

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
2018-YL-037

TÜKETİM FONKSİYONUNU BELİRLEYEN FAKTÖRLER:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ

HAZIRLAYAN
Fidan ATALAY

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Osman PEKER

AYDIN-2018

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Fidan ATALAY tarafından hazırlanan “Tüketim Fonksiyonunu Belirleyen Faktörler: Türkiye Örneği” başlıklı tez, (11.06.2018) tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

	Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
Başkan:			
Üye :			
Üye :			

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun tarih sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Ahmet Can BAKKALCI

Enstitü Müdürü V.

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

...../...../ 2018

Fidan ATALAY

ÖZET

TÜKETİM FONKSİYONUNU BELİRLEYEN FAKTÖRLER: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Fidan ATALAY

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Osman PEKER

2018, XIII + 113 sayfa

Tüketim olgusu geçmişten günümüze ekonomide büyük bir öneme sahip olmuş ve üzerinde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bugüne kadar yapılan çalışmalarda tüketim fonksiyonuyla ilgili çok sayıda tüketim modeli kurulmuş ve kurulan bu modellerin amprik testlerinde hangi verilerin kullanılacağı ve bu verilerin hangi kaynaktan yararlanılarak elde edileceği aynı zamanda verilerin toplanması ve birlikte incelenmesi konusunda birçok sorun karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada sağlıklı bir makroekonomik analiz için içinde bulunduğumuz ülkenin tüketim olgusu tarihi incelenmeli ve de tüketim kalıbı dikkate alınarak doğru değişkenlerin kullanılması bu değişkenlerin doğru veriler yoluyla model geliştirilerek araştırılması önem arz etmektedir.

Bu çalışma literatürde karşımıza çıkan tüketim teorisine benzerlik göstermektedir ve çalışmada Engle Granger yöntemi kullanarak şu sonuçlara ulaşılmıştır. Türkiye'de tüketiciler iktisadi olarak anlamlı şekilde hareket etmektedirler. İktisatta gelir düzeyi değişkeninin tüketim harcamalarını etkilediği öngörülmektedir. Türkiye'de bulunan bireylerin gelir miktarlarında bir değişme meydana geldiğinde tüketim düzeylerini değiştirdiği görülmüştür.

ANAHTAR KELİMELER: Tüketim, Tüketim Harcamaları, Tüketim Teorileri, Gelir, Mutlak Gelir Hipotezi

ABSTRACT

FACTORS DETERMINING CONSUMPTION FUNCTION: TURKEY

SAMPLE

Fidan ATALAY

Master Thesis, Department of Economics

Thesis Supervisor: Prof. Dr. Osman PEKER

2018, XIII + 113 pages

Consumption has been a major factor in the day-to-day economy and various studies have been carried out on it. A lot of consumption models related to the consumption function have been established up to now and there are many problems about collecting and examining the data at the same time which data will be used in empirical tests of these models and which data will be obtained from which source. In this point, it is important to investigate the history of consumption of the country we are in for a healthy macroeconomic analysis and to use the correct variables considering the consumption pattern.

This study is similar to the dissimilar consumption theory in the literature and the following results were obtained using the Engle Granger method. Consumers in Turkey are acting in the economic meaningful ways. It is predicted that income level variable in economics affects consumption expenditures. a change in the amount of income of individuals in Turkey has been shown to alter the level of consumption occurs.

KEYWORDS: Consumption, Consumption Expenditures, Consumption Theories, Income, Absolute Income Hypothesis

ÖNSÖZ

Geçmişten günümüze tüketim olgusunun ekonomideki yeri ve önemi büyüktür. Bireylerin gerçekleştirmiş olduğu tüketim harcamaları bir ülkenin gayrisafi yurt içi hasılasını etkileyen önemli değişkenlerden biri olduğu için hakkında birçok çalışma yapılmış teorik ve ampirik bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmamız kapsamında bireylerin tüketim ve gelir değişkenleri araştırılmış ve Türkiye toplumunun tüketim fonksiyonu elde edilmiştir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında kuşkusuz en büyük katkı; çalışmanın her aşamasında bilgilerini, tecrübelerini ve değerli zamanını, sabır ve hoşgörüsünü hiç esirgemeyerek manevi desteği ile saygıdeğer hocam Prof. Dr Osman Peker'e aittir. Saygıdeğer hocama, gerek konunun belirlenmesi, gerekse de çalışma boyunca göstermiş olduğu teknik yardım ve manevi desteği için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tezin yazımı ve hazırlanmasının her aşamasında yardım ve destek veren Araş. Gör. Orhan Şanlı'ya ve çalışmam boyunca desteğini esirgemeyen değerli çalışma arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Ayrıca tüm çalışmalarım boyunca her türlü yardımı esirgemeyen; sabır, sevgi ve hoşgörüsü ile bana destek olan kıymetli anneme teşekkürü bir borç bilirim.

Fidam ATALAY

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xii
KISALTMALAR DİZİNİ	xiii
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM	3
1. TÜKETİM OLGUSU VE İHTİYAÇLAR	3
1.1. Tüketim Kültürü Tüketim Toplumu ve Kapitalizm.....	7
1.1.1. Tüketim Kültürünü Yaygınlaştıran Faktörler	11
1.1.1.1. Kitle iletişim araçları	11
1.1.1.2. Reklamlar	12
1.1.1.3. Moda.....	14
1.1.1.4. Alışveriş mekânları	15
1.2. Tüketim Olgusunun Tarihi.....	15
1.3. Türkiye’de Tüketim Olgusunun Tarihi.....	28
1.4. 1929 Ekonomik Buhran ve Türkiye’ye Etkileri	29
2. BÖLÜM	41
2. TÜKETİM TEORİLERİ	41
2.1. Mutlak Gelir Hipotezi.....	42
2.2. Tüketim Bulmacası	50
2.3. Tüketim Fonksiyonunun Eğimi	56
2.4. Otonom Tüketimdeki Artışın Etkisi	57

2.5. Gelir Tüketim Mutlak İlişkisi	58
2.6. Nispi Gelir Hipotezi	59
2.6.1. Zemberek Dişlisi, Mandal – Takoz Etkisi	61
2.7. Zamanlar Arası Tüketim Teorisi.....	63
2.8. Ömür Boyu Gelir Hipotezi	66
2.8.1. Hayat Devresi Hipotezinde Tasarruf Motifi	67
2.9. Sürekli Gelir Hipotezi	73
2.10. Rassal Yürüme Hipotezi	76
2.11. Anlık Hazzın Cazibesi	78
2.12. Tüketimi Etkileyen Diğer Faktörler.....	79
2.12.1. Fiyat Beklentileri	79
2.12.2. Faiz Oranındaki Değişmeler.....	79
2.12.3. Para Yanılgısı	81
2.12.4. Gelir Dağılımı.....	81
2.12.4.1. Türkiye’de kişisel gelir dağılımı.....	83
2.12.4.2. Türkiye’de fonksiyonel gelir dağılımı	83
2.12.5. Finansal Aktifler	84
2.12.5.1. Vergi indirimleri	85
3. BÖLÜM	90
3. TÜRKİYEDE TÜKETİMİ BELİRLEYEN FAKTÖRLERİN EKONOMETRİK ANALİZİ	90
3.1. Tüketimi Belirleyen Faktörler Ampirik Literatür	90
3.1.1. Mutlak Gelir Teorisine İlişkin Çalışmalar	93
3.1.2. Nispi Gelir Teorisine İlişkin Çalışmalar	95
3.2. Veri ve Yöntem Tanımlaması.....	96
3.3. Uygulama ve Bulgular	99
3.3.1. Ön Testler ve Analiz (ADF Birim Kök Testi)	99
3.3.2. Eş Bütünleşme Sınaması (Uzun Dönem Analizi).....	101

3.3.3. Hata Düzeltme Modeli Kısa Dönem Analizi.....	102
4. TARTIŞMA VE SONUÇ	104
5. KAYNAKLAR	108
ÖZGEÇMİŞ	113



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.2. Maslowun Temel İhtiyaçları	5
Şekil 2.1. Tüketim Fonksiyonu	46
Şekil 2.2. Kısa ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonları.....	51
Şekil 2.3. Marjinal Tüketim Eğilimi Etkisi	53
Şekil 2.4. Tüketim Fonksiyonu	55
Şekil 2.5. Tüketim Fonksiyonu Eğimi.....	57
Şekil 2.6. Otonom Tüketim Etkisi	58
Şekil 2.7. Tüketim Fonksiyonu ve Gelir İlişkisi.....	59
Şekil 2.8. Uzun Dönem ve Kısa Dönem Tüketim Fonksiyonu	60
Şekil 2.9. Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu	62
Şekil 2.10. Zamanlar Arası Tüketim Teorisi	64
Şekil 2.11. Gelecekteki Tüketim Fonksiyonu	64
Şekil 2.12. Ömür Boyu Gelir Hipozi.....	70
Şekil 2.13. Lorenz Eğrisi	82

TABLolar DİZİNİ

Tablo 3.1. ADF Birim Kök Testi Sonuçları	100
Tablo 3.2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları Sabit Terimli ve Trendli (Intercept and Trend)	100
Tablo 3.3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları Sabit Terimsiz ve Trendsiz (None).....	100
Tablo 3.4. Eş bütünleşme Sınama Sonuçları (1962-2014).....	101
Tablo 3.5. Kısa Dönem Tahmin Sonuçları (1962-2014).....	103



KISALTMALAR DİZİNİ

C	: Tüketim
Y	: Cari Gelir
APC	: Ortalama Tüketim Eğilimi
C_0	: Otonom Tüketim
C	: Marjinal Tüketim Eğilimi
S	: Marjinal Tasarruf Eğilimi
DPI	: Harcanabilir Kişisel Reel Gelir
Y_d	: Harcanabilir Gelir
İ	: Faiz Haddi
Y_e	: Beklenen Gelir
W	: Servet
S	: Tasarruf
GDP	: Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
Y_p	: Sürekli Gelir
Y_T	: Geçici Gelir
EKKY	: En Küçük Kareler Yöntemi
NTH	: Nihai Tüketim Harcamaları
GSYİH	: Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
ADF	: Birim Kök Testi
ECT	: Hata Terimi

GİRİŞ

Tüketim konusu dünya ekonomisinde ve Türkiye’ de insan yaşamı ve hayatın devamı için zorunlu bir unsur olup üzerinde birçok teori ortaya atılmıştır. Dünya ekonomisinde tüketim kavramının ilk ortaya çıkışı 18.yy a dayanmaktadır. Birey ve toplumların hepsi farklı tüketim alışkanları göstermektedir. Ülkelerin içinde buldukları sosyal siyasal ekonomik özelliklerine ve en önemlisi gelişmişlik düzeyine göre tüketim kalıpları değişkenlik göstermektedir. Örneğin az gelişmiş ülkelerin gelirden tüketime ayırdıkları pay daha yüksek olmakla birlikte gelişmiş ülkelerde gelirden tüketime ayrılan kısım ise daha düşük olmaktadır. Düşük gelirli bireylerin tüketimleri zorunlu ihtiyaçlardan oluşmakla birlikte daha yüksek gelirli bireylerin tüketimlerini zorunlu ihtiyaçların yanı sıra lüks, sosyal ihtiyaçlarda oluşturmaktadır.

Tüketim kavramı hem sosyal hem de iktisadi nitelikteki değişkenlerle ifade edilebilmektedir. Bu analizde tüketim olgusunun sayısal nitelikteki değişkenlerini ele alınarak bir makroekonomik model oluşturulacaktır. Ancak Dünya’da birçok ülkede tüketim harcamaları hakkında doğru, sağlıklı verilere ulaşmak kolay değildir. Türkiye için iktisadi olarak tüketim harcamaları hakkında geliştirilen hipotezlerin test edilebilmesi için modellerde yer alan değişkenlerin belirli periyotlarla yeterince uygun ve uzun düzenli olarak ifade edilmesi gerekmektedir. Tüketimin üzerinde çalışmalar yapılmasının ve ekonomide bu denli önemli olmasının bir diğer sebebi ise tüketim düzeyinin içinde bulunulan ülkenin milli gelirini önemli ölçüde etkilemesidir. Bunun yanı sıra tüketim harcamaları ve gelir düzeyi içinde bulunulan sosyal ve siyasal sistemin önemli unsurları olup hükümetler tarafından yürütülen fiyat istikrarı ekonomik istikrar gibi makro hedefler için dikkate alınması gereken değişkenlerdir.

Tüketim mal ve hizmetlerin insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanılmasıdır. Tüketim harcamaları ise mal ve hizmetlere ödenen bedelin parasal değerini ifade etmektedir. Tüketim iktisat bilimi için olduğu kadar diğer sosyal bilim dalları için de önem arz etmektedir. Bu noktada tüketimi açıklamak için geçmişten günümüze ortaya atılan tüketim teorilerinden faydalanmak gerekmektedir. Bu teorilerden ilki reel tüketimin reel gelirin kararlı bir fonksiyonu olarak ifade edilen Mutlak Gelir Teorisidir ve J.Maynard Keynes tarafından 1936 yılında ortaya atılmıştır.

İkinci olarak 1947 - 1949 yılları arasında Rose D. Friedman, Dorthy S. Brady ve S. Duessenberry tarafından ortaya atılan tüketim miktarının bireyin cari geliri ve bireyin yaşamında daha önce ulaştığı en yüksek geliri arasında oransal ilişkinin fonksiyonunu kısaca bireyin daha önce ulaştığı en yüksek tüketim düzeyinden vazgeçmek istemediği ve tüketici tercihlerinin birbirinden bağımsız olmadığını yani bireyin içinde bulunduğu sosyal çevrenin tüketim alışkanlıklarından etkilendiğini ifade eden Nispi Gelir Teorisidir.

Bu teoriye ek olarak Milton Friedman (1957) tüketim harcamalarını ikiye ayırmıştır. Bunlar sürekli tüketim harcamaları ve geçici tüketim harcamalarıdır. Tüketicilerin sürekli tüketimlerinin sürekli gelire bağlı olduğunu öne sürmektedir ve bu yüzden bu teori Sürekli Gelir Teorisi olarak da ifade edilmektedir. Bireyler gelirlerini tüketir veya tasarruf ederler bireylerin tüketim veya tasarruf kararı almalarındaki temel sebep bireylerin yaşamdaki durumlarıdır. Böylece bireylerin tüketimleri içinde bulunan dönemdeki cari geliri, yaşamları boyunca beklenen ortalama gelir ve cari servete bağlıdır. Bireyler sadece cari gelirdeki değişmelere bağlı olarak tüketim harcamalarını değiştirmemektedir. Bireylerin tüketimlerini ortalama beklenen gelir daha çok belirlemektedir. Franco Modigliani ve Albert Ando (1963)

Tüketimi açıklamak için görüldüğü gibi birçok teori ortaya çıkmıştır. Bu teorilerin benzerlikleri olmakla birlikte her teori bir önceki teoriden farklılaşarak gelişmeler göstermiş modele yeni değişkenler eklenmiştir. Ancak teorilerin farklılaştığı en önemli konu gelir ve tüketimin nasıl bir ilişkide olduğu ve gelirin tanımlanış şeklidir.

Bu çalışmada öncelikle tüketim olgusunun tarihteki yeri ve önemi nasıl ortaya çıktığı gibi konulara değinerek tüketim kalıpları hakkında kısaca bilgi verilecektir. İkinci bölümde ise iktisat literatüründe tüketim ile ilgili olarak ortaya atılan Mutlak Gelir Hipotezi, Sürekli Gelir Hipotezi, Nispi Gelir Hipotezi ve diğer hipotezler hakkında temel bilgiler verilecek olup tüketim kavramının teorik çerçevesi oluşturulacak ve gelir tüketim ilişkisi test edilecektir. Bu nedenle tüketim, tüketim harcamaları ve gelirin tanımı, tüketim teorilerine yönelik eleştiriler ve teoriler hakkında yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümde ise Türkiye'deki tüketim alışkanlıkları, kültürü hakkında bilgi verilerek tüketim konusunun ülkemizdeki yeri önemi nasıl çeşitlilik gösterdiği hangi değişkenlerden etkilendiği ifade edilecektir. Çalışmamızın son kısmında tüm bilgiler ışığında özel nihai tüketim harcamaları ve gayri safi yurtiçi hasıla verileri esas alınarak değişkenlerin kısa dönem dinamikleri ve uzun dönemde birlikte hareket edip etmediklerini Türkiye için analiz edilecek sonuçlar değerlendirilecektir.

1. BÖLÜM

1. TÜKETİM OLGUSU VE İHTİYAÇLAR

Bu bölümde tüketim olgusunun tanımı tarihsel süreçte nasıl meydana gelerek şekil aldığı tüketim kavramının nasıl tüketim alışkanlığına dönüştüğü ve bunun bir ihtiyaç haline gelmesi tüketme eyleminin sebep sonuç ilişkisi ile açıklanması gibi konular ve Türkiye’de Tüketim konusunun gelişimi anlatılacak ve tüketim harcamalarını belirleyen temel etkenler ifade edilecektir. Bir sonraki aşamada ise tüketim fonksiyonu oluşturulacak ve tüketimi etkileyen başlıca değişkenler ele alınacak ve de Dünya literatüründe ki tüketim teorileri açıklanacaktır.

Tüketim üretilen mal ve hizmetlerin, isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılaması amacıyla insanlar tarafından kullanılmasıdır. Başka bir ifade ile tüketim hane halkı tarafından piyasada bulunan nihai malları satın almak için yapılan harcamalardır. Tüketim harcamaları hane halkının buzdolabı ekmek gibi hem dayanıklı mal hem de dayanıksız mal ve ulaşım sağlık tatil eğitim gibi hizmetleri satın almak için yaptıkları harcamaları ifade eder. Ancak hane halkı tarafından yeni konut satın almak amacıyla yapılan harcamalar tüketim kapsamında yer almayan tek harcama türüdür. Bu yapılan konut harcamaları yatırım harcamaları olarak ifade edilmektedir. İhtiyaç kavramı iktisat literatüründe ‘faydalılık’ kavramıyla açıklanmaktadır. İstek kavramı ise iktisat literatüründe ‘satın alma gücüyle desteklenmiş talep’ olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak ihtiyaç konusunda birçok tanım ve bakış açısı bulunmaktadır.

Marshall bireylerin ihtiyaçlarının rasyonel, karşılıklı olarak birbirine bağlı olduğunu ifade etmektedir. Aynı şekilde üretilen mal ve hizmetleri açıklamak gerekirse iktisat literatüründe tüketim sayılabilmesi için üretilen mal ve hizmetlerin iktisadi bir değeri bulunan yani para ile ifade edilebilen mal ve hizmetler olması gerekmektedir.

Bir mal veya hizmetin ihtiyaç olarak tanımlanıp tanımlanmaması kişilerin inancından, düşüncelerinden, tercihlerinden, arzularından, bireyin yaşamında bir yer edinmesinden veya diğer bireyler için insanlık için hizmet eden bir ihtiyaç olmasından bağımsız, objektif yani nesnel bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden kimi zaman benzer özellikler gösterdiği düşünülen öznel yargılar içeren subjektif istekler ve tercihler objektif nesnel ihtiyaçlardan farklılık göstermektedir (Polonyi ve Buğra, 2003, s.30). Nesnel ihtiyaçlar olarak

baktığımız zaman sağlık, barınma, gıda gibi ihtiyaçlar her bireyin ihtiyacı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kapitalist sistem temel zorunluluk olan hizmet ve ihtiyaçların tüketilmesinin yanı sıra aslında zorunlu olmayan çok çeşitli ihtiyaçların bireyler tarafından zorunlu ihtiyaçlarmış gibi algılanmasına dolayısıyla tüketilmesine yol açmaktadır. Geçmişten günümüze geldiğinde üretim yapısında yaşanan gelişmeler ile birlikte üretkenliğin ve verimliliğin de artmasıyla bireylerde bazı mal ve hizmetlere duyulan arzu sahip olma isteğine bu istekler ise ihtiyaç haline gelerek ticari mallar giderek artan kullanım değerine ulaşmıştır. Diğer bir yandan daha önceleri bazı tüketiciler açısından lüks kabul edilen mallar zaman içerisinde normal mal olarak dönüşmüş ve normal kabul edilen mallar ise zorunlu ihtiyaç haline gelmiştir.

Ekonomide ihtiyaç kavramının birçok tanımlaması bulunmaktadır. Ancak en bilinen tanımıyla ihtiyaç giderildiğinde insana rahatlama ferahlık haz veren giderilmediğinde ise insanda acı ve ızdırap hissettiren bir duygu olarak ifade edilmektedir. İhtiyaç kavramının önemli olmasının bir sebebi de bireylerin tüm ekonomik hareketlerini ihtiyaçları doğrultusunda gerçekleştirmeleridir. İnsanlar yaşamlarına devam etmek için ihtiyaçlarını gidermek zorundadırlar. Ve buna göre ihtiyaçlar kendi aralarında ayrılmaktadırlar. Zorunlu ihtiyaçlar bireyin yaşamını sürdürebilmesi için karşılanması zorunlu olan su, hava, gıda gibi gereksinimlerdir. Zorunlu olmayan ihtiyaçlar ise insanların yaşamsal faaliyetlerinden bağımsız olarak ortaya çıkan gezme, müzik dinleme gibi ihtiyaçlardan oluşmaktadır.

Günümüz dünyasında kapitalizmin gelişmesiyle birlikte bireyler zorunlu olmayan ihtiyaçlarını da zorunlu ihtiyaç gibi algılamaktadırlar. Kapitalizm bireylere temel ihtiyaçlarını giderebilecekleri tüketim malları ve hizmetleri sunmanın yanı sıra diğer ihtiyaçların da karşılanmasına yönelik mal ve hizmet de sunmaktadır. Öncelikle üretimin artmasıyla bir talep yaratılmak istenmektedir. Bu nedenle bireylerde zorunlu olmayan tüketim mallarına yönelik bir arzu oluşturulmuş daha sonra bireylerdeki arzular isteklere dönüşmüştür. İstekler ise ihtiyaçlara dönüşerek bireylerin piyasada bulunan mal ve hizmetlere olan talebini arttırmıştır. Aynı zamanda teknolojinin de getirdiği yeniliklerle birlikte eskiden lüks mal olarak tanımlanan mallar zorunlu mallara dönüşmüştür. Örneğin araba geçmiş yıllarda lüks mal olarak nitelendirilirken günümüzde konforlu bir seyahat için zorunlu mal olarak ifade edilmektedir.

Maslow'a göre ihtiyaçlar 5 farklı aşamadan oluşmaktadırdır. Birinci basamak da zorunlu ihtiyaçlar olarak ifade edebileceğimiz fizyolojik ihtiyaçlar bulunurken ikinci basamak da ise güvenlik ihtiyaı bulunmaktadır. Güvenlik ihtiyaının ardından bireylerin bir gruba sınıfa aileye ait olma ve sevgi ihtiyaı gelmektedir. Dördüncü aşamaya geldiğimizde değer saygı gibi yargılar ve son olarak ihtiyaçlar hiyerarşisinin en st basamağında insanın kendisini geliştirme içgüdüsü bulunmaktadır. Maslow ilk olarak İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisini 1943 yılında İnsan motivasyonuna dair bir teori adlı makalesinde yayınlamıştır.



Kaynak: Aktan, 2000

Şekil 1.2. Maslowun Temel İhtiyaçları

İhtiyaçların bir diğer özelliği de toplumsal bir kavram olmasıdır. Toplumsal bir kavram olarak ihtiyaç toplumun sosyalleşme sürecini, sosyal baskıları ve vresel etkileri de içermektedir. İhtiyaçlar belirli bir sosyal statüde yaşam sürdürmeyi toplumda yer edinmeyi belirli vrelerle iletişim içerisinde olmayı, bir kişiliğe sahip olmayı, belirli davranışlarda bulunmayı ve belirlenmiş hedeflere ve amaçlara ulaşma arzusunu içermektedir (Slater, 1997, s.84-86).

Bir toplumdaki tüketicinin diğer bir toplumdaki tüketicilerden farklılıklar gösteren bir birey olması tüketim toplumu sürecinde oluşmaktadır ve bu bireyler kapitalist sistemin doğal sonuçları olarak varlık kimlik farklı bir birey olma özellikleri ile yaşamaktadırlar. Bu kapitalist sistemde tüketicilerden bağımsız olarak diğer gler tarafından oluşturulan zorunlu ihtiyaçlar yaratılan ve toplumda bulunan bireyleri tüketen bir birey olma arzusuna yönlendiren bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece bireyler tüketim kültürünün bir

parçası haline gelmektedir. Tüketim kültürü evresinde deneyimler mal ve hizmetler kısacası her şey ticarileştirilmiş ve satın alınabilir hale getirilmiştir. Bir kural olarak mal ve hizmet üretimi yoğunlaşmış artmış ama bireylerin üretici olarak değil de tüketici olarak yaşam sürmesi temel amaç haline getirilmiştir (Bauman, 2006, s.92).

Geleneksel toplumlarda dahi İhtiyaç kavramını tanımlarken ihtiyaçların sınırsız olduğu varsayımından hareket edilir. Tüketim toplumu son zamanlarda gelişen bir ideolojidir ve bu ideoloji çerçevesinde daha çok ihtiyaçların var olduğunu daha çok tüketim daha çok üretim olursa daha çok refah sağlanacağı olgusunu içermektedir.

Tüketim davranışının şekillenmesinde ve gerçekleşmesinde tüm bunların dışında bazı durumlarda kişilerin mallara olan talepleri diğer kişilerin bu mallara olan taleplerine bağlıdır. Bu durumda 3 etkiden söz etmek mümkündür. Bu etkiler: Bandwagon etkisi, Snop etkisi ve Veblen Etkisi dir.

Bandwagon Etkisi: Piyasa yeni çıkan mallar ilk etapta bazı tüketici kitleleri tarafından tüketilirken, bazı tüketici kitleleri tarafından tüketilmemektedir. Zamanla malı tüketmeyen kitlelerinde tüketim yapması yani diğer kişilerden geri kalmak istememesi üzerine mallara olan talebin artmasıdır. Kişilerin taleplerini arttırmak istemelerinin altında yatan temel neden çevredeki kişilerin tüketiyor olması ve onlardan geri kalmak istemeyerek kendisinin de tüketim eğilimi göstermesidir.

Snop etkisi: Gelir seviyesi yüksek olan kişilerin oluşturduğu tüketici kitleleri, kendilerini gelir seviyesi düşük olan tüketici kitlelerinden ayrıcalıklı görmektedir. Bu nedenle daha lüks malları talep ederler. Zamanla bu mallarda meydana gelen fiyat düşüşleri karşısında kendilerini ayrıcalıklı gören tüketici kitleleri bu malları tüketmeme eğilimi içine girerler. Çünkü gelir seviyesi düşük olan tüketiciler de bu malları talep etmeye ve tüketmeye başlamışlardır.

Gösteriş Tüketimi

Veblen etkisi: Gösteriş yapmak, başkalarının sahip olamayacağı mallara sahip olmak isteğiyle fiyatı yükselen mala yönelik talebin artması dolayısıyla tüketimin artması sonucu ortaya çıkan etkidir.

1899 yılında Veblen tarafından yayınlanan The Theory of The Leisure Class adlı eserinde bireylerin gösteriş için tüketim harcamalarını ifade etmiş ve gösteriş tüketimi

teorisini ortaya çıkarmıştır. Gösteriş tüketimi teorisinin eski çağlardaki toplumlarda dahi hüküm sürdüğünü öne sürmüştür. Veblen toplumdaki gösteriş için tüketme alışkanlığının değişmeyeceğini belirtmiştir. Toplumlar da parasal güç bir itibar olarak nitelendirilmekte parasal gücünü göstermenin en güzel ifadesi ise lüks tüketimi arttırmak ve daha çok mal ve hizmet satın almak zengin bir yaşam biçimi sürmek diğer bir ifade ile gösteriş tüketimidir. Bu özelliği ile gösteriş tüketimi teorisini ele aldığımızda bu tüketim türünü sadece toplumun zengin bireyleri değil toplumun alt sınıfları olarak tabir edilen nispeten daha düşük gelir grupları da toplum içerisinde itibar görmek için gösteriş tüketimi sergilemektedirler (Çınar ve Çubukçu, 2009: 284).

Bireyler gösteriş tüketimi harcamalarını zorunlu ihtiyaçları gibi kendini tatmin etmek ihtiyacını gidermek arzusu yerine toplumda bulunan diğer tüketicilerin gözünde değer kazanmak amacıyla yapmaktadırlar. Bu tüketim davranışı toplumdan topluma değişiklik göstermektedir çünkü toplumun sosyal ve kültürel yapısında gösteriş tüketiminin nasıl ifade edildiği bireyin harcamalarını belirlemekte ve yön vermektedir. Toplumdaki bireylerin gösteriş tüketimi yapmalarının amacı ait olduğu sosyal sınıf içerisindeki bireylerin övgüsüne sahip olmak o bireylerde hayranlık sağlamak, statülerinde gelişme sağlamak ait olduğu sınıfta lider olarak tanımlanmak veya dikey bir hareketlilik ile bir üst sosyal sınıfa geçiş yapmak o sınıfa ait tüketim harcamalarını gerçekleştirerek kendini o sınıfa ait hissetme isteğidir. Günümüzde gelişmiş zengin ekonomik açıdan belirli bir refaha yükselmiş toplumlarda ait olduğu sosyal sınıf içerisinde bir kimlik oluşturarak statü sağlamak ve o sınıftaki prestijini konumunu arttırmak için yapılan harcamalar yaygın bir şekilde görülmektedir. Sosyal sınıflar arasında bu tüketim türünü daha çok orta sınıfa ait gruplarda yükselme göstergesi olarak algılandığı gözükmektedir (Şahin, 1992; 42).

1.1. Tüketim Kültürü Tüketim Toplumu ve Kapitalizm

Tüketim kavramı genel bir ifade ile ihtiyaçların giderilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Ancak tüketim kavramı ülkelere ve toplumlara göre farklılıklar göstermektedir ve iktisadi bir olgu olmanın yanı sıra sosyal ve kültürel değerler ile şekillenerek zaman içerisinde koşullara göre değişen gelişen sosyal ve toplumsal bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Eke, 1982: 413).

Kültürel ve sosyal değerler hem tüketilen ürünlerin tercihinde değişiklikler yaşanmasına yol açmakta hem de tüketicilerin birey olarak fiziksel ihtiyaçlarında da etkili

olmaktadır. Böylece ihtiyaç kavramı da tüketim kavramı gibi toplumsal bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Bocock, 2005: 13).

Tüketim kültürü sosyal değerler, bireylerin beğenileri ve bireylerin yaşam tarzlarının birleşiminden hareketle oluşan bir kavramdır. Üretilen ürün ve hizmetlerin tüketen bireylere ulaşmasında tüketim kültürü etkili faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Bocock, 2005: 13).

Tüketim günümüz de toplumsallaşmayı sağlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketiciler toplumsallaşma sürecinde tüketim konusunda hangi ürünü ne zaman nerede ve hangi koşullarda tüketeyeceği konusunda bilinçlendirilmektedir. Bireylerin bilinçlenmesinde en etkili yöntem kitle iletişim araçlarıdır. Bu kitle iletişim araçları reklam, moda pazarlama olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern tüketim toplumunda bireyler tüketim alışkanlıkları edinirken bir sosyalleşme aşamasından geçmektedir. Kapitalist sistemde bireylerin tüketici olarak davranışlarının şekillenmesi ve ihtiyaçlarından çok daha fazla tüketim harcamaları yapması için çeşitli pazarlama faaliyetleri başlamış moda reklam gibi faktörlerin etkisiyle bireylerin karar verme süreçlerinin tek başına gerçekleşmesi engellenmiş bireyler yönlendirebilir hale gelmiştir. Belirli bir zaman diliminde moda adıyla belirlenmiş tüketim kalıplarının yaygınlaşmasında bu tip yöntemler kullanılmaktadır. Aynı zamanda toplumun üretim tarzı da toplumun tüketim tarzı da bu normlara göre şekillenmektedir (Arabacıoğlu ve Aydemir, 2007: 277).

Toplumların tüketim toplumu aşamasına gelmesinde toplumda gerçekleşen reel üretim ve hizmet üretiminin yanı sıra üretilen malların ve boş zamanlarının yalnızca tüketim çerçevesinde bireylerin sadece tüketmek bilinci etrafında örgütlenmiş olmasını ifade etmektedir. Tüketim toplumunda bireylerde zenginlik, popüler kültür, burjuvalaşma, bencilliğin artması gibi eğilimler karşımıza çıkmaktadır (Marshall, 1999:768).

Tüketim toplumunun oluşması ve devamlılığını sürdürebilmesi için tüketim koşullarının fiyat ve miktarlarının piyasa koşullarında oluşması gerekmektedir ayrıca piyasada bulunan yöneticilerin profesyonel olmaları da tüketim toplumu açısından önemli olup en önemlisi ise tüketicilerin tüketme eğiliminde olması gerektiğidir. Tüketim toplumu yalnızca kapitalist düzeni benimsemiş toplumlarda ortaya çıkmaktadır ve ancak bu sistem açısından ele alındığında kavram haline gelir açıklanabilir ve incelenebilmektedir. Kapitalist düzende zaman içerisinde endüstrileşme ve sanayileşme gerçekleşmektedir ama tüketim toplumu bu sanayileşme sürecinin her aşamasında ortaya çıkmamaktadır. Tüketim toplumu

bu endüstrileşme sürecinden sonraki aşamada meydana gelmektedir. Bu sanayileşme sürecinin henüz başında olan gelişmekte olan toplumlar ele alındığında tüketim toplumu yalnızca taklit etme ve diğer toplumlara benzeme durumundan bir adım öteye geçmemektedir. Buradan hareketle tüketici kültürü ve tüketim kültürü arasında ayırım bulunmaktadır.

Tüketim kültürü iki şekilde ifade edilmektedir. İlk olarak tüketim kültürü tüm toplumlarda meydana gelen tüketim geleneği, tarzı ve tüketim biçimini belirten bir tanımdır. İkinci olarak ise, tüketim kültürü yalnızca piyasa ekonomisinin hakim olduğu ve post modern toplum biçiminde ortaya çıktığı görüşüdür (Odabaşı, 2006: 41). Sonuç olarak iki görüşe göre de tüketim kültürü kavramı kısaca toplumun büyük bir kısmında egemen olan tüketim alışkanlığı tüketim tarzı olarak tanımlanmaktadır.

Tüketici toplumlar tüketim toplumları özelliklerinin bir kısmını taşıyan ve sınırlı miktarda tüketim kültürüne uyum sağlamaya çalışan toplumlar olarak ifade edilmektedir. Tüketim kültürünün benimsenmesiyle birlikte yalnızca ihtiyaçların karşılandığı sade bir tüketim miktarı ile kanaatkar toplumlardan tüketici topluma geçmiş ve daha sonra bu toplum tüketim toplumuna dönüşmüş ve uyum sağlanmıştır. Tüketim kültürünün; basit tüketimin olduğu, kanaatkar toplumlardan, tüketici topluma ve sonuçta tüketim toplumuna dönüşümü gerçekleştiren neden ya da kaynak olduğu söylenebilir (Odabaşı, 2006: 41).

Tüketim toplumunu diğer toplum türlerinden ayıran özellik bireylerin ihtiyaçlarını tüketmenin yanı sıra tüketme eyleminin yalnızca kendisinin amaç, ihtiyaç haline gelmesidir. Bunun en güzel örneklerinden biri bireylerin hafta sonlarını veya tatillerini piknik park orman gibi insana huzur veren yerler yerine alışveriş merkezleri veya hipermarketlerde aslında ihtiyaçlarından çok daha fazla ürün satın alarak geçirmeyi tercih etmeleridir. Mal çeşitliliği konusunda kararsız kalan bireyler bu mekanlarda zorunlu ihtiyacı olsun veya olmasın farklı türden malları alışveriş sepetlerine koymaktadırlar. Bu alışveriş merkezleri eksiklerin belirlenip alışveriş listesiyle gidilen yerler olmak yerine bireylerin vakitlerini günlerini kolaylıkla geçirebileceği restoran, kafeterya veya çocukların dilediğince vakit geçirebildiği çocuk parkı ve etkinlikleri bulunan ailece gidilebilecek eğlence merkezlerine dönüşmüşlerdir. Burada vakit geçiren bireyler kapitalist sistem ve kitle iletişim araçları reklamlar ve de kampanya adı altında sürdürülen stratejiler ile hiç hesapta olmayan alışveriş yaparak kimi zaman işlerine bile yaramayacak ürünler almaktadırlar. Özellikle çalışan bireyler ihtiyaç

karşılama güdüsünden çok haftanın stresini atmak için mal ve hizmet satın almaktadırlar (Aslan, 1996: 14).

Kapitalist sistem tüketicileri üretici birimlerin çıkarları doğrultusunda hareket etmeye yönlendirmektedir. Bu sistem özellikle kar amacıyla ekonomik faaliyetlerde bulunma amacı benimseyen firmalar ile özel mülkiyet ve girişimciliği temel esas olarak, üretilen ürünlerin piyasaya dolayısıyla pazara yönelik olarak yapılan çeşitli mal ve hizmetin alımı ve satımının temel prensip olduğu ideolojik ve ekonomik sistemdir (Demir ve Acar, 1993:198).

Kapitalist sistemi benimsemiş toplumlarda talep önemli bir unsurdur. Bu nedenle bireylerin zorunlu ihtiyaçlarına ek olarak talep yaratılmaktadır ve bu yaratılan taleplerin yeniden ve sürekli ortaya çıkması için ise piyasada kısa ömürlü ürünler üretilmektedir (Demir ve Acar, 1993:199).

Günümüzde kapitalizm sanayi devrimine ek olarak tüketici devrimi de gerçekleştirmiştir. Sanayileşme ile iş dünyasında zaman ve mekan şartları bakımından fiili olarak boş zaman alanı ayrılmış ve bireyleri tüketim yapmaları için bu boş zamanları içinde ücret ödenir hale gelmiştir. Ulaşımında yaşanan gelişmeler ile birlikte günlük geziler hem zengin hem yoksul işçi sınıfı için olanaklı hale gelmiş ve bireylere boş zaman değerlendirme için çeşitli imkanlar sunulmuştur. Toplumlar tarafından tatiller resmi olarak zorunlu hale gelmiş ve işverenlerinde bu zorunlu tatiller için çalışanlara ücret ödenmesi sağlanmıştır. Bu nedenle yıllık tatillerde tüketim harcamaları ciddi oranda artış göstermiştir. Büyük şehirlerde mağazalar alışveriş merkezleri çok çeşitli ürünleri bünyesinde barındırmaktadır bu ürünlerin tüketimin yanı sıra malların teşhiri için de önemli bir merkez haline gelmişlerdir . Bu alışveriş merkezlerinde sinema, müzik salonları gibi kentlilere boş zamanlarını tüketme için çeşitli fırsatlar sunulmaktadır. Reklam panoları, gazete ilanları sergi yerleri ile tüketim talebi oluşturulmaktadır (Demir ve Acar, 1993:200).

Kapitalist sistemin devamlı ve sürekli olması üretimde de sürekliliğin sağlanması ile mümkündür. Üretimde süreklilik sağlanması için ise tüketimin de sürekli olması gerekmektedir. Günümüzdeki tüketim kalıbı bireylerin zorunlu ihtiyaçlarının giderilmesinden ziyade bireylerin toplum içindeki konumu belirleyen bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin toplumdaki statüsü tüketim harcamalarıyla ve tükettikleri ürünlerle ölçülmekte ayrıca sosyal sınıflar içerisindeki yeri de tüketim miktarıyla ifade

edilmektedir. Toplumdaki bu genel görüş reklamlar yoluyla da desteklenmektedir (Çetinkaya, 1992:85).

Reklamcılık faktörünün gelişmesiyle bireylere gereksinim giderme değil bireyleri etkileyerek onlarda yeni gereksinimler yaratma temel amaç olarak belirlenmiştir. Reklamlar aracılığıyla bireylerin kaygılarını yok etmeye çalışmak ve yatıştırılmak yerine bireylerde yeni kaygılar üretilmeye çalışılmaktadır. Kitle iletişim araçları tüketiciyi yeni yaşamın koşullarını özendirerek şöhret ve başarı ile şahşahlı bir yaşam ön plana çıkararak toplumun standart bir hayat süren bireyleri sıra dışı beğenilere bireyi diğer bireylerden ayırıcı özellikler taşıması gerektiğine ikna etmektedir (Lasch, 2006:283).

Mal ve hizmet ürünlerinde kısa ömürlülük tüketicilerin daha çok piyasaya çıkmasına ve sürekli artan bir tüketim ihtiyacına karşılık olarak alışveriş yapmasına yol açmaktadır. Modern toplum yapısında bireyler artık daha hızlı yaşamaya tüketmeye ve ürünleri değiştirmeye alışmışlardır bu nedenle tüketim giderek artmaktadır(Lasch, 2006:284). Bu ürünlerin kısa ömürlü olmasının en güzel örneği telefon piyasasında görülmektedir bireylerin son model olarak aldığı telefonların bir ay sonra farklı bir üst sürümü piyasaya sürülmekte ve artık yeni sürüm ihtiyaç olarak bireylere sunulmaktadır. Elinde eski sürüm bulunan bireyler bir an önce yeni sürüm olan ürün için tüketim harcaması yapmak istemektedirler.

1.1.1. Tüketim Kültürünü Yaygınlaştıran Faktörler

1.1.1.1. Kitle iletişim araçları

Toplumlar beklentiler ve ihtiyaçlar konusunda farklılık göstermektedir ve değişken bir yapıları vardır. Bu değişkenliği sağlama işlevi nedeniyle kitle iletişim araçlarının önemi giderek artmıştır (Düzgün, 2004: 152).

Marcuse Tek Boyutlu insan adlı eserinde tüketim kültürü endüstrisinin bireylerde yanlış bir bilince yol açtığını öne sürmektedir. Bu bilince göre üretici konumunda olanlar piyasada üretilen mal ve hizmetleri bir bütün halinde topluma satmakta veya topluma dayatmaktadır. Kitle iletişim araçları bireyleri tüketiciler haline getirmekte ve üreticilere bağımlı kılmaktadır. Konut, giysi, besin gibi metalar çeşitli eğlence ürünleri ile bireylerde belirli bir tutum geliştirmiş ve bireylerin tüketimlerinde alışkanlık haline gelmiştir. Piyasada üretilen mal ve hizmetler önce tüketilmesi için öğretilmekte ve daha sonra bireylerde yaşam

tarzı haline gelmesi sağlanmaktadır. Bu nedenle bireyler belirli bir düşünce sistemini benimseyerek tüketici olarak davranış kalıpları göstermektedir (Düzgün, 2004: 153).

Tüketim kültüründe bireylerde öncelikle belirli bir imaj sağlamaktadır. İmajın bir meta şeklinde karşımıza çıkması ve üretilmesi bu tüketim kültürünün bir sonucudur (Sarıbay, 1993:50). Kitle iletişim araçlarıyla imajlar üretilmekte ve de bireylere pazarlanmaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçları bölgeler arası farklılığın ortadan kalkmasını sağlar geniş kitlelere yayın yaparak dil, ırk gibi ayrımları gözetmeksizin toplumun her bireyine ulaşarak imajların standartlaşmasını sağlamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle toplumlar arasında birbirleriyle etkileşim artmıştır. Bir yandan bazı toplumlarda karmaşık yapılar oluşurken diğer yandan toplumlar arası kültürel benzerlikler ortaya çıkmıştır (Dağtaş, 2004: 189).

Tüketim kavramı açısından ele aldığımızda kitle iletişim araçlarının tüketim üzerindeki olumlu etkisinin yanı sıra olumsuz etkilerinden de söz edilmektedir. Olumsuz etki olarak reklamlarda veya diğer araçlarda gerçek dünya ve toplumsal gerçeklerden bağımsız bilgiler sunulmasından bahsedilmektedir (Mills, 1974: 436). Yeni toplum alışkanlıklarında bireyler tam bilgiye sahip olmaktan giderek uzaklaşmaktadır ve birey sadece televizyonda sunulan bilgilere ulaşmakla yetinmektedir.

Bireyler genel olarak medyanın sunduğu bilgilere karşı kayıtsız kalmamakta ancak bir sorumluluk da üstlenmemektedir sadece bireyler medyanın sunduğu ile yetinerek merak duygusunu gidermektedir(Dağtaş, 2004: 200).

Buna ek olarak kitle iletişim araçları kadınların ve erkeklerin toplumdaki yerine olması gereken rollere ve tüketim kalıplarına açıklama getirmektedir. Özellikle bireylerin yaşamlarını ele alan programlar ile modern toplumun çeşitli rollerini ev dekorasyonlarını teknoloji kullanımları giyimleri gibi alanlarda ki son moda olarak nitelendirilen mal ve hizmetleri izleyiciye sunmaktadır (Swingewood, 1996: 120). Bu moda etkisiyle bireyler gördüğü empoze olduğu yaşam biçimini kendi hayatlarına uygulama yönünde tüketim harcamalarını arttırmaktadırlar.

1.1.2.2. Reklamlar

Reklamcılık sektörü kapitalizmin önemli unsurlarından olan tüketicilerin tüketim kararlarını yalnız başına almalarını engellemek adına 1920 li yıllarda gelişmiş ve günümüze

kadar gelmiştir. 1920 li yıllar aynı zamanda toplumların üretim toplumundan tüketim toplumuna geçiş aşamasının başladığı yıllar olarak ifade edilmektedir (Swingewood, 1996: 121).

Metaların propagandası iki göreve hizmet etmektedir. Bu görevlerden ilki tüketim harcamalarını protesto veya ayaklanma durumlarına alternatif olarak sunmaktadır. Bu şu anlama gelmektedir çalışma şartları nedeniyle yorulan işçiler çalışma koşullarını değiştirmek için çaba sarf etmek yerine yaşamını ortamını mal ve hizmetlerle canlandırmak ve yenilemek için çaba harcamaktadırlar (Lasch, 2006: 125).

Üretim yapan işçiler günlük toplam boş zamanlarının yarısını televizyon izleyerek geçirmektedirler ve bu televizyonlarda çok yoğun bir reklama maruz kalmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarından reklam ile bireyler artık daha çok mal ve hizmete ihtiyaç duyduklarına ikna olmaktadır. Ve ihtiyaçların isteğe dönüşmesi aşamasındaki en önemli etken maddi alım gücüdür. Bu maddi alım gücü için bireylerin gelire dolayısıyla paraya ihtiyaçları vardır ve para kazanmak için daha çok çalışmaktadırlar. Bu daha çok çalışma ile ailesini sevdiklerini ihmal eden bireyler bu çalışmakla geçen zamanın telafisi için ailesine hediye alırlar ve sevgiyi maddileştirmiş olurlar ve döngü bu şekilde sürmeye devam eder (Bauman, 2010: 54).

İkinci işlev ise tüketim propagandası ile bireyler için yabancılaşma kavramının da bir meta haline gelmesidir. Modern yaşamda bireylerin ruhsal bakımından yorgun olmasıyla yalnızlığı seçmelerine karşılık tüketim propagandaları tüketimi bu bireyler için çare olarak göstermektedir. Reklamcılıkla birlikte bireyler içinde buldukları durumdan daha mutsuz hale gelerek diğer bireylerin sahip olduklarına erişme isteği duyarlar. Bunun yanı sıra bireylerde özgüven eksikliği, mevki kaygısı aileler için çocuklarının istek ve ihtiyaç duyduğu şeyleri karşılama konusunda yeterli olup olamayacakları, giderek artan ihtiyaçlara karşılık gelir durumundaki belirsizlik gibi yeni mutsuzluk nedenleri yaratmakta veya olan mutsuzluk durumunu giderek arttırmaktadır. Bireylerin ait olduğu gruba karşı daha alt gelir düzeyinde bulunması örneğin komşusunun arabasından daha düşük bir model araba kullanmanın getirdiği mutsuzluk gibi kaygılar artık reklamcılıkla birlikte kurumsallaşmıştır (Lasch, 2006:125-126). Bireyler reklamında etkisiyle kitle kültürü bağlamında dönüşüme uğramakta ve etkilenmektedirler.

1.1.2.3. Moda

Bireylerin hayatını belirleyen ihtiyaçlarında değerlerinde hatta davranış kalıplarının üretilmesinde reklam moda ve tüketimin önemi büyüktür. Reklam ve moda ile birlikte en yüksek tüketim düzeyine ulaşmak için tüketim talebini arttırıcı faaliyetler giderek hız kazanmıştır. Tüketim talebini arttırmak için bireylerin alışkanlıklarında bir değişiklik yaratılmalı eski alışkınlar yerini yeni alışkanlıklara devretmelidir. Tüketiciler eski eşyalarının yerine yeni mal ve hizmet almayı tercih etmelidir. Ayrıca bireyler sürekli olarak tüketim davranışında bulunma ve bireysellik kimliklerini gerçekleştirmek için modayı takip etmektedirler. Topluma kapitalist sistemin bir parçası olarak iyi giyinmeleri gerektiği, modayı takip etmeleri gerektiği fikri benimsetilmiştir. Bireyler iyi giyindiklerini göstermek , popüler olmak ve toplumda kabul görmek için bu sistemin bir parçası olmuşlardır (Kellner, 1991:83).

Moda kavramı üretilen tüketim eşyalarının sürekli yenilenmesi temeline dayanan bireylerin kendisini ifade etmek amacıyla benimsediği yaşam biçimi olarak ele alabildiğimiz toplumsal bir olgudur. Moda bireylerin düşüncelerini, bedenlerini, davranışlarını yaşam biçimlerini etkileyen ve değiştiren bir kavramdır (Kellner, 1991:84).

Toplumsal alanların hemen hemen hepsinde modanın etkisinden bahsedilebilir. Bunlara örnek vermek gerekirse bilimsel ve felsefi anlamda varoluşçuluk, yapısalcılık gibi kavramlar ön plana çıkarken otomotiv sektöründe reklamların etkisi yaşam tarzı olarak moda ele alındığında hippelik gibi , moda akımlarından bahsedilir. Bu nedenle moda ekonomik ve sosyal sistemin ortak noktasıdır.

Baudrillard'a göre, moda eskimeyen sürekli kendini yenileyen ve güncelleyen bir kavramdır. Ancak moda olarak sistemin bir parçası olan her ürün ve akım eskimeye ve yok olmaya mahkumdur moda bu kavramların biçimlerini değiştirerek bireylere sunar. Yaz modası, bahar modası, kış modası bunlara yalnızca birer örnektir. Kapitalist sistemde her şey tüketilmeye sunulmaktadır ve bir süre sonra tüketilen mallar kısa ömürlü olduğu için ve yeni moda akımları bir üst sürüm gibi sebepler dayanak gösterilerek tüketiciler yeniden tüketime sevk edilmektedir. Değişmeyen sistemin kendisinden başka bir şey değildir. Bu sistemin temelinde birey ele alınmaktadır. Bu döngüde ki ürün üretilmesi üretilen ürünün satılması için toplumda bireylerin bulunması ve harcama yapması gerekir. Bu sistem sanayi devrimiyle birlikte özellikle bireylere tüketim harcamaları yapması için para vermekte, boş zaman

yaratmakta ve bir yandan da verdikleri parayı tüketimle geri almaktadır (). Tüketim sürecinin tamamında hakim olan kitle iletişim araçları moda kavramı reklam gibi toplumu yönlendirerek tüketimi arttırmaktadır (Bayhan, 1997:50).

Moda sanayi devriminden sonra tüketici kavramının da oluşmasıyla daha çok anlam kazanmış bir davranış biçimidir. Bireyler moda uyum sağlama davranışı ile bir toplumsal kimlik kazanır ve bunun yanı sıra bütüne ait bir parça oluştururlar. Ayrıca bireyler yine moda davranışı ile başkalarından farklılaşma eğilimine girer. Toplum içinde bulunan seçkin veya daha üst gelir düzeyine sahip insanlar daha alt gelir grubunun moda uyum sağladığını gördüğü zaman izlemekte olduğu moda akımını terk etmektedir bu da aslında tüketim kalıplarında bahsi geçen snop (züppe) etkisi olarak ifade edilmektedir. Bu nedenlerle moda karmaşık bir olgudur (Bayhan, 1997:51).

1.1.2.4. Alışveriş mekânları

Kitle iletişim araçlarından moda ve reklamın amacı bireyleri tüketime yönlendirecek satın alma davranışı oluşturmaktır. Ürünlerin satın alındığı mekanlar ise alışveriş sürecini belirleyen unsurdur. Piyasaya üretilen mal ve hizmetlerin arz edilmesi için en uygun konum kent merkezlerindeki alışveriş mekanlarıdır. Bu yerlerde bireyler rahatlıkla boş zamanlarını geçirip eğlenmekte ve alışveriş ihtiyacını karşılamaktadır (Bayhan, 1997:52).

Bireyler modernizm ve çağdaşlaşmanın da etkisiyle toplumsal sınırları ortadan kaldırmış ve değişime, sistemin getirdiği yeniliklere açık hale gelmiştir (Atiker, 1998: 39).

Alışveriş merkezlerinin etkisiyle bireyler üretilen ürünlere daha kolaylıkla sahip olup aradıklarını ürünü bulurlar (Kellner, 2001: 187-188). Bireylerin hangi alışveriş merkezini tercih ettiği bile birey için toplumda bir kimlik oluşturma duygusuna bağlılığını yansıtır (Bocock, 24).

1.2. Tüketim Olgusunun Tarihi

Tüketim (consume) ve tüketici (consumer) kavramları İngilizce kökenli olup bu sözlerin temeli 14. Yüzyıla kadar dayanmaktadır. Bu kavramlar söz kökeni olarak olumsuz bir yargı içermektedir (etymonline.com; 2011). Tüketim kavramı terminolojik olarak bitirmek israf etmek yok etmek anlamına gelmekte ve tüketici kavramı da tüketme eylemini yapan kimse mal ve hizmeti satın alan kendisine bir fayda sağlayan kimse ve bitiren mahveden gibi anlamlar içermektedir (Williams 1976:49).

Tüketim konusunu kavramak için öncelikle tüketim kavramı ve tüketim toplumu kavramını doğru tanımlamak ve anlamak gerekir. Bu kavramların tarihsel süreçte ele alınması yöntem olarak daha doğru sonuçlar sağlayacaktır. Bu nedenle çalışmanın bu kısmında tüketim toplumunun ortaya çıkış süreci ve bugüne gelene kadar hangi aşamaları izlediği ele alınmıştır (Şengül 2001:8).

İnsanların yerleşik hayata geçmesiyle kentler kurulmaya başlanmıştır. Bu kentlerde geçimi sağlamanın en önemli kısmını ticaret faaliyetleri oluşturmuştur. Roma döneminde kurulan forumlar ve Eski Yunanların agoraları ilk alışveriş merkezi örneğini oluştururlar. Bu forumlar ekonomik, sosyal, kültürel ve hatta politik alanda etkileşim yerleri olan kent merkezleri olarak ifade edilmiştir. Ticaretin yoğun olduğu Pazar yerleri kentin merkez konumuna gelmiştir. Ortaçağ boyunca kentin orta kısmında ticaret ile uğraşan kimseler belediyeler ve ticaret yapıları bulunmuş kent simgesi ve merkez olarak benimsenmiştir (Şengül 2001:8).

Geçmişten günümüze kadar kentler yalnızca alışveriş eylemi ve tüketim harcaması yapılan yerler olarak değil bireyler için bir sosyalleşme aracı olarak da karşımıza çıkmaktadır. Örneğin panayır yerleri bireyleri toplayarak onları hem tüketime sevk eden yerel bir Pazar olmuş hem de sadece alışveriş yapılan yer değil aynı zamanda tüketicilerin burda bulunmaktan mutluluk duyduğu Dünya'nın hemen her yerinden ürünlerin piyasaya sunulduğu şenlik havasında sergilendiği mekan olarak karşımıza çıkmıştır. Özellikle sosyal sınıfların bulunduğu toplumlarda orta sınıf kumunda yer alan bireyler modernleşme sürecinin de etkisiyle tüketme eylemini arttırarak duygusal ve fiziksel ihtiyaçlarını kent, sahil, panayır yerleri gibi ortamlardan karşılamıştır (Şengül 2001:9).

İnsanlar hayatlarını devam ettirebilmek için tüketim yapmak zorundadırlar. Geçmişten günümüze doğru gelindiğinde insanların tüketim kalıpları ve bu kalıplara dayalı Dünyadaki sistemler birçok değişim ve gelişim kat etmiştir. Ükelere bakıldığında 19. Yüzyılın ikinci yarısına kadar tarıma dayalı sistem ekonomiyi tüketimi etkilerken daha sonra sanayiye dayalı sistemle tüketim daha çok artmıştır.

Öncelikle tarıma dayalı ekonomik sistemde insanların tüketim davranışlarını ele alacak olursak şu şekilde açıklayabiliriz. İnsanların çoğunluğu köylerde çiftliklerde küçük topluluklar halinde su kenarlarında bağ bahçe tarla kurarak yaşamakta ve kısıtlı olanaklarla üretim yaparak kendi üretmiş oldukları ürünleri tüketme eğilimi göstermekteydiler. Örneğin

tarlasında buğday yetiştiren bir çiftçinin tüketimi sınırlı olanaklara dayalı olup kendi ürettiği miktar kadardır. Ancak bir çiftçinin yalnızca buğday tüketimi ihtiyacı yoktur bunun yanı sıra giyim barınma ve diğer tarımsal ürünlere ve gıdalara ihtiyacı da vardır. Bu ihtiyacını karşılamak için üretmiş olduğu ürünün bir kısmını pazarda satarak veya malın malla değişimi yani trampa yaparak geçimi tüketim ihtiyacını karşılamaktadır.

Geçmişteki ilk tüketim alışkanlıkları trampa ile başlamıştır. Trampa parasız değişim yani malın malla değişimi olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde her malın fiyatı karşılığında elde edilen mal ile eş değer nitelikte sayılmaktadır. Trampa da insanlar kendi ihtiyaçları doğrultusunda ellerindeki ürünü diğer insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla değiş tokuş etmektedir. Bu nedenle trampa sübjektif bir yargı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü insanların ürettikleri ürünler karşılığında ihtiyacı olduğu mallar kişiden kişiye farklılık göstermekte çeşitli tüketim alışkanlıkları ifade etmektedir.

Avrupa'da 18. ve 19. Yüzyıllarda yeni buluşlar icat edilerek üretimde makineleşmeye geçilmesiyle sermaye birikimi artmış ve bu durum Sanayi devrimini beraberinde getirmiştir. Sanayi devrimiyle üretim ve tüketim kavramı önem kazanmış ekonomi tarım toplumundan sanayi toplumuna geçmiştir. Bu geçişle birlikte büyük makineler icat edilmiş ve eve sığmayacak büyüklükte olan bu makinaları bir araya getirerek fabrikalar oluşturulmuş ve fabrikaların kurulup yaygınlaşmasıyla ekonomik toplumsal sosyal alanlar büyük köklü değişimlere uğramıştır.

Dünya'da 1860 yılından itibaren ürünlerin fabrikalarda üretilmesiyle üretimde büyük bir artış yaşanmıştır. Piyasada yeni makineler kullanılmış ve birbirinden farklı ürünler üretilmiştir. Bu nedenle topluma sunulan üretim cetveli genişlemiştir. Aynı zamanda ulaşımda yaşanan gelişmeler ile birlikte üretilen ürünlerin demir yolları ile piyasaya sunulması kolaylaşmış ve ham maddelerin taşınması gibi sorunlar büyük ölçüde çözüme ulaşmıştır.

Ayrıca tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçilmiş bireyler için kamu yaşamı ve özel yaşam ayırımı oluşmuştur. Bireyler zaman yönetimi iş ve iş dışı olarak ikki temel bölüme ayırmıştır. Daha önceki yıllarda bireyler için evler hem yaşam alanı hem de üretimin gerçekleştirildiği mekanlardı ancak bu dönemde üretim artık fabrikalarda gerçekleştirilmeye başlamış ve ev dışı zaman ayırımı gerçekleşmiştir. Üretilen ürünler artık bir zanaat ürünü olmak yerine fabrika üretimi olarak gerçekleşmeye başlamış ve standart bir

hal almıştır. Toplumdaki bireyler köylerin yerine şehirlerde yaşamaya başlamış ve köyün nispeten daha dayanışmacı ancak baskıcı unsurlarından uzaklaşmış şehrin içinde anonim olarak yaşamaya başlamıştır (Fowles, 1996:31-33).

16. Yüzyıldan itibaren ülkelerde hızlı nüfus artışı yaşanmıştır. Aynı büyüklükteki toprak parçası daha çok insanın ihtiyaçlarını karşılayabilir olmuş ve toprak daha verimli kullanılmıştır. Tarımdaki ve sanayideki gelişmeler köyden kente göçü hızlandırmış kent nüfusu giderek artmıştır böylelikle sanayinin ihtiyaç duyduğu iş gücü temin edilmiştir. Köyde tarım ekonomisine dayalı üretim yaparak ürettiği malı mal ile değiştirerek tüketimlerini gerçekleştiren insanlar artık kente göçerek tarımı yani çiftçiliği bırakıp işçi sınıfına tabi olup belirli bir emek karşılığında belirli bir ücret alarak çalışmaya başlamışlardır. Aldıkları bu ücret karşılığında insanlar üretim yapmak yerine tüketimin bir parçası olmayı tercih etmişlerdir. Bu işçi sınıfının yaşam düzeyi ve yaşam şartları değişmiştir.

Sanayi devrimi ile birlikte fabrika düzeni gelmiştir ve bu düzende fabrikada çalışan işçiler sarf ettikleri emek gücü karşılığında ücret alırlar. Sanayileşmenin ilk başlarında işçiler fabrikalarda çok ağır şartlarda çalışmış ve ne yazık ki aldıkları ücret bir hayli düşük olup zamanla ekonomik ve sosyal alanda çeşitli politik düzenlemelerle bu şartlar giderek iyileşmiştir.

Tarım ekonomisinin hakim olduğu zamanlarda bireyler üretimlerini kendileri gerçekleştirip ona göre tüketimlerini belirlemektedir ancak bireylerin büyük bir kısmının yeni üretim sisteminde fabrikada çalışarak bir ücret alması nedeniyle kendileri üretmek veya trampa yoluyla değiş tokuş etmek yerine satın alma ihtiyacı duymuşlardır. Bu ihtiyacı hissetmelerinde pazarlarda teknolojik yeni ürünlerin olması ve kitle üretimle birlikte mal çeşitliliğinde artış olması ve asıl sanayileşmenin gelişmesidir. Malların üretiminde ve çeşitliliğinde yaşanan artış da bireylerin yaşamında bir devrim niteliği taşımaktadır (Leiss vd., 1990:65-66).

Endüstri devrimi ile birlikte üretim teknolojilerinde birçok değişiklik yaşanmıştır. Bu değişikliklerden biri olarak kentlerin fiziksel yapısı da değişime uğramış köyden kente göç artmış ve bununla beraber toplumsal bakımından yeni yapılar oluşmuştur. İnsan ihtiyaçlarını gidermeye yönelik satın alma davranışı olarak yapılan alışveriş eylemi hem zamansal hem de mekânsal anlamda değişime uğramıştır. Mekânsal anlamda alışverişin değişmesi yeni alışveriş merkezlerinin kurulması alışveriş caddeleri, mağazaları gibi farklı farklı konumları

ortaya çıkmasıdır. Bireyler zamanla oluşan bu sisteme adapte olmuş ve sosyal hayatını yaşam tarzını bu değişikliklere uyumlulaştırmıştır. Bu uyum sürecinin en güzel örneği bireylerin tüketimlerini alışveriş merkezlerinde gerçekleştiriyor olmasıdır. Alışveriş merkezleri bireye sadece ihtiyaçlarını sunmak yerine bireyin ihtiyaç duymadığı ürünleri de ihtiyaç gibi algılanmasına sebep olarak bireylerin tüketimlerini arttırmaktadır (Eken, 2008:1-2).

Toplumda oluşan tabakalaşma sosyal sınıf ayırımı 20. Yüzyılın başlarına kadar bireylerin ekonomik, politik gücüne göre ayrılırdı. Alt sınıf daha yoksul ve ezilen sınıf olarak tanımlanırken üst sınıf hem güçlü bir politik etki hem de zenginlik kavramlarını içerirdi. Günlük yaşamda sınıfların zaman geçirdikleri mekanlar birbirinden farklılık gösterirdi. Ve bu dönemde tüketim malları bireyler kendileri evlerinde ürettikleri için tüketim kavramı toplumun her kesimi için gelişmemişti. Kültürel gelenekler her sınıfın tüketim biçimini etkilemektedir ve popüler kültür ögesi olan festival, eğlence, törenler bölgesel, dilsel, etnik olarak toplumda ki sınıflarca farklı anlamlar ifade etmektedir. Ancak 20. Yüzyıldan sonra sosyal sınıflar arasında en önemli fark ne tükettiği ile ifade edilir olmuştur. Bireyler tüketim harcamaları ile sınıf ayırımı yaşamış hangi marka ürün aldığı onun sosyal sınıfını ifade eder olmuştur. Alt sınıfta bulunan bireyler tüketim davranışında bulunurken kendi üretimleri olan ürünlerle sınırlı iken biraz daha üst düzey konumda bulunan sınıflar toplumda üretilen ürünler arasında seçim yapar (Leiss vd., 1990:59).

Tarım ekonomisi sürecinde sadece yüksek gelir düzeyine sahip burjuva olarak nitelendirilen sınıf pazarlarda az bulunan ve çeşitleri sınırlı sayıda olan tüketim mallarına sahip olabiliyor pazarda söz sahibi olarak ihtiyaçlarını karşılayabiliyorlardı. Düşük gelir düzeyine sahip olan bireyler ise tarımda kendi ürettikleri ürünle takas edebileceği ürünler dışında tüketimde tercih yapamıyor az üretilen yüksek fiyatlı tüketim mallarından talep etmiyordu.

Tüketim kavramı ürünlerin çok üretilmesi ve fiyatların nispeten düşmesi dolayısıyla 19. Yüzyılın son çeyreğinden itibaren geniş halk kitlelerine yayılmaya başlamıştır (Gottidiener, 2000: 12). Sanayi devrimi ve makineleşmenin gelişmesiyle birlikte pazarlarda teknolojik yenilikçi ve seri üretimle birlikte mal çeşitliliğinde hızlı artış sağlanmıştır. Sadece mal çeşitliliği değil aynı zamanda malın üretimindeki süre azalarak daha çok mal üretilerek hem zaman tasarrufu sağlanmış hem de o ürünün piyasada olan fiyatı düşmüş ve böylece gelir düzeyi düşük olan kesimlerinde daha önce hiç tüketmediği lüks tüketim malı sayılabilecek nitelikteki mallara olan talebi artmıştır.

20. yüzyılda tüketim sadece seçkinler olarak ifade edilen toplumun üst sınıfının gerçekleştirmiş olduğu harcamaları ifade ederken tüketimin demokratikleştirilmesi işe alan genişlemiş halka doğru açılmıştır ve bu açılım toplumun siyasi kesimini de yakından ilgilendirmiş politik alana yansıyan fikirler sağlamıştır. Tüketim ve demokratikleşme bu politik ve siyasi alanda ortaya çıkan yeni fikirlerin temelini oluşturur. Tüketimin demokratikleştirilmesi olgusu daha önce anlatıldığı gibi tüketimin halkın bütün kesimleri tarafından gerçekleştirilebilir bir eylem olması olarak 19.yüzyıldan itibaren kamusal kesimde ifade edilmiştir.

Sanayi Devrimi ile birlikte 1850'li yıllara gelindiğinde üreticilerin ve egemen olan kesimin nihai amacı toplumda bir tüketim kültürü oluşturmak ve bunu toplumun her kesimini yaymaktır. Bu nedenle işverenler çalışma şartları saatleri ücretleri hakkında birçok düzenlemeler yapmıştır. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler yenilikler ve verimlilik artışı ile birlikte üretilen mal miktarı artmış ve bu üretim alanında yaşanan verimlilik ve refah artışından çalışan bireylerin de yararlanması sağlanmış böylece tüketimin demokratikleştirilmesi kavramına uygun hareket edilmiştir (Aydoğan, 2000:119).

Oskay (1993:177-178), Toplumda ki bireylere tüketim harcamalarını arttırınca sosyal sınıf bakımından gerek ekonomik gerekse toplumsal konumda üst düzeye çıkabilecekleri konusunda bir yanılsama yaratılmıştır. Tüketiciler toplumdaki görmek istedikleri doyumları davranışları göreceğini düşünerek tüketimi bir yaşam ideolojisi haline getirmiştir. Bireyler tüketim harcamalarını diğer bireylerle kıyaslamıştır. Ayrıca gelir durumu düşük bireylerin de gelecekte gelir düzeyinin artacağını düşünerek çalışması da tüketim toplumunun sürekli devam edeceğini bir ideoloji olarak varlığını koruyacağını ifade eder. Bireyler için tüketmese bile alışveriş merkezleri gibi tüketim mallarının sergilendiği yerlerde görme anlamında eşit olma fikri hem de imrenme açısından da tüketimin demokratikleştiğinin bir göstergesidir.

Toplumun tüketim toplumu olma sürecine geçiş aşamasında üretilen ürünler üç aşamada demokratikleşmeye fayda sağlamıştır. İlk aşamada ürünler fabrikalarda üretilmiş ve geniş halk kitlesinin tüketmesi için homojen hale getirilmiş ayrıca daha yalın hale getirilerek bireylerin kullanımları kolaylaştırılmıştır. İkinci aşamada ise kadınların erkeklerin ve çocukların kullanabileceği standart ürünler üretilmiştir. Üçüncü ve son aşamada ise kamusal alanda yapılan tüketim harcamaları standart hale gelmiştir ancak özel tüketim harcamaları istenen düzeyde standart gerçekleşmemiştir (Schudson, 1997:143).

18.yüzyılda İngiltere tüketim toplumunun ilk örneği olarak gösterilmiştir ancak 19. Yüzyıla geldiğinde Modern Amerika Birleşik Devletleri tüketim toplumunun temsilcilerinden kabul edilmektedir (Schudson, 1984:178).

Geçmişten günümüze toplumsal dönüşümlere sebep olan bireyler bu dönüşümleri başlatan veya hızlandıran aktörler tarihsel süreçte önemli bir konuma sahiptir. Toplumsal alanda yaşanan en büyük gelişmelerden biri tarihe geçen Fordist üretim sistemidir. Henry Ford bu dönüşümün kurucusu olarak 'Fordizm' kelimesini literatüre kazandırmıştır. Fordist üretim sistemi ile üretim miktarı artmış ve verimlilik yükselmiştir. Henry Ford toplumun yaşam biçimi etkilemiş, değiştirmiş ve Taylorist üretim biçimi ile bir sentez oluşturmuştur. Oluşturduğu bu sentezde çalışan işçilerin 8 saat çalışması gerektiğini ve ücret olarak 5 dolar almasını belirtmiştir. Fabrikada 8 saat çalışılmasının altında yatan temel sebep işçilerin üretilen ürünlerin tüketilmesini sağlanmasının istenmesi nedeniyle işçilere boş vakit yaratılarak bu boş vakitlerini de tüketime sevk etmeleridir. Daha öncesinde işçilerin çok çalışması nedeniyle ürettikleri ürünlere yabancılaşma sorunu yaşanırdu işçilerin bu ürünleri alacak vakti ve ücreti bulunmazdı. Ford'un getirmiş olduğu bu sistem bireylere yeni bir yaşam tarzı sunar. Tüketici pazarının genişlemesi tüketimin halk kitlelerine yayılması, demokratikleştirilmesi için işçilerin hem yeterli ücret alması hem de kendilerine vakit ayırarak bu zamanda aldıkları ücretle pazarda ürün satın alması gerekir (Şaylan, 1999:118-119; Harvey, 1997:148). Tüm bu sebepler dolayısıyla 1920'li yıllarda Amerika'da işçilerin çalışma sürelerinde düzenlemeler yapılarak kısaltılmış ve işçilere ödenen ücret artırılmıştır. Bu stratejinin hedeflediği fabrika çalışanlarını tüketicilere dönüştürmektir.

Bireyler artan çeşitlilikte üretilen mallar dizisini satın alarak, tüketimden sağladığı doyumunu arttırmaya çalışmış ve klasik iktisatçılar tarafından bu durum büyük bir fırsat olarak görülmüştür. Kapitalist üretim sistemi, Fordizm ve bilimsel teknolojik alanda yaşanan gelişmelerden destek alarak yeni pazarlar inşa etmiş ve bireylerin kamunun tüketiciye dönüşmesini sağlamak için reklam, moda, televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla kişileri bu sisteme adapte ederek eğitilmesini sağlamıştır (Şaylan, 1999:118-119; Harvey, 1997:149). Nihai hedef toplumda tek tip tüketici oluşturulmasıydı ve egemen otorite olarak üretici kesimin onaylanması vardı. Piyasada ne üretilirse o mal tüketiciler tarafından tüketilmek zorundaydı.

Bu dönemin temel özellikleri;

- 1) Üretim-tüketim ilişkilerinin yapısındaki değişiklikler
- 2) Üretim sisteminin tüketim tarafından belirlenmesi ve uyarlanması
- 3) Bireyleri tüketime sevk etmek için yeni pazarlama stratejilerinin uygulanması
- 4) Reklam sektörünün bireyler üzerindeki etkilerinin artması
- 5) Moda kavramının bir yöntem olarak benimsenmesi ve uygulanması
- 6) Alışveriş merkezlerinin bireylerin bütün ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik kurulmasıdır.

Toplumun geneline hakim olan tüketim kültürünün etkisinin artması ile birlikte birey dış görünümünde bir moda etkisinin bulunup bulunmadığı bir beğeni kültürüne sahip olup olmadığı çerçevesinde yorumlanırken ayrıca sahip olduğu mobilya, araba, ev gibi tüketim harcamaları göstergeleriyle varlığını sürdürmektedir.

Söz konusu dönemde bireyler bir yaşam tarzı benimsemiş ve bunu bir gelenek haline getirmiştir. Bu yaşam tarzı toplumun hemen hemen her kesimi genç, yaşlı, zengin gibi farklı toplumsal sınıfların hepsini etkilemiştir. Bireylerin ortak özelliklerine bakıldığında tüketim harcamalarını gerçekleştirirken yeniliklerin ve son modanın sunduklarını dikkate alırlar. Örneğin iletişim aracı olan bir cep telefonu alındığında tüketiciler bütçesi doğrultusunda mümkün olduğunca en yeni en son modelini talep etmektedir ancak bunun üreticiler açısından bakıldığında şöyle bir faydası vardır her telefon modeline bir özellik eklenerek bir üst model olarak piyasaya sunulan ürünlerin de talepleri süreklilik göstermektedir bu da tüketim toplumunun ve tüketim alışkanlığının sürekli devam etmesinin en güzel örneklerindedir. Aynı zamanda tüketicilere sunulan hayat tarzının diğer özellikleri tek bir yaşamının olduğu ve bunun için sürekli tüketerek kendini mutlu etmesi, bu hayattan zevk almak ve yaşamını iyi değerlendirmek için gayret edilmesi gereken erkeklerin ve kadınların dünyası olarak ifade edilmiştir (Şaylan, 1999:118-119; Harvey, 1997:150). Özetle iktisattaki önemli tartışmalardan biri olan değer kavramını tüketim için yorumlarsak tüketimin değeri yalnızca maddi bir fayda değil her şeyden önce göstergelerin tüketilmesini ifade eder (Şaylan, 1999:118-119; Harvey, 1997:151).

Sanayi Devrimi ile birlikte fabrikalarda mallar kitlesel olarak üretilmiştir. Bu nedenle bireylerin ihtiyaçları karşılama biçimde de değişiklikler görülmüştür. Evde kendileri için üretim yapan tüketiciler ve pazarda değiş tokuş yaparak gereksinimlerini karşılama kavramı artık eski de kalmıştır. Bireyler alışveriş yapacakları pazarlara gittiklerinde ürünlerdeki çeşitlilik ve ürün sayısındaki artış nedeniyle bir tüketim karmaşası yaşamışlardır.

Bireyler kültürel yapı içerisinde giyim, yemek gibi alışkanlıklarını büyüklerinden öğrendiği gibi gidermeye çalıştıkları için, yeni üretilen malların çoğunlukta olduğu Pazar yerlerinde neyi tüketecekleri ve satın alacakları, alınan ürünleri nasıl ve hangi amaçla kullanacağı hususunda bir yönlendirmeye sosyal ipuçlarına gereksinim hissetmişlerdir (Leiss vd. 1990:65).

Kırsal yörede gelişmiş aile akrabalık ilişkileri bulunan birey şehir yaşantısında öncekinin tam tersine tek başına hareket eder. Bu şehrin yapısına alışmaya çalışan birey farklılık duygusu yaratarak şehirde bir öz kimlik oluşturmakta ve kalabalık içinde kaybolmaktan kendini kurtarmaktadır. Ayrıca şehir yaşamına alışmış bireylerin sosyal yaşama ayırdıkları süre giderek kısalmakta ve bireyler daha çok çalışma süresinde vakit geçirmektedir. Bu yüzden sosyal yaşamda bireylerin mümkün olduğunca kısa süre içerisinde daha çarpıcı bir etki uyandırması gerekir (Leiss vd. 1990:67).

Şehir hayatında bireyler kendilerini ifade etmek için farklı oldukları biçimleri ortaya çıkarır. Bu davranış aynı zamanda modern olmanın da bire göstergesi olarak kabul edilir. Fark yaratmak değişmek yeniliklere açık olmak ancak moda ve tüketim ile zirve noktasına ulaşmaktadır. Bireylerin toplum içinde ait olduğu yeri yalnızca belirli bir gelire sahip olmak belirlemez bu elde edilen gelirin tüketilerek diğerleri tarafından görülmesi gerekir.

Toplumda bireyselliği modayı ve tüketim harcamalarını göstermenin en iyi yöntemi diğer tüketim harcamalarına nazaran giysi alışverişidir. 19. Yüzyılın başlarından itibaren giyim tarzı bireyler için benlik kavramını ifade eden bir gösterge olarak ortaya çıkmıştır (Schudson, 1989 :157). Modern şehir hayatında giyimin bireyler hakkında anlam ifade etmesi tüketim hızına ve modaya uygun istenilen bir olgudur. Modayı bu yönüyle ele alırsak toplumun bir parçası olarak fark yaratmak için benimsenen varoluşçu, akla uygun bir eylemi ifade eder (Chaney, 1999:47).

Tüketim kavramı tarihsel süreç içerisinde birçok anlamı birlikte barındırmış ve yapısal dönüşüm geçirmiştir. Birçok toplumbilimci tüketimin işlevinin de önemli oranda

değiştiğini ifade eder ve bu değişimlerin en önemlilerinden birisi tüketicinin ürünü satın alırken malın kullanım değeri yerine bireyin yaşam biçimini tanımlayan bir öge olarak algılaması olmuştur. Bu nedenle tüketim kavramı bireylerin maddi anlamda ihtiyaçlarını karşılanması için gerçekleştirilen eylem olmak yerine daha sosyal bir çevrenin etkisiyle kültürel bir davranış haline gelmiştir. Başka bir ifade ile 20. Yüzyılın son çeyreğinden itibaren dönemin temel değişkeni tüketim olarak gerçekleşmiş ve bireyler giderek daha fazla tüketmeye başlamış tüketimi artık bir alışkanlık haline dönüştürmüştür. Bu tüketim eyleminin gerçekleşmesine en çok katkıda bulunan yerler olarak ifade edebileceğimiz alışveriş merkezleri de tüketimin odak noktası olmuştur (Chaney, 1999:49).

Moda kavramı bireylerin toplum içerisinde kendini farklı kılma duygusundan güç almaktadır. Moda sürekli kendini yenileyen bir kavramdır. Son moda da bu noktadan türemiştir yada günlük yaşamda sık sık duyduğumuz modası geçmiş eski moda demode kavramları da aslında bireyleri yeniden tüketime sürüklemek için oluşmuş kavramlardır. Tüketim kültürü de bu moda çerçevesinde kendini sürekli baştan yaratma olarak tanımlanır (Slater, 1997:10).

Geleneksel toplumda insan ilişkileri daha uzun süreli birbirine bağlı ve dengeye dayalı gerçekleşirdi. Ancak modern yeniliklerin gerçekleştiği yeni toplum düzeninde insan ilişkileri daha kısa süreli, birbirinden bağımsız ve anonim olarak süre gelmektedir. Bu sistemde kimlik kavramı aileden miras olarak kalmakta ve ifade etme biçimi olarak satın alınabilir mallar ile gösterilmektedir. Bireyler artık zorunlu ihtiyaçlarına bağlı tüketim gerçekleştirmek yerine modanın onlara sunduğu ürünleri satın alır hale gelmiştir. Önceleri bireyler yaşamını devam ettirmek için ürün satın alırken şu an tüketim yapmalarındaki amaç kimliği, toplum içindeki statüyü ve gelir düzeyini yansıtanın bir biçimi olarak karşımıza çıkmıştır. Eğlence kavramı da önceleri yalnızca pazarlar fuarlar ve özel günlerde gerçekleşirken artık bireyler için sıradan bir davranış haline gelerek her gün gerçekleştirilebilir bir eylem olmuştur (Slater, 1997:10).

Birey bulunduğu toplum içerisinde arzuladığı insan olabilmek için daha çok tüketime yönelmekte ve tüketimi arttırdıkça onunla aynı markayı tercih eden diğer bireylerle kendini aynı gelir ve yaşam düzeyinde hisseder. Modernizm ve postmodernizm sürecinde tüketimde gelenen bu noktada bir ürünü satın alma olarak belirtilen alışveriş eylemi de yapısal olarak değişmiş birçok anlamı beraberinde barındırmıştır. Post modern dönemde tüketim geleneksel toplum aşamasındaki zorunlu ihtiyaçların karşılanması anlamı yerine arzu ve sahip olma isteği uyandırma biçiminde oluşmuştur. Bu nedenle bireyler tüketim davranışında bulunurken

rasyonel kararlar yerine daha sosyal ve öznel bir yaklaşımla gerçekleştirmişlerdir. Özellikle çalışan bireyler çalışmadığı zamandaki yani boş zaman etkinliği olarak tüketimi gerçekleştirirler ve toplumsal konumlarını sosyal yaşamdaki yerlerini aldığı telefon araba veya giydiği marka kıyafet olarak göstermeye çalışmışlardır (McCracken, 1988:19).

