**TÜKETİCİLERİN PLANSIZ SATIN ALMA NİYETLERİNİN DAVRANIŞSAL EKONOMİ PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİNE DAİR BİR SAHA ARAŞTIRMASI[[1]](#footnote-1)**

**Dr. Funda Civek[[2]](#footnote-2)**

**Prof. Dr. Sabiha Kılıç[[3]](#footnote-3)**

**Özet**

Klasik ekonomi insanların davranış, karar ve tercihlerinde rasyonel olduğunu savunurken insanların duygusal yanını görmezden gelmiştir. Bu noktada davranışsal ekonomi biliminin ortaya çıkmasını sağlayan en önemli nedenlerden bir tanesi klasik ekonomi modellerinin bireylerin tutum, karar ve tercihlerinde oluşan bilişsel hata ve yanılgıları ifade eden bilişsel önyargı ve hevristikleri bilimsel çalışmalarda göz ardı etmesi olmuştur. İnsanların tutum, karar ve tercihlerindeki boşluğu dolduran davranışsal ekonomi biliminin temelleri ise Kahneman ve Tversky ile atılmıştır. Aslında davranışsal ekonomi bilimi ile homoekonomicustan homosapiense doğru bir evrilme söz konusu olmuştur. Diğer bir ifade ile rasyonaliteden irrasyonaliteye doğru bir yönelim olarak ifade edebiliriz. Bu yönelim araştırmacılar tarafından odak noktası haline bürünmüştür. Tüketici davranışları ile de ortak paydada birleşen irrasyonalite bu çalışmada tüketici kararlarında etkili olan bir diğer kavram olan plansız satın alma niyetleri ile incelenmiştir. Çalışmanın amacı da bu doğrultuda ortaya çıkmıştır. Çalışmanın amacı plansız satın alma niyetlerini hem davranışsal ekonomi yaklaşımları ile hem de online alışveriş tetikleyicileri ile incelenmesi şeklindedir. Çalışmada davranışsal ekonomi yaklaşımlarından eklemeli/çıkarmalı seçenek çerçevelemesi ile zihinsel muhasebe analizde tercih edilmiştir. Kişilerin karar ve davranışlarını analiz etmede davranışsal ekonomi yöntemlerinden varsayımsal seçim yöntemi kullanılmıştır. Senaryo soruları hayali olarak kurgulanmamış olup, Covid-19 pandemisi temel alınarak gerçek olaylar perspektifinde hazırlanmıştır. Çalışmanın amacı kapsamında kavramsal model oluşturulmuş olup, bu doğrultuda farklılık ölçümlemeleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ise amaç doğrultusunda oluşturulan kavramsal model ışığında yer alan araştırma soruları sonucunda anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Davranışsal Ekonomi Yaklaşımları, Plansız Satın Alma Niyetleri, Online Alışveriş Tetikleyicileri, Covid-19.

**A FIELD RESEARCH ON THE EXAMINATION OF CONSUMERS’ UNPLANNED PURCHASE INTENTIONS FROM THE BEHAVIORAL ECONOMY PERSPECTIVE**

**Abstract**

While classical economics argued that people are rational in their behavior, decisions and preferences, it ignored the emotional side of people. At this point, one of the most important reasons that led to the emergence of behavioral economics was that classical economics models ignored cognitive biases and heuristics, which express cognitive errors and misconceptions in individuals' attitudes, decisions and preferences, in scientific studies. The foundations of behavioral economics, which fills the gap in people's attitudes, decisions and preferences, were laid with Kahneman and Tversky. In fact, there has been an evolution from homoekonomicus to homosapiense with behavioral economics. In other words, we can express it as an orientation from rationality to irrationality. This orientation has become the focus of researchers. In this study, irrationality, which combines with consumer behaviors, is examined with the intention of unplanned purchase, which is another concept that is effective in consumer decisions. The aim of the study has emerged in this direction. The aim of the study is to examine impulsive purchase intentions with both behavioral economics approaches and online shopping triggers. In the study, mental accounting with additive/subtractive option framing, which is one of the behavioral economics approaches, was preferred in the analysis. The hypothetical selection method, one of the behavioral economics methods, was used to analyze the decisions and behaviors of individuals. The scenario questions were not fictionalized, but were prepared in the perspective of real events based on the Covid-19 pandemic. Within the scope of the aim of the study, a conceptual model has been created and in this direction, difference measurements have been carried out. The findings obtained in the study, on the other hand, revealed significant relationships as a result of the research questions in the light of the conceptual model created for the purpose.

**Keywords:** Behavioral Economics Approaches, Unplanned Purchase Intentions, Online Shopping Triggers, Covid-19.

1. Bu çalışma 05.09.2022 tarihinde savunulan “Tüketicilerin Online Satın Alma Niyetlerinin Davranışsal Ekonomi Yaklaşımları Kapsamında İncelenmesine Dair Bir Saha Araştırması” adlı doktora tez çalışmasından türetilmiştir. [↑](#footnote-ref-1)
2. [ffunda.civek@gmail.com](mailto:ffunda.civek@gmail.com), Orcid ID: 0000-0002-8300-6402 [↑](#footnote-ref-2)
3. Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [sabihakilic@hitit.edu.tr](mailto:sabihakilic@hitit.edu.tr), Orcid ID: 0000-0002-0906-4567 [↑](#footnote-ref-3)