



Uğur Gürses

'İçimizdeki çekmeceleri' açtı!

10 Ekim 2017

Bu yıl Nobel İktisat Ödülü, psikoloji ve ekonomi alanında bir köprü kuran Amerikalı iktisatçı Richard Thaler'e gitti. Thaler, içimizdeki "tuzağa düşen" zihinsel çekmeceleri karıştırarak "pazarlama" deneyimlerini de anlaşılabilir kılıyor. Ya da satıcıların, bizim irrasyonel açılarımızı keşfedip bunun avantajını kullanmasını. Örnek mi? "Üç al iki öde" kampanyaları, bizde nasıl bir kazanç hissi oluşturuyor?

NEW Scientist dergisinde okumuştum; 90'lı yılların sonunda Amsterdam Schipol Havalimanı'nda yönetim maliyetlerin çok arttığını görür. En çok masraflı alanlardan biri de erkekler tuvaletinde yerlerin temizlenmesidir. Çişlerini yapan erkeklere kibarca bir yönlendirme yapılarak temizlik işi azalmalı, maliyetler de düşmelidir. Çözümü bir ekonomist bulur; pisuarların içine sinek motifi konulur. Sonrasında tüm dünyaya yayılan bu önlemlerle, havalimanının temizlik maliyeti yüzde 80 azalır. Amerikalı iktisatçı Richard Thaler buna insan davranışını, dikkatini değiştiren "dürtme" diyor. İşte bu yılki Nobel İktisat Ödülü de, davranışsal iktisat alanında çalışan Thaler'e verildi. En başta şunu anımsatalım; davranışsal iktisat son 15-20 yıl içinde giderek ağırlık kazanıyor. Çünkü günlük yaşamımızda çok sayıda rasyonel olmayan ekonomik kararlar alıyoruz. Bir büfede 50 kuruş verdiğimiz şişe suyuna, başka bir yerde 2 lira verirken çok rahat olabiliyoruz. Artık bir bölüm iktisatçı bunun nedenlerini anlamaya çalışıyor.



Bundan tam 15 yıl önce 2002'de, bir psikolog olan Daniel Kahnemann'a Nobel İktisat Ödülü verildiğinde büyük yankı uyandırmıştı. Sonrasında, davranışsal iktisada olan ilgi deyim yerinde ise "patlamış"; kitaplar, seminerler, yayınlar artmıştı.

BIG SHORT'TA OYNADI

Hırslarımız ya da korkularımız bize rasyonel olmayan kararlar aldirtiyor. Thaler, 2008 krizinin nasıl yol aldığını anlatan 2015 yapımı "Big Short" filmin bir sahnesinde Selena Gomez ile rol alıp, kumar masasında finar yapılandırılmış bir ürün olan sentetik CDO'ların (teminatlandırılmış boru senetleri) nasıl yayıldığını anlatıyordu.



Son dakika gelişmelerinden ilk sen haberdar ol!

Bildirimlere izin vererek gündemi yakından takip et

İZİN VER

SONRA

Thaler, Nobel ödül açıklaması sonrasında **"iyi ekonomi bilimi için bireylerin insan olduğunu hep akılda tutmak gerektiğini"** vurguladı.

Dün ödül duyurusu yapılırken, "Thaler'in iktisat bilimine katkısı ne oldu? diye sorulduğunda, bir yorumcu "iktisadı insana indirgedi" diyordu. En çok eğlenceli olanı ise telefonla arandığında saat farkı nedeniyle erken uyandığı ve şaşkın olduğu ses tonundan anlaşılan Thaler, 1.1 milyon dolarlık bu ödül parasını nasıl harcayacağı sorulduğunda "olabildiğince irrasyonel biçimde" diyerek herkesi güldürüyordu. Sabah mahmurluğu içinde "insan davranışını çözdüm ama ben de o grubun içindeyim" mealindeki bu mesajı kayda değer. Şakanın yanındaki gerçek payı aslında tam da bu idi.

Nobel komitesi Thaler'in ödüle layık görülen katkısını şöyle özetliyor; "Thaler'in katkıları, karar verme süreçlerinde ekonomik ve psikolojik analizler arasında bir köprü kurdu." Komite, Thaler'in buluşlarının yeni ve büyüyen davranışsal ekonomi alanında temel araçlar haline geldiğini belirtiyor.