Yalnızca maddi anlamda gerçekleşen tüketim kavramından bahsetmek tam olarak doğru olmayacaktır bu dönemde fikirler, imgeler de bir ürün gibi tüketilir hale gelmiş ve sosyo kültürel alanda bu tüketime dayalı yerleşik ilişkiler gerçekleşmiş bu nedenle bireyler hakkında bilgi sahibi olurken tüketim kalıplarına ilişkin davranışlarına bakılarak yorumlanmıştır (Sarıbay, 2004: 41).

Sanayi devriminin yarattığı toplumsal koşullarda, bireyler artık yaptığı uğraştığı iş ile değil sahip olduğu tüketim malları ile değer görür hale gelmiştir. Bireyler kimlik bilincini toplumdaki yerlerini piyasada üretilen ürünlerin ne kadarına sahip olduğu ile oluşturmaktadırlar. Bu yüzden tüketim, sadece ihtiyaçların karşılanması olarak değil, insanların olmak istediği özendiği benimsediği kişinin tüketim kalıbını kendi yaşamına uygulamasıyla yalnızca ekonomik bir kavram olmaktan çok sosyal, psikolojik ve en önemlisi kültürel bir olgu olarak karşımıza çıkmıştır.

Tüketim sadece modern toplumların bir etkinliği değildir. Tüketim olgusu kolektif ve bireysel kimlik duygularının oluşumundan doğan bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimlik oluşturma biçimi, bir ekonomik sınıfa, sosyal statüye üye olmaktan aileden geleneklerden kökenden veya cinsiyet yoluyla belirlenen bir kavram olmaktan çıkmıştır. Günümüzde insanlar kendi kimliklerini kendileri oluşturma çabası içerisine girmişlerdir. Bu kimlik oluşturma sürecinde tüketim kavramı çok büyük bir paya sahiptir.

Bireylerin satın aldığı ürünler olan giyim eşyası, takı, gıda veya boş zamanlarını geçirme etkinliği eğlence tarzları normalde bünyesinde bulunan duyguların bir dışa vurumu olmak yerine tam aksine bu satın alınan ürünler dolayısıyla kendi kimliklerini oluştururlar. İnsanların imaj kavramı da buna dayanarak gerçekleşir çünkü bireyler olmayı istediği birey gibi olmasına fayda sağlayacak ürünler tüketirler ve bunu sürdürürler.

Modern ve post modern toplumlarda tüketilen ürünler maddi nesnelere olarak anlam ifade etmez bu ürünler yaşam biçiminin bir göstergesi veya sembol anlamını içerir. Bu nedenle bireyler düşük gelir düzeyine sahip olsa bile eline geçen gelir düzeyini biriktirerek özlem duydukları nesnelere satın alma davranışında bulunurlar. Ancak birey bu nesneyi satın

aldığında bir duygu boşluğuna düşerler çünkü yalnızca o ürünü almak için birçok fedakarlıkta bulunup sahip olunca toplumda beklediği konuma gelmemiş yalnızca bir tüketim harcaması gerçekleştirmiştir. Ek olarak tüketim yapma isteği tüketim eyleminin kendisinden daha yoğun hissedilen ve devamlı olan bir deneyimdir.

Tüketim metalara bağlı bir kavram değildir yani tüketim sadece maddi eşyaların alınmasıyla bitmez tüketim bir süreç ve idealist bir davranış biçimidir. Özetle tüketilen ürünleri düşünceler oluşturur nesnelere yalnızca gelip geçici haz ve fayda sağlayan eşyalardır. Tüketim davranışının bu özellikleriyle anlaşıldığı gibi bir sona ulaşması mümkün değildir çünkü idealist bir uygulama olarak maddi bir eşya alınsa bile birey artık başka bir maddi nesneyi tüketme isteği barındırır bu nedenle tüketim eyleminde fiziksel anlamda bir doyum noktası mümkün değildir. Özellikle modern kapitalist sistemin hakim olduğu toplumsal yapılarda, bireyler tüketmeye ve tükettikçe daha farklı ürünleri tüketme isteğine arzu ve istek duymaya devam etmek bir yaşam biçimi olarak karşımıza çıkar (Bocock, 1997: 74-75).

Kapitalist ülkelerde tüketim düzeyi artışı refah kavramı ile özdeşleşmiştir. Bu tip ülkelerin öncelikli amacı ulaşabildiği maksimum üretim düzeyinde piyasaya maddi ve maddi olmayan ürünleri sunarak bu ürünlerinde bireyler tarafından tüketilmesini sağlamaktır. İnsanlar düşünmeden ve kendileri bir ürün oluşturmadan hatta ürettikleri ürünlere de yabancılaşarak bir kısır döngünün içine girerler bu artan tüketim düzeyi ile giderek insanlar insanı özünü geliştirmeyi terk etmişlerdir. Toplumun egemen düşünce sistemi üretim düzeyini en yüksek seviyede gerçekleştiren üretimle birlikte pazara sunabildiği en fazla ürünü sunan bir rasyonelizm ideolojisidir. Bireyler bu yapı içerisinde doğrudan bir üretim gerçekleştirmek yerine makinaların bir parçası haline gelerek üretimde bulunurlar ancak söz konusu bireylerin asıl konumu tüketimin gerçekleşmesi için araç olmalarıdır. Bireyler giderek daha fazla tüketme isteği duyarlar ve bu anlamda daha çok tüketmek için daha çok çalışırlar. İnsanlar için tüketimin sınırı aslında diğer bireylerin tüketim özgürlüklerini kısıtlamamak olmalıdır ancak aksine bireyler tüketimin büyümesine kapıldığında veya o ürünün yalnızca kendisinde olmasını istediğinde diğer bireylerin tüketim özgürlüğünü elinden alabilirler. Bu tip toplumlarda sosyal kültürel politik ekonomik bütün yargılar tüketim boyutunda anlam kazanmıştır. İnsani değerlerden soyutlanan tüketim kavramıyla zaman, eğlence, tatil tüketilirken sadece satın alınan nesnelere olmuş ve bu etkinlikler anlamını yitirmeye başlamış gösteriş için tüketilir hale gelerek önce tüketim gerçekleşmiş ve sonrada bu gerçekleşen tüketimin diğer bireylere gösterilmesi temel davranış biçimi haline gelmiştir. Bu bağlamda

kapitalist toplumun getirdiği yeniliklerle bireyler toplumsal değerlerden kendini soyutlamış ve onun için tek yaşam sürdürme biçimi daha fazla tüketim harcaması yapmak olarak benimsemiş yaratıcılıktan uzak tekdüze bir yaşam biçimi kendi hayatında içselleştirmiştir (Tolan, 1991:297).

Bireyler hali hazırda kendilerine sunulan önceden paketlenmiş ve onlar için hazırlanmış tüketicide istek uyandırmak amaçlı oluşturulmuş mal ve deneyimleri satın alır. Bu nedenle bireylerde oluşan yabancılaşma kavramı giderek artmıştır. Tüketiciler seyahat yemek gibi eylemleri bile onlara sunulan şekilde hazır paketler halinde tüketmektedir ayrıca televizyon radyo gibi kitle iletişim araçları ile kendilerine sunulan tüketim mallarını iyice benimsemiş ve onlara sunulan ile yaşamaya alışmışlardır. Modern yaşamın oluşturduğu tüketiciler zihinsel olarak çok yorgun yıpranmış meşgul ama fiziksel olarak çok pasif bir yaşam sürdürmektedir. Tüketim eylemi geçmişteki hali olan insan vücudunun veya insanın zorunlu ihtiyaçları olan barınma hayatını devam ettirmesi için gerekli yiyecek tüketme olmaktan çok insanın kafasında oluşturduğu çözdüğü tasarladığı beyinsel bir olgudur. Bireyler modern tüketim şeklinde onlara sunulmuş deneyimleri tüketerek yaşamlarında bir yaratıcılık duygusundan bireysellikten öznellikten uzaklaşmış kendilerine yabancı hale gelmişlerdir (Bocock, 1997:58).

20. yüzyıl sonlarında gelişen modern sistemde üretilen ürünler insanlar tarafından maximum düzeyde tüketilmesi için tasarlanmıştır ve hatta insanları tüketime yönlendirmek için birçok araç moda, televizyon, reklam gibi kullanılmış bu nedenle insanların zevkleri dahi bürokratik olarak örgütlü ve merkezileşmiş bir toplum tarafından üreticilerin karını yüksek düzeyde gerçekleştirmesi için yönlendirilmiştir. İnsanlara giderek standart kalıplar benimsetilmiş özgünlük kavramı kaybolmaya mahkum olmuştur bunun yerini ortalama bir tüketim biçimi ve düşünce sistemi benimsemiş ortalama düzeyde üretilen üründe özellik arayan insanlar oluşmuştur. Oluşan bu bireyler endüstriyel modern toplumun yarattığı robot insan veya tüketim insanı, şirket insanı olarak karşımıza çıkar. Bu kavramlara ek olarak yeni sistemde homo mechanicus tanımı ortaya çıkmıştır. Homo mechanicus yani mekanik insan davranışları önceden yönlendirilmiş benimsetilmiş insan olarak ifade etmek mümkündür (Fromm, 1992:55). Kapitalist sistemin bir parçası olan bireyler ürünleri kendileri üretir ancak ürettiği ürünleri satın almak için adeta onlara tapar (Fromm, 1973:63).

Son zamanlarda en çok merak edilen konu ulaşılan bu tüketim toplumunda insanların gerçekte Mutlu olup olmadıkları sorusudur. Bu sorunun cevapları aslında toplumun geldiği

sürecin başarısını veya başarısızlığını ifade eder. Sadece tüketim için tüketim eylemi kendi içinde bütünleşik bir davranış kalıbıdır ve aslında hedonik yani faydacı tüketim kavramı açısından bakıldığında insanlar için bir mutluluk kaynağı olarak görülmektedir bu nedenle toplumun başarısını ölçmekte yetersiz bir döngü içine girilmektedir. Tüketim eyleminin mutluluk artırmada etkisi sınırlıdır. Tüketim toplumunun başarı yalnızca insanlara memnuniyetsizliği benimsettiği ve onları sürekli tüketime adapte ettiği sürece var olmaya devam edecektir. Bu nedenle tüketicilerde etki uyandırmak için büyük reklam kampanyaları başlatılarak onları hiçbir zaman tüketimden vazgeçmemesi gereken bir arzu ve istek dünyasına sürüklemiştir. Buna ek olarak bireylerin tüketimlerinin devamının sağlanması için önce bir ürünle ilgili tüketilmesi yönünde çalışmalarda bulunmuş tüketilmesi sağlanmış daha sonra da aynı ürünü kötüleyerek değerini düşürülmüş bireyler yeni ürünlere ve yeniden tüketilmeye yönlendirilmiştir. Bu döngü sürecinde insanlar hissettiği her ihtiyacı, dileği tatmin etseler bile onlar için yeni ihtiyaçlar ve dilekler doğacaktır (Bauman, 2010:143-145). Buna örnek olarak örneğin telefon bireyler için yalnızca birer ihtiyaç iken bir süre sonra alışkanlık ve biraz daha süre sonra olması zorunlu bir öge haline gelmiştir. Ancak daha önce anlatıldığı gibi yalnızca bireyin telefona sahip olması onu tatmin etmeyecek olup bireye sürekli en son model telefona sahip olması duygusu benimsetilmiştir bu yüzden birey tüketimine sürekli devam edecektir.

1.3. Türkiye’de Tüketim Olgusunun Tarihi

Osmanlı Devleti’nde tarım ekonomisi hakimdir. İnsanlar kendileri ihtiyaçları doğrultusunda üretim yapmakta ve ürettikleri ürünleri iç pazarda malın malla değişimi yoluyla elden çıkarmaktaydılar. Avrupa devletlerinde yaşanan sanayi devriminin Osmanlı devletinde yaşanmamıştır. Toplumsal sosyal kültürel ekonomik sistemin değişmesi için uzun ve köklü bir gelişmeye ihtiyaç duyulmuştur ve bu yüzden tüketim ve üretim kavramı sınırlı kalmıştır.

1923 yılında Cumhuriyetin kurulmasıyla ülke ekonomisinde birçok değişiklik söz konusu olmuştur. Ülke gerek savaş koşulları gerekse halk tasarruflarıyla milli ekonomi görüşünü benimseyerek ulusal mallara olan talebini arttırmış ve devlet tarafından desteklenen sanayiyle siyasi bağımsızlığın iktisadi bağımsızlıkla birlikte güçlendirilmesi Türk girişimciliğinin geliştirilmesi kararı nihai hedef olarak alınmıştır. Bu kararın uygulamaya geçilmesi için yapılan çalışmalara ilk olarak 17 Şubat 1923 İzmir İktisat Kongresi toplanması uygun görülmüştür. Bu kongrede devletin ekonomiye önem vermesi gerektiği ekonomiyi

özendirici ve düzenleyici olarak etkili olması kararlaştırılmıştır. Bu kongrede sanayici, tüccar, çiftçi, işçi temsilcileriyle Misak-ı İktisadi esasları ve liberal politikalar benimsenmiştir. Bu kararların sonucunda devlet sanayi sektörünü ve tarım sektörünü destekleyici nitelikte yatırımlar yapmıştır. Üretici sınıf olan çiftçileri korumak amacıyla da 1925 yılında ürün üzerinden alınan Aşar vergisini kaldırarak üreticiyi daha çok üretime sevk etmeyi amaçlamış ek olarak Ziraat Bankası aracılığıyla çiftçilere kredi olanağı sağlamıştır. Ham maddesi yurdumuzda bulunan ürünlere öncelik verilerek bu alanda sanayileşme ve bireylerin günlük olarak tükettiği ürünlere önem verilmesi gibi kararlar alınarak iktisadi politikamızın temelleri atılmıştır. Ekonomide özel sektör desteklenmiş yatırımcılara kredi imkanı sağlanmış ve sanayi ile uğraşan bireylerin desteklenmesi amacıyla yeni kanunlar oluşturulmuştur. Tüm bu kararlar doğrultusunda ilk olarak 1924 yılında İş Bankası kurulmuş ve ardından 1925 yılında sanayi faaliyetlerine kredi desteği için Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur. Ayrıca 28 Mayıs 1927 yılında Teşvik-i Sanayi Kanunu kabul edilerek birçok yeniliği beraberinde getirmiştir.

1.4. 1929 Ekonomik Buhran ve Türkiye'ye Etkileri

Gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler dahil tesir altına alıp ABD de başlayarak tüm Dünyayı saran büyük buhran 24 Ekim 1929 da başlamış ve tarihe Kara Perşembe olarak geçmiştir. Bankacılık sisteminin yeterince detaylı yapılanmamış olması, sermaye esasları kredi oranları faiz oranları belirleyen yasaların kanun koyucular tarafından belirlenmemiş olması, kriz durumu için önceden tahmin edilmeyerek tedbir alınmamış olması son olarak ta ABD nin Dünya ya kredi vermesi ve bu vermiş olduğu kredileri zamanında geri almamış olması ABD de yer alan küçük şirketlerin birleşerek tekeller oluşturması ve bu tekellerin ekonomide büyük bir paya sahip olması krizin altında yatan temel sebeplerdendir.

Ekonomik Krizin ortaya çıkışı aşaması şu şekilde gerçekleşmiştir. ABD borsası 1920'li dönemlerde istikrarlı bir artış göstererek değer kazanmıştır. Elinde fon fazlası bulunan yatırımcılar az miktarlarda paralar koyarak marj sistemi adı altında yatırdığı bedelin 10 katı değerinde hisse senedine sahip olmuştur. 3 Ekim 1929 tarihi itibarıyla piyasalarda borsa ilerleyişi yavaşlamış hatta durmuş ve bu nedenle büyük şirketlerin hisselerinde ciddi oranlarda düşüş yaşanmıştır. 21 Ekimde yurt dışından gelen fon sahipleri yatırımlarını geri çekip elinde bulunan kıymetli evrakları hızlıca elden çıkarmıştır. Kara Perşembe günü tüm piyasalarda borsa dibe vurmuş ve çok sayıda banka iflas ettiğini açıklamış bu yüzden on binlerce insan servetlerini gelirini, mal varlığını kaybetmişti.

Krizin etkileri, sonuçları şunlardır; İnsanlar işlerini ve evlerini maddi varlıklarını sosyal konumlarını kaybetmişler birçok insan işini kaybetmiş hatta evsiz kalan insanlar oluşmuştur. Bu insanlar evlerini yitirdiği için küçük baraka gibi yerlerde barınmıştır. Toplumda bulunan bireylerin %80'i işsiz kalmıştır. İnşaat sektörü ve talebin çok düşmesi nedeniyle madencilik üretim tüketim durmuştur. Yaklaşık 4000 banka iflas ettiğini duyurmuştur. Bankaların iflası ile birlikte piyasaya fon sağlayan kurumlar azalmış ve bu nedenle bireyler kredilere ihtiyaç duymuştur. Ancak kredi kuruluşu olan bankalar piyasadan çekildikleri için yatırım ve tüketim oranları giderek azalmıştır. Piyasadan yatırdıkları parayı alabilen tüccarlar çok düşük fiyatlara büyük bankalar satın almıştır. Ekonomide para bulunamadığı ve yok denecek kadar azaldığı için bireyler eski usuldeki gibi malın malla değişimi mübadele sistemine geri dönüş yaşamışlardır. Ve bu nedenle insanlar küçük alanlarda sebze meyve yetiştirip kendi yetiştirmedikleri ürünle değiştirerek yaşamaya çalışmışlardır. Bunalımın etkileri her ülkede farklı olmakla birlikte İkinci Dünya Savaşına kadar devam etmiştir.

İktisat tarihinin en önemli büyük çaplı tüm Dünya'yı etkisine alan ve derin sonuçlara yer açan kriz 1929 krizidir. Avrupa ülkelerinde bulunan bazı bankalar mali anlamda zorluk yaşamaya başlamasıyla New York Borsası'nda hisse senetlerinin fiyatlarında ani düşüşler gerçekleşmiş ve tüm ABD piyasasını etkilemiştir. Krizin etkileri sadece bununla sınırlı kalmamış aşama aşama çevre ülkelere de yayılmıştır. 1929 Krizinde borsa ve piyasada gerçekleşen çöküşün yanında birçok banka iflas etmiştir. Ayrıca toplam yatırımlar ve toplam tüketimler de fon yetersizliği nedeniyle giderek düşmüştür. Bütün bu gelişmelerin sonucu olarak ABD'de 1929-1933 dönemlerinde GSYİH 1/3 oranında azalmıştır (Aktan , Şen, 2002: 6).

1929 Büyük Buhran Dünya'daki tüm ülkeleri ekonomisi dar boğaza girmiş ve piyasalar tıkanmıştır ayrıca bu bunalımın Türkiye'de önemli etkileri olmuştur. Uluslararası ticarete oluşan daralma paranın bulunamaması gibi temel problemler nedeniyle Türkiye korumacı devletçi, müdahaleci iktisat politikalarına yönelmiştir. Döviz kurunda ve ithalat ve ihracat oranında ayrıca ek olarak gümrük vergisinde devlet denetimini arttırmıştır. Bu devlet denetiminde Türkiye ile ticaret anlaşması olan devletlerden dış ticarete ithalat ön plana alınmıştır. Şu anlama gelmektedir Türkiye ihracat yaptığı yani kendi malını satın alan ülkelerin malını alma yönünde hareket etmiş ve ithalatı bu ülkelere gerçekleştirmiş ve diğer ülkelerle ithalatı yasaklamış, ithalatı denetim altında tutarak, Türk lirasının değerini koruma altına almıştır. İhracat kısıtlaması olarak ise ihraç edilen ürünlere kalite kısıtlaması

getirilmiştir. Halkı yerli malı kullanmaya özendirerek afişler hazırlatıldı ve yerli malı haftası ilan edildi. Ayrıca tasarrufun önemini belirtmek için Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti kurulmuştur. Devletçi politika çerçevesinde fiyat istikrarı sağlamak ve para piyasasını düzenlemek için Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası kurulmuştur.

Planlı ekonomiye geçiş süreci olarak ele alındığında ilk aşama 1. Beş Yıllık Sanayi Planı karşımıza çıkar. Bu plan il olarak 17 Nisan 1934 tarihinde uygulanmaya başlamış ve devlet ekonomik sisteme doğrudan müdahale ederek girişimciliğe başlamış birçok sektörde işletme açmıştır. Bu dönemde kalkınma esas alınmıştır. Toprak reformu yapılarak tarıma teşvik sağlanmıştır. Ham maddesi yurt içinde bulunan ürünleri işleyen sanayi sektörlerine devletçe finansman desteği sağlanarak kurulmalarına katkıda bulunulmuştur. 1938 yılında Halk Bankası faaliyete geçmiş ve esnaf ve sanatkarlara ihtiyacı olan finansmanı sağlamak adına kredi verilmiştir.

Ülkemizde tüketim kavramı 1950'li yıllar itibariyle gelişmeye başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti Osmanlı Devleti'nin ekonomik olarak devamı niteliğinde olduğu ve piyasada üretilen ürünlerinin miktarının az olması sanayileşme aşamasına tam olarak geçemediği ve bunların etkisini yaşayamadığı için ülkede tüketim mekanizmaları gelişmemiştir. Bunların yanı sıra 1929 Büyük Buhranı ve 2. Dünya Savaşı koşulları da ülkemizin tüketim ve üretim sektörlerini derinlemesine etkilemiştir. 1950'li yıllara gelindiğinde ülkede birçok alanda gelişmeler yaşanmış ve uygulanan ekonomik politikalar etkilerini göstermeye başlamıştır. 1952 yılında Türkiye'nin Nato'ya kabul edilmesiyle ülkemize yönelik gelişmekte olan ülkeleri kalkındırma programları ve destekler gerçekleşmiştir. Bu uygulanan programların sonucunda girişimcilerin yatırım yapması sağlanmış özel sektör teşebbüslerinde artış görülmüştür (Kılıçbay, 1999).

Türkiye'nin ekonomisinde önemli bir payı olan tarım sektörüne desteklerle birlikte çiftçiler için traktör kullanımı artmış tarımda makineleşmenin örnekleri giderek artan oranda görülmeye başlamıştır. Ayrıca üretilen tarım ürünlerinin fiyatına devlet tarafından müdahale edilmiş tavan fiyat ve taban fiyat uygulaması ile gerek üretici gerekse tüketici desteklenmiştir ve birçok arsa ve arazi üretime açılmıştır.

Aynı dönem içerisinde devlet karayolları yapımı konusunda da birçok gelişme kat etmiş ve ulaşım sorununa yenilikler ve çözümler getirmiştir. Bu nedenle kırsal nüfus ve kentsel nüfus arasında göçler yaşanmaya başlamış kentlerin nüfusu artmıştır. Tarım

sektöründeki gelişmelere ek olarak sanayi sektörünün de gelişmesine devletin yatırımları olmuş yaşanan yoğun göç ile birlikte üreticilerin ucuz iş gücü talebi karşılanmış ve sanayi sektörü de canlanmaya başlamıştır. (Kepenek ve Yentürk, 2000).

Tüketim kavramının Dünya'nın her yerinde gelişmesiyle birlikte toplumun alt kesimleri de bu kültürü öğrenmiş ve tüketim düzeyleri artmıştır.

Ekonomik sistemin gelişmesi için sanayi sektörüne ciddi programlar eklenerek özel teşebbüsler desteklenmiştir. Yapılan bu çalışmaların sonucunda yerli üretim desteklenerek özellikle dayanıklı tüketim mallarının ithal edilmesi konusunda kısıtlamalar uygulanmış ve bu malların ülke içerisinde temini zorunlu hale gelmiştir.

İç piyasada bireylerin köyden kente göç etmesinin ardından büyük şehirlerde hızlı kentleşmiş ve büyük pazarlar oluşmuştur oluşan bu pazarlarda tüketicilerin tüketim düzeyi genişlemiştir. Nüfusun kent yaşamına alışmaya başlamasıyla sağlık, gıda, eğitim gibi harcamaları ve en çok da dayanıklı tüketim malları gibi harcamaları ve bu mallara sahip olma isteği dolayısıyla oluşan talebi artmıştır. Özellikle 1950 yılından sonra ihracat ve ithalat üzerinde bulunan kota ve sınırların kaldırılması nedeniyle gelir durumu iyi olan bireylerin diğer ülkelerde bulunan lüks mallara olan talebi artmıştır (Kepenek ve Yentürk, 2001:15).

Fabrikalarda çalışarak geçimini sağlayan köylerinden kente göç etmiş işçi sınıfı emekleri karşılığ aldıkları düzenli ücret ile ihtiyaçlarını karşılayarak Avrupa'da olduğu gibi Türkiye'de de tüketiciler haline gelmiş ve tüketim malları satışında artış görülmüştür. Geliri artan işçi sınıfı artan geliri tasarruf etmek yerine tüketimini arttırmayı tercih etmiştir.

Türkiye için tüketim toplumu olma aşaması 1950'ler de başlamış günümüzdeki biçimini ise 1980 yıllarında almıştır. Toplum eski alışkanlıklarını bırakarak üretici olmanın yerine tüketici olmayı tercih etmiştir.

Köy yaşamını terk edip kent yaşamına adapte olan bireylerde tüketim harcamaları artışının yanı sıra köy de bulunan geleneksel kalıplar ve ilişkilerden uzaklaşma eğilimi olmuş bu değerlerin yerine batı toplumunu örnek alan benimseyen davranış kalıpları görülmeye başlanmıştır.

Tarım sektöründe istenen verime ulaşılmamış ve ihracatta önemli oranlarda düşüş yaşanmıştır ancak bu düşüşün yanı sıra ithalat talebi ise artan oranda devam etmiştir bu nedenle piyasada ihracat ve ithalat arasında ilerleyen süreçte cari açık olarak adlandırılan açık

ortaya çıkmıştır. Cari açığın artmasının önüne geçmek için devlet tarafından piyasaya müdahalede bulunulmuş ve özellikle ithalat ve ihracat üzerinde kota ve kısıtlamalar uygulanmıştır. Bu uygulamalar iktisat literatüründe bebek endüstriler tezi teorisine benzerlik göstermektedir. Bu teoriye uygun olarak hükümette bulunanlar üretim yapan imalatçı firmaları büyümeleri için korumacı bir politika benimsemiştir.

Türkiye ekonomisi 1960'li yıllara gelindiğinde ithal ikameci politika benimsemiştir. Bu politikaya göre piyasada üretilen ürünlerin yanında diğer ülkelerden olan ithal alımının kısıtlanmasını sağlayarak yurt içi üretimin payını arttırmak temel hedeftir. Amaç milli gelir içinde sanayi sektörünün payının artmasını sağlamak ve dışa bağımlılığı hatta cari açığı azaltmaktır

Türkiye'nin birçok kesiminden Avrupa'ya işçi olarak çalışmak için 1961 yılında vatandaşlarımız gitmiştir. Bu giden işçi sınıfının 1970 'ler de geri dönüşüyle beraberlerinde getirdikleri ürünler Türkiye'de hem kentlerde hem kırsal