

**Üniversite : İstanbul Kültür Üniversitesi**  
**Enstitüsü : Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**Ana Bilim Dalı : İktisat**  
**Programı : Yönetim Ekonomisi**  
**Tez Danışmanı : Prof. Dr. Durmuş Dünder**  
**Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Ağustos 2012**

### **ÖZET**

#### **TÜKETİCİLERİN MANTIKSAL OLMAYAN DAVRANIŞLARININ EKONOMİK SONUÇLARI**

Bu çalışma ile; insanların, davranışlarını sergilerken gösterdikleri akılcılıktan sapmalar ele alınıp, bunların doğuracağı ekonomik sonuçlar sorgulanacaktır.

Çalışma dört bölüm halinde planlanmış olup, birinci bölümde, çalışmaya temel teşkil ettiği düşünülen kavramlardan bahsedilecektir. İkinci bölümde, tüketici davranışları, tüketici davranışlarını etkileyen unsurlar ve tüketici davranış modelleri ele alınacaktır. Daha sonraki bölümde ise; önce mantık dışılık kavramı ele alınıp, insanları “akılcı” olmaktan veya tüketicileri “homo economicus” olmaktan alıkoyan unsurlara değinilecektir. Dördüncü bölümde ise, tüketicilerin mantıksal olmayan davranışlarını ölçmeye dönük olarak hazırlanmaya çalışılan anket çalışması ve sonuçları ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici Davranışı, Mantık Dışı, Akılsız, Irrasyonel, Teknolojik Ürün Tecihi.

**University : İstanbul Kültür University**  
**Institute : Institute of Social Sciences**  
**Department : The Economy**  
**Programme : Management Economy**  
**Supervisor : Prof. Dr. Durmuş Dünder**  
**Degree Awarded and Date : MA- August 2012**

### **ABSTRACT**

#### **CONSUMERS IRRATIONAL BEHAVIOURS AND THEIR ECONOMIC OUTCOMES**

This study will consider the deviations from rationality depending on human behaviour. It will also discuss the economic outcomes regarding this behavioural process.

This paper is consists of five chapters. The first chapter aims to explain the concepts which are seen as the basis of the study. The second chapter focuses on consumer behaviour. It also explains the direct influence of factors on consumer behaviour and models regarding this concept. The next chapter presents the irrationality concept. It also introduces some factors which prevent human to behave rational or consumer to be “homo economicus”. The final chapter summarises the findings, and represents key points derived from the survey that aims to measure consumers’ irrational behaviours.

**Keywords:** Consumer Behaviour, Irrational, Technological Product Selection.