Thaler, ekonomik kararlarımızda rasyonelliğimizin bir sınırı olduğunu, sosyal tercihlerimizin olduğunu gösteriyor. Ayrıca, içimizdeki "planlayan" tarafın uzun vadeli planlarla mutluluğumuzu hedeflediği, ancak içimizdeki "gerçekleştiren" tarafın kısa vadeli hedefleri yerine getirdiğine işaret ediyor.

Sınırlı rasyonellik kavramıyla, örneğin sahip olunan mala atfedilen değer, piyasadan daha ucuza satın alınabilecek aynı mala göre daha yüksek olduğunu, statüko eğilimimiz ve elden çıkarmanın hoş karşılanmaması gibi eğilimlerimizin finansal kararlarımızda etkili olduğunu, rasyonel davranışı sınırladığını anlatıyor.



Hepimizin zihninde, zaman içinde oluşan farklı 'kompartmanlar' var. Zorunlu harcamalarımız için, hobilerimiz için, eğlence için kafamızda kendimizce tahsis ettiğimiz bir harcama hesabı, bir 'tahsis' var. İşte buna Richard Thaler, "Zihinsel muhasebe" adını vermiş.

Davranışsal iktisadın bilinen örneklerinden biri şu; yapılan bir ankette, sinemaya giderken bilet parasını düşürenlerin yüzde 88'i buna bakmadan düşürdüğü para kadar ödeme yapıp bilet alıyor. Oysa biletini satın alıp da düşürenlerin sadece yüzde 46'sı, gidip yeniden bir bilet daha alacağını bildirmiş! Neden böyle davranıyoruz? Kafamızdaki zihinsel bir tahsis var.

Thaler aslında, içimizdeki "tuzağa düşen" zihinsel çekmeceleri karıştırarak "pazarlama" deneyimlerini de anlaşılabilir kılıyor. Ya da satıcıların, bizim irrasyonel açılarımızı keşfedip bunun avantajını kullanmasını. Örnek mi? "üç al iki öde" kampanyaları, bizde nasıl bir kazanç hissi oluşturuyor? Fiyat referansını nasıl kabul etmemizi sağlıyor?

Örneğin borsada kazandığı parayla yeni risk alma eğiliminin, kaybetmiş görece çok daha fazla olduğunu gözlemiş Thaler. Buna "İçerideki para etkisi" (House Money effect) demiş.

İşte Thaler bu gibi davranışları çözme yolunda çalışmaları ile gerçekleri psikoloji ve ekonomi alanında bir köprü kurdu ve ödülü fazlasıyla haketti.



Son dakika gelişmelerinden ilk sen haberdar ol!

Bildirimlere izin vererek gündemi yakından takip et

İZİN VER

SONRA

HANGİ FİYAT DAHA RASYONEL

Thaler'in "rasyonel değiliz hiç birimiz" temalı, günlük yaşamda kafamızın içindeki 'zihinsel muhasebeyi' yansıtan 'referans fiyat' olgusuna iyi bir örnek şu; kızgın yaz sıcağında kumsalda uzanmışsınız. Tam da dilinizin damağınızın kurduğunu hissediyorsunuz. O sırada arkadaşınız telefonla arıyor; "gelirken bir şey ister misin?" diye soruyor. Su almasını rica ediyorsunuz. Arkadaşınız bu suyu yakındaki otelin barından alırsa fiyat eşliğiniz ne olacak? Yok, eğer köşedeki büfeden alırsa fiyat sınırınız ne olacak? Bu alternatifli soruya yanıt veren kişilerin telaffuz ettiği fiyatlara bakılırsa otel seçeneğini ile büfe seçeneği arasında en az iki kat fiyat farkı var. Çoğumuz da bunu zihnimizde normal bir referans olarak kabul ediyoruz; Yani 'otelde pahalıdır' diye genel bir referansımız var, bunu normal kabul diyoruz. Eğer köşedeki büfe, otel fiyatına yakın bir fiyattan satıyor olsaydı eminim çoğumuz buna itiraz eder. İşte rasyonellikte sınır bu; kabullerimiz oteldeki suya iki kat bedeli zihnimizde rasyonel kılıp razı ediyor bizi.



Son dakika gelişmelerinden ilk sen haberdar ol!

Bildirimlere izin vererek gündemi yakından takip et

İZİN VER

SONRA