  
 Model AIC = 1567.77  
 Saturated AIC = 1260.00  
 Independence CAIC = 11311.71  
 Model CAIC = 1888.25

Saturated CAIC = 3951.99

Normed Fit Index (NFI) = 0.87

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.91

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.82

Comparative Fit Index (CFI) = 0.92

Incremental Fit Index (IFI) = 0.92

Relative Fit Index (RFI) = 0.87

Critical N (CN) = 89.57

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.096

Standardized RMR = 0.076

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.71

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.67

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.62

### The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
<b>KRDKMPN Y</b>	<b>IMK</b>	13.2	0.53 i n t b l
<b>V1</b>	<b>SFC</b>	9.3	-0.41 i n t b l
<b>V1</b>	<b>DMK</b>	10.7	-0.42 i n t b l
<b>V5</b>	<b>SYE</b>	15.3	0.38 i n t b l
<b>V5</b>	<b>SFC</b>	19.0	0.43 i n t b l
<b>V5</b>	<b>DMK</b>	27.0	0.48 i

					n t b l
<b>N1</b>	<b>SYE</b>	9.8	-0.46	i n t b l	
<b>N1</b>	<b>SFC</b>	7.9	-0.41	i n t b l	
<b>N1</b>	<b>DMK</b>	10.5	-0.45	i n t b l	
<b>N3</b>	<b>SYE</b>	12.3	-0.38	i n t b l	
<b>N3</b>	<b>IMK</b>	9.3	-0.26	i n t b l	
<b>F3</b>	<b>SYE</b>	18.1	-1.69	i n t b l	
<b>F3</b>	<b>DMK</b>	8.9	1.24	i n t b l	
<b>O2</b>	<b>IMK</b>	11.7	-0.41	i n t b	

					l
<b>SYE</b>	<b>IMK</b>	28.7	0.89	i	n
				t	b
				l	l
<b>SFC</b>	<b>DMK</b>	8.5	1.50	i	n
				t	b
				l	l
<b>IMK</b>	<b>SYE</b>	28.7	2.16	i	n
				t	b
				l	l
<b>IMK</b>	<b>DMK</b>	14.6	-1.76	i	n
				t	b
				l	l
<b>DMK</b>	<b>SFC</b>	8.5	4.30	i	n
				t	b
				l	l
<b>DMK</b>	<b>IMK</b>	14.6	-0.48	i	n
				t	b
				l	l

**The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance**

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
<b>IMK</b>	<b>SYE</b>	28.7	0.26
			i
			n
			t
			b
			l
<b>DMK</b>	<b>SFC</b>	8.5	0.12
			i
			n

					t b l
	<b>DMK</b>	<b>IMK</b>	14.6	-0.14	i n t b l
	<b>MEDRM</b>	<b>YAS</b>	13.3	0.09	i n t b l
	<b>MESLEK</b>	<b>GELIR</b>	38.3	-0.73	i n t b l
	<b>CSAY</b>	<b>MESLEK</b>	10.2	0.36	i n t b l
	<b>V2</b>	<b>V1</b>	17.0	0.19	i n t b l
	<b>V3</b>	<b>KRDKMPN Y</b>	9.6	0.12	i n t b l
	<b>V3</b>	<b>V2</b>	27.5	0.17	i n t b l
	<b>V5</b>	<b>V1</b>	9.0	-0.14	i n t b

				1
<b>V5</b>	<b>V2</b>	13.8	-0.13	i n t b l
<b>N1</b>	<b>V1</b>	26.8	0.36	i n t b l
<b>N2</b>	<b>FIYAT</b>	8.3	0.18	i n t b l
<b>N2</b>	<b>KRDKMPN Y</b>	11.7	-0.20	i n t b l
<b>N2</b>	<b>REKLAM</b>	8.4	0.23	i n t b l
<b>N3</b>	<b>V3</b>	9.2	-0.11	i n t b l
<b>N3</b>	<b>N1</b>	10.6	0.18	i n t b l
<b>N4</b>	<b>V2</b>	16.9	-0.18	i n t b l
<b>N4</b>	<b>V3</b>	16.7	-0.16	i



					n t b l
<b>N4</b>	<b>N1</b>	8.6	0.19	i n t b l	
<b>N4</b>	<b>N3</b>	45.9	0.32	i n t b l	
<b>N5</b>	<b>V5</b>	24.7	0.18	i n t b l	
<b>N5</b>	<b>N4</b>	13.4	0.17	i n t b l	
<b>N6</b>	<b>KRDKMPN Y</b>	13.6	0.19	i n t b l	
<b>N6</b>	<b>V3</b>	8.0	0.11	i n t b l	
<b>N6</b>	<b>N3</b>	8.6	-0.14	i n t b l	
<b>S1</b>	<b>N6</b>	30.5	0.29	i n t b	

				l
<b>S3</b>	<b>N1</b>	9.5	-0.29	i n t b l
<b>F1</b>	<b>V3</b>	10.5	-0.12	i n t b l
<b>F1</b>	<b>N1</b>	19.5	0.28	i n t b l
<b>F2</b>	<b>F1</b>	11.5	-0.15	i n t b l
<b>F3</b>	<b>KRDKMPN Y</b>	18.1	-0.19	i n t b l
<b>F3</b>	<b>F2</b>	17.1	0.19	i n t b l
<b>I4</b>	<b>FIYAT</b>	11.8	0.14	i n t b l
<b>I6</b>	<b>N4</b>	17.8	0.30	i n t b l
<b>I6</b>	<b>I2</b>	9.2	-0.16	i

				0.47	int t b l
<b>I6</b>	<b>I5</b>	27.9		0.47	int t b l
<b>O1</b>	<b>FIYAT</b>	11.6		0.25	int t b l
<b>O1</b>	<b>V3</b>	11.7		-0.18	int t b l
<b>O1</b>	<b>N1</b>	11.2		0.29	int t b l
<b>O1</b>	<b>N2</b>	18.8		0.35	int t b l
<b>O1</b>	<b>N4</b>	10.3		0.23	int t b l
<b>O1</b>	<b>I6</b>	18.6		0.42	int t b l
<b>O2</b>	<b>REKLAM</b>	8.4		-0.15	int t b



## EK 4: GENEL TÜKETİCİ KONU TALEBİ ÇÖZÜM MODELİ

DATE: 3/10/2019

TIME: 0:04

**L I S R E L 8.72**

BY

Karl G. Jöreskog and Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.  
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100  
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140  
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-

2005

Use of this program is subject to the terms specified in  
the

Universal Copyright Convention.  
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file **C:\Users\LENOVO-PC\Desktop\tez düzeltme\modeler\CNR GENEL.SPJ**:

Latent Variables SYE MYIU SFC IMK DMK KT  
Relationships  
FIYAT = SYE  
KRDKMPNY = SYE  
GELIR = SYE  
REKLAM = SYE  
YAS = SYE  
EGITIM = SYE  
MEDRM = SYE  
MESLEK = SYE  
CSAY = SYE  
V1 = MYIU  
V2 = MYIU  
V3 = MYIU  
V4 = MYIU  
V5 = MYIU  
N1 = MYIU  
N2 = MYIU  
N3 = MYIU  
N4 = MYIU

N5 = MYIU  
 N6 = MYIU  
 S1 = SFC  
 S2 = SFC  
 S3 = SFC  
 F1 = SFC  
 F2 = SFC  
 F3 = SFC  
 I1 = IMK  
 I2 = IMK  
 I3 = IMK  
 I4 = IMK  
 I5 = IMK  
 I6 = IMK  
 O1 = DMK  
 O2 = DMK  
 O3 = DMK

SYE MYIU SFC IMK DMK = KT

Path Diagram  
 End of Problem

Covariance Matrix

	FIYAT	KRDKMPNY	GELIR	REKLAM	YAS
EGITIM					
-----					
FIYAT	1.07				
KRDKMPNY	0.46	1.15			
GELIR	0.10	0.05	1.24		
REKLAM	0.23	0.10	0.18	1.44	
YAS	0.07	0.05	-0.11	0.13	1.38
EGITIM	-0.14	-0.16	0.06	-0.03	-0.30
2.37					
MEDRM	0.01	0.07	0.05	0.02	0.15
-0.07					
MESLEK	-0.15	-0.14	-0.70	-0.29	-0.04
0.22					
CSAY	-0.04	0.03	-0.10	0.04	0.10
-0.06					
V1	0.40	0.50	-0.02	0.29	0.11
-0.32					
V2	0.41	0.59	-0.04	0.18	0.07
-0.25					
V3	0.43	0.58	0.01	0.16	0.11
-0.21					
V4	0.41	0.49	0.01	0.15	0.10
-0.14					
V5	0.46	0.51	0.05	0.10	0.04
-0.17					

-0.04	N1	0.21	0.29	0.00	0.39	0.04
-0.04	N2	0.44	0.32	0.07	0.39	0.17
-0.18	N3	0.35	0.39	-0.05	0.27	0.02
-0.12	N4	0.30	0.36	0.05	0.20	0.00
-0.21	N5	0.43	0.53	-0.07	0.21	0.00
-0.28	N6	0.43	0.60	0.08	0.20	0.20
-0.19	S1	0.50	0.55	0.07	0.24	0.15
-0.02	S2	0.04	-0.06	0.24	-0.03	-0.06
0.04	S3	0.25	0.34	0.16	0.03	0.06
-0.12	F1	0.46	0.42	-0.02	0.17	0.01
-0.13	F2	0.48	0.46	0.12	0.22	0.03
-0.08	F3	0.50	0.45	0.08	0.18	0.10
-0.14	I1	0.50	0.59	0.06	0.23	0.11
-0.08	I2	0.47	0.54	0.12	0.16	0.05
-0.18	I3	0.42	0.43	0.10	0.19	0.04
-0.13	I4	0.53	0.52	0.12	0.19	0.03
0.06	I5	0.40	0.33	0.13	0.19	0.09
-0.11	I6	0.40	0.30	0.08	0.35	0.10
-0.02	O1	0.49	0.17	0.17	0.41	0.16
-0.24	O2	0.58	0.54	0.07	0.08	0.10
-0.14	O3	0.46	0.50	0.04	0.13	0.04

## Covariance Matrix

	MEDRM	MESLEK	CSAY	V1	V2	V3
MEDRM	0.14					
MESLEK	-0.05	1.60				
CSAY	0.03	0.23	1.42			
V1	0.07	-0.17	-0.03	1.30		
V2	0.03	-0.15	0.01	0.83	1.09	
V3	0.04	-0.19	0.02	0.76	0.87	1.12
V4	0.04	-0.14	0.10	0.56	0.69	0.72
V5	0.04	-0.12	0.04	0.60	0.68	0.78

<b>N1</b>	0.02	-0.18	-0.02	0.78	0.60	0.58
<b>N2</b>	0.05	-0.20	0.09	0.46	0.48	0.47
<b>N3</b>	0.02	-0.13	0.09	0.62	0.62	0.64
<b>N4</b>	0.03	-0.17	0.03	0.48	0.45	0.50
<b>N5</b>	0.03	-0.13	0.04	0.62	0.69	0.74
<b>N6</b>	0.03	-0.17	0.06	0.63	0.67	0.66
<b>S1</b>	0.06	-0.18	0.05	0.57	0.59	0.65
<b>S2</b>	0.00	-0.11	-0.07	-0.03	0.01	0.02
<b>S3</b>	0.04	-0.14	-0.04	0.11	0.23	0.22
<b>F1</b>	0.01	-0.02	0.01	0.41	0.46	0.42
<b>F2</b>	0.01	-0.23	-0.06	0.42	0.50	0.54
<b>F3</b>	0.05	-0.15	0.05	0.39	0.51	0.54
<b>I1</b>	0.04	-0.15	-0.02	0.51	0.53	0.55
<b>I2</b>	0.03	-0.21	-0.08	0.47	0.51	0.57
<b>I3</b>	0.03	-0.17	-0.05	0.41	0.45	0.48
<b>I4</b>	0.01	-0.13	-0.04	0.45	0.50	0.48
<b>I5</b>	0.04	-0.11	-0.01	0.44	0.37	0.36
<b>I6</b>	0.02	-0.15	-0.04	0.48	0.33	0.33
<b>O1</b>	0.04	-0.16	-0.08	0.36	0.17	0.20
<b>O2</b>	0.05	-0.14	0.01	0.46	0.55	0.66
<b>O3</b>	0.02	-0.12	0.00	0.39	0.53	0.59

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>V4</b>	<b>V5</b>	<b>N1</b>	<b>N2</b>	<b>N3</b>	<b>N4</b>
<b>V4</b>	1.02					
<b>V5</b>	0.66	1.07				
<b>N1</b>	0.48	0.48	1.38			
<b>N2</b>	0.44	0.47	0.46	1.21		
<b>N3</b>	0.55	0.68	0.69	0.57	1.10	
<b>N4</b>	0.43	0.58	0.61	0.49	0.74	1.17
<b>N5</b>	0.63	0.78	0.49	0.45	0.67	0.59
<b>N6</b>	0.58	0.55	0.37	0.50	0.49	0.48
<b>S1</b>	0.58	0.63	0.36	0.48	0.52	0.49
<b>S2</b>	0.05	0.05	-0.02	0.01	-0.09	0.00
<b>S3</b>	0.14	0.27	0.03	0.22	0.21	0.16
<b>F1</b>	0.41	0.52	0.47	0.42	0.44	0.37
<b>F2</b>	0.44	0.52	0.37	0.42	0.43	0.38
<b>F3</b>	0.49	0.57	0.28	0.47	0.45	0.41
<b>I1</b>	0.48	0.55	0.35	0.38	0.44	0.33
<b>I2</b>	0.44	0.53	0.41	0.35	0.40	0.29
<b>I3</b>	0.45	0.46	0.41	0.36	0.44	0.38
<b>I4</b>	0.40	0.46	0.30	0.28	0.35	0.31
<b>I5</b>	0.32	0.35	0.32	0.37	0.28	0.37
<b>I6</b>	0.25	0.33	0.39	0.37	0.43	0.47
<b>O1</b>	0.25	0.22	0.38	0.58	0.32	0.41
<b>O2</b>	0.50	0.67	0.31	0.42	0.53	0.47
<b>O3</b>	0.49	0.61	0.31	0.39	0.43	0.38



**Covariance Matrix** (continued)

	<b>N5</b>	<b>N6</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>F1</b>
<b>N5</b>	1.11					
<b>N6</b>	0.58	1.19				
<b>S1</b>	0.64	0.80	1.14			
<b>S2</b>	-0.04	-0.08	-0.08	1.64		
<b>S3</b>	0.24	0.25	0.33	0.07	1.73	
<b>F1</b>	0.49	0.34	0.43	0.10	0.26	1.09
<b>F2</b>	0.50	0.43	0.53	0.08	0.25	0.44
<b>F3</b>	0.54	0.48	0.56	0.07	0.25	0.49
<b>I1</b>	0.50	0.51	0.55	0.02	0.30	0.46
<b>I2</b>	0.50	0.47	0.51	0.03	0.27	0.49
<b>I3</b>	0.49	0.37	0.39	0.09	0.23	0.48
<b>I4</b>	0.48	0.44	0.46	0.12	0.31	0.50
<b>I5</b>	0.29	0.37	0.44	0.11	0.17	0.42
<b>I6</b>	0.38	0.40	0.45	0.03	0.22	0.49
<b>O1</b>	0.25	0.30	0.32	0.11	0.10	0.38
<b>O2</b>	0.61	0.59	0.62	0.04	0.30	0.46
<b>O3</b>	0.55	0.47	0.52	0.05	0.27	0.50

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>I1</b>	<b>I2</b>	<b>I3</b>	<b>I4</b>
<b>F2</b>	0.97					
<b>F3</b>	0.73	1.01				
<b>I1</b>	0.52	0.53	0.91			
<b>I2</b>	0.59	0.54	0.69	0.98		
<b>I3</b>	0.53	0.50	0.54	0.61	1.00	
<b>I4</b>	0.53	0.51	0.65	0.67	0.61	0.93
<b>I5</b>	0.49	0.46	0.48	0.46	0.43	0.48
<b>I6</b>	0.54	0.44	0.44	0.43	0.52	0.46
<b>O1</b>	0.36	0.34	0.26	0.33	0.36	0.28
<b>O2</b>	0.66	0.69	0.55	0.57	0.49	0.51
<b>O3</b>	0.63	0.66	0.54	0.59	0.53	0.50

**Covariance Matrix** (continued)

	<b>I5</b>	<b>I6</b>	<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>
<b>I5</b>	1.21				
<b>I6</b>	0.68	1.51			
<b>O1</b>	0.36	0.60	1.32		
<b>O2</b>	0.45	0.49	0.37	1.06	
<b>O3</b>	0.45	0.41	0.30	0.69	0.85

Number of Iterations = 40

## LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

### Measurement Equations

FIYAT = 0.68\*SYE, Errorvar.= 0.61 , R<sup>2</sup> = 0.43  
(0.054)  
11.32

KRDKMPNY = 0.70\*SYE, Errorvar.= 0.67 , R<sup>2</sup> = 0.42  
(0.063) (0.058)  
11.11 11.48

GELIR = 0.12\*SYE, Errorvar.= 1.23 , R<sup>2</sup> = 0.011  
(0.060) (0.087)  
1.98 14.03

REKLAM = 0.26\*SYE, Errorvar.= 1.37 , R<sup>2</sup> = 0.047  
(0.065) (0.098)  
3.98 13.95

YAS = 0.11\*SYE, Errorvar.= 1.36 , R<sup>2</sup> = 0.0090  
(0.063) (0.097)  
1.76 14.03

EGITIM = - 0.22\*SYE, Errorvar.= 2.32 , R<sup>2</sup> = 0.020  
(0.083) (0.17)  
-2.64 14.01

MEDRM = 0.051\*SYE, Errorvar.= 0.14 , R<sup>2</sup> = 0.018  
(0.020) (0.0097)  
2.51 14.01

MESLEK = - 0.24\*SYE, Errorvar.= 1.54 , R<sup>2</sup> = 0.036  
(0.069) (0.11)  
-3.48 13.98

CSAY = - 0.0054\*SYE, Errorvar.= 1.42 , R<sup>2</sup> = 0.00  
(0.064) (0.10)  
-0.085 14.05

V1 = 0.81\*MYIU, Errorvar.= 0.64 , R<sup>2</sup> = 0.50  
(0.049)  
13.17

V2 = 0.87\*MYIU, Errorvar.= 0.32 , R<sup>2</sup> = 0.70  
(0.054) (0.027)  
16.15 11.99

V3 = 0.91\*MYIU, Errorvar.= 0.29 , R<sup>2</sup> = 0.74  
(0.055) (0.025)  
16.61 11.52

V4 = 0.76\*MYIU, Errorvar.= 0.43 , R<sup>2</sup> = 0.57  
(0.052) (0.034)  
14.60 12.88

V5 = 0.84\*MYIU, Errorvar.= 0.36 , R<sup>2</sup> = 0.66  
(0.054) (0.029)  
15.67 12.35

N1 = 0.67\*MYIU, Errorvar.= 0.93 , R<sup>2</sup> = 0.32  
(0.061) (0.068)  
10.98 13.64

N2 = 0.59\*MYIU, Errorvar.= 0.86 , R<sup>2</sup> = 0.29  
(0.057) (0.063)  
10.39 13.70

N3 = 0.77\*MYIU, Errorvar.= 0.51 , R<sup>2</sup> = 0.53  
(0.054) (0.039)  
14.10 13.05

N4 = 0.64\*MYIU, Errorvar.= 0.75 , R<sup>2</sup> = 0.36  
(0.056) (0.055)  
11.51 13.57

N5 = 0.83\*MYIU, Errorvar.= 0.42 , R<sup>2</sup> = 0.62  
(0.055) (0.033)  
15.18 12.63

N6 = 0.73\*MYIU, Errorvar.= 0.66 , R<sup>2</sup> = 0.45  
(0.057) (0.049)  
12.87 13.36

S1 = 0.74\*SFC, Errorvar.= 0.60 , R<sup>2</sup> = 0.48  
(0.046)  
12.99

S2 = 0.057\*SFC, Errorvar.= 1.63 , R<sup>2</sup> = 0.0020  
(0.067) (0.12)  
0.85 14.05

S3 = 0.36\*SFC, Errorvar.= 1.59 , R<sup>2</sup> = 0.076  
(0.069) (0.11)  
5.25 13.96

F1 = 0.63\*SFC, Errorvar.= 0.70 , R<sup>2</sup> = 0.36  
(0.056) (0.052)  
11.26 13.41

F2 = 0.79\*SFC, Errorvar.= 0.34 , R<sup>2</sup> = 0.65  
(0.054) (0.029)  
14.78 11.69

F3 = 0.81\*SFC, Errorvar.= 0.35 , R<sup>2</sup> = 0.65  
(0.055) (0.030)  
14.80 11.67

I1 = 0.80\*IMK, Errorvar.= 0.27 , R<sup>2</sup> = 0.71  
(0.024)  
10.97

I2 = 0.83\*IMK, Errorvar.= 0.29 , R<sup>2</sup> = 0.71  
(0.041) (0.026)  
20.33 10.99

I3 = 0.73\*IMK, Errorvar.= 0.47 , R<sup>2</sup> = 0.53  
(0.044) (0.037)  
16.45 12.64

I4 = 0.79\*IMK, Errorvar.= 0.30 , R<sup>2</sup> = 0.68  
(0.040) (0.026)  
19.72 11.37

I5 = 0.61\*IMK, Errorvar.= 0.83 , R<sup>2</sup> = 0.31  
(0.053) (0.062)  
11.70 13.49

I6 = 0.62\*IMK, Errorvar.= 1.13 , R<sup>2</sup> = 0.25  
(0.060) (0.083)  
10.30 13.63

O1 = 0.44\*DMK, Errorvar.= 1.13 , R<sup>2</sup> = 0.15  
(0.082)  
13.84

O2 = 0.85\*DMK, Errorvar.= 0.34 , R<sup>2</sup> = 0.68  
(0.11) (0.031)  
7.57 10.98

O3 = 0.80\*DMK, Errorvar.= 0.21 , R<sup>2</sup> = 0.75  
(0.10) (0.022)  
7.64 9.47

#### Structural Equations

SYE = 0.95\*KT, Errorvar.= 0.093 , R<sup>2</sup> = 0.91  
(0.071) (0.068)  
13.46 1.37

MYIU = 0.82\*KT, Errorvar.= 0.33 , R<sup>2</sup> = 0.67  
(0.060) (0.046)  
13.64 7.14

SFC = 0.99\*KT, Errorvar.= 0.018 , R<sup>2</sup> = 0.98  
(0.066) (0.025)  
15.05 0.74

IMK = 0.88\*KT, Errorvar.= 0.23 , R<sup>2</sup> = 0.77  
(0.051) (0.032)  
17.25 7.00

DMK = 0.97\*KT, Errorvar.= 0.054 , R<sup>2</sup> = 0.95  
 (0.13) (0.031)  
 7.53 1.77

### Correlation Matrix of Independent Variables

**KT**  
 1.00

### Covariance Matrix of Latent Variables

	<b>SYE</b>	<b>MYIU</b>	<b>SFC</b>	<b>IMK</b>	<b>DMK</b>	<b>KT</b>
<b>SYE</b>	1.00					
<b>MYIU</b>	0.78	1.00				
<b>SFC</b>	0.94	0.81	1.00			
<b>IMK</b>	0.84	0.72	0.87	1.00		
<b>DMK</b>	0.93	0.80	0.96	0.86	1.00	
<b>KT</b>	0.95	0.82	0.99	0.88	0.97	1.00

### Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 555  
 Minimum Fit Function Chi-Square = 1845.29 (P = 0.0)  
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 2063.43 (P = 0.0)  
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 1508.43  
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (1373.13 ; 1651.27)

Minimum Fit Function Value = 4.67  
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 3.82  
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (3.48 ; 4.18)  
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.083  
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.079 ; 0.087)  
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 5.60  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (5.26 ; 5.97)  
 ECVI for Saturated Model = 3.19  
 ECVI for Independence Model = 70.99

Chi-Square for Independence Model with 595 Degrees of Freedom = 27971.07  
 Independence AIC = 28041.07  
 Model AIC = 2213.43  
 Saturated AIC = 1260.00  
 Independence CAIC = 28215.42  
 Model CAIC = 2587.04  
 Saturated CAIC = 4398.29

Normed Fit Index (NFI) = 0.93  
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.95  
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.87  
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.95  
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.95  
 Relative Fit Index (RFI) = 0.93

Critical N (CN) = 137.02

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.078  
 Standardized RMR = 0.063  
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.77  
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.74  
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.68

**The Modification Indices Suggest to Add the**

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
<b>KRDKMP NY</b>	<b>MYIU</b>	12.0	0.31 i n t b l
<b>KRDKMP NY</b>	<b>IMK</b>	10.7	0.40 i n t b l
<b>GELIR</b>	<b>MYIU</b>	8.0	-0.31 i n t b l
<b>V1</b>	<b>SFC</b>	9.3	-0.26 i n t b l
<b>V1</b>	<b>DMK</b>	12.6	-0.30 i n t b l
<b>V5</b>	<b>SFC</b>	11.2	0.23 i n

				t b l
<b>V5</b>	<b>DMK</b>	15.3	0.26	i n t b l
<b>N1</b>	<b>SYE</b>	12.9	-0.36	i n t b l
<b>N1</b>	<b>SFC</b>	11.1	-0.34	i n t b l
<b>N1</b>	<b>DMK</b>	13.9	-0.36	i n t b l
<b>N2</b>	<b>SYE</b>	8.3	0.28	i n t b l
<b>N6</b>	<b>SYE</b>	13.3	0.32	i n t b l
<b>N6</b>	<b>SFC</b>	9.3	0.26	i n t b l
<b>S1</b>	<b>SYE</b>	10.5	1.19	i n t b

				1
<b>S1</b>	<b>MYIU</b>	41.9	0.54	in t b l
<b>F1</b>	<b>IMK</b>	9.3	0.37	in t b l
<b>F2</b>	<b>SYE</b>	8.2	-0.86	in t b l
<b>F2</b>	<b>MYIU</b>	13.4	-0.25	in t b l
<b>F3</b>	<b>SYE</b>	17.3	-1.27	in t b l
<b>F3</b>	<b>MYIU</b>	9.8	-0.22	in t b l
<b>F3</b>	<b>IMK</b>	9.2	-0.29	in t b l
<b>I4</b>	<b>DMK</b>	11.5	-0.30	in t b l
<b>O1</b>	<b>SYE</b>	11.7	1.25	i



				in- tent- b- l
<b>O2</b>	<b>IMK</b>	12.7	-0.34	i- n- t- b- l
<b>O3</b>	<b>SYE</b>	12.3	-0.92	i- n- t- b- l
<b>SYE</b>	<b>IMK</b>	15.2	0.51	i- n- t- b- l
<b>SFC</b>	<b>DMK</b>	15.7	1.79	i- n- t- b- l
<b>IMK</b>	<b>SYE</b>	15.2	1.24	i- n- t- b- l
<b>DMK</b>	<b>SFC</b>	15.7	5.30	i- n- t- b- l

**The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance**

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate	
<b>IMK</b>	<b>SYE</b>	15.2	0.12	i- n- t- b

				1
<b>DMK</b>	<b>SFC</b>	15.7	0.10	i n t e r n e t
<b>EGITIM</b>	<b>YAS</b>	9.6	-0.28	i n t e r n e t
<b>MEDRM</b>	<b>YAS</b>	45.1	0.15	i n t e r n e t
<b>MESLEK</b>	<b>GELIR</b>	94.2	-0.67	i n t e r n e t
<b>MESLEK</b>	<b>REKLAM</b>	9.7	-0.23	i n t e r n e t
<b>CSAY</b>	<b>MESLEK</b>	9.2	0.23	i n t e r n e t
<b>V2</b>	<b>KRDKMP NY</b>	12.5	0.09	i n t e r n e t
<b>V2</b>	<b>V1</b>	35.2	0.16	i n t e r n e t
<b>V3</b>	<b>V2</b>	34.6	0.11	i

				n t b l
<b>V5 REKLAM</b>		11.8	-0.13	i n t b l
<b>V5</b>	<b>V1</b>	15.9	-0.11	i n t b l
<b>V5</b>	<b>V2</b>	15.9	-0.08	i n t b l
<b>N1 REKLAM</b>		20.2	0.26	i n t b l
<b>N1</b>	<b>V1</b>	42.7	0.27	i n t b l
<b>N1</b>	<b>V5</b>	9.7	-0.10	i n t b l
<b>N2</b>	<b>FIYAT</b>	8.4	0.11	i n t b l
<b>N2 REKLAM</b>		17.8	0.23	i n t b

					l
<b>N2</b>	<b>V3</b>	10.8	-0.09	i	n
				t	b
				l	l
<b>N3</b>	<b>V2</b>	8.4	-0.07	i	n
				t	b
				l	l
<b>N3</b>	<b>V3</b>	13.0	-0.08	i	n
				t	b
				l	l
<b>N3</b>	<b>N1</b>	28.1	0.20	i	n
				t	b
				l	l
<b>N3</b>	<b>N2</b>	12.4	0.12	i	n
				t	b
				l	l
<b>N4</b>	<b>V2</b>	26.8	-0.14	i	n
				t	b
				l	l
<b>N4</b>	<b>V3</b>	17.7	-0.11	i	n
				t	b
				l	l
<b>N4</b>	<b>N1</b>	20.2	0.20	i	n
				t	b
				l	l
<b>N4</b>	<b>N3</b>	69.5	0.28	i	n

				n t b l
<b>N5</b>	<b>V5</b>	24.7	0.11	i n t b l
<b>N6</b>	<b>KRDKMP NY</b>	11.5	0.12	i n t b l
<b>N6</b>	<b>N1</b>	9.7	-0.13	i n t b l
<b>S1</b>	<b>N6</b>	60.1	0.26	i n t b l
<b>S2</b>	<b>GELIR</b>	11.2	0.24	i n t b l
<b>F1</b>	<b>V3</b>	10.4	-0.08	i n t b l
<b>F1</b>	<b>N1</b>	16.2	0.17	i n t b l
<b>F2</b>	<b>F1</b>	8.0	-0.08	i n t b

					l
<b>F3</b>	<b>KRDKMP NY</b>	12.9	-0.10	i n t b l	
<b>F3</b>	<b>V1</b>	8.4	-0.08	i n t b l	
<b>F3</b>	<b>F2</b>	46.9	0.17	i n t b l	
<b>I1</b>	<b>KRDKMP NY</b>	18.2	0.11	i n t b l	
<b>I1</b>	<b>F2</b>	11.1	-0.06	i n t b l	
<b>I2</b>	<b>N4</b>	12.0	-0.09	i n t b l	
<b>I3</b>	<b>S1</b>	10.0	-0.09	i n t b l	
<b>I3</b>	<b>I1</b>	8.8	-0.07	i n t b l	
<b>I4</b>	<b>FIYAT</b>	10.9	0.08	i	

				n t b l
<b>I5</b>	<b>N4</b>	8.0	0.12	i n t b l
<b>I5</b>	<b>N5</b>	8.8	-0.09	i n t b l
<b>I6</b>	<b>REKLAM</b>	9.4	0.19	i n t b l
<b>I6</b>	<b>V1</b>	8.6	0.13	i n t b l
<b>I6</b>	<b>V3</b>	8.5	-0.09	i n t b l
<b>I6</b>	<b>V4</b>	8.5	-0.11	i n t b l
<b>I6</b>	<b>N4</b>	18.3	0.20	i n t b l
<b>I6</b>	<b>F2</b>	8.1	0.10	i n t b

					l
<b>I6</b>	<b>I2</b>		11.9	-0.11	i n t b l
<b>I6</b>	<b>I5</b>		40.6	0.32	i n t b l
<b>O1</b>	<b>FIYAT</b>		24.3	0.22	i n t b l
<b>O1</b>	<b>KRDKMP NY</b>		10.8	-0.15	i n t b l
<b>O1</b>	<b>REKLAM</b>		24.5	0.31	i n t b l
<b>O1</b>	<b>V1</b>		8.0	0.13	i n t b l
<b>O1</b>	<b>V2</b>		16.2	-0.13	i n t b l
<b>O1</b>	<b>V3</b>		16.1	-0.13	i n t b l
<b>O1</b>	<b>N1</b>		14.3	0.20	i



				n t b l
<b>O1</b>	<b>N2</b>	53.3	0.37	i n t b l
<b>O1</b>	<b>N4</b>	19.0	0.21	i n t b l
<b>O1</b>	<b>I6</b>	35.8	0.35	i n t b l
<b>O2</b>	<b>REKLAM</b>	12.2	-0.13	i n t b l
<b>O2</b>	<b>N1</b>	8.6	-0.09	i n t b l
<b>O3</b>	<b>V1</b>	14.7	-0.08	i n t b l
<b>O3</b>	<b>V5</b>	9.4	0.05	i n t b l
<b>O3</b>	<b>S1</b>	9.9	-0.07	i n t b

**O3**

**F3**

11.1

0.06 i  
n  
t  
b  
l

Time used: 0.938 Seconds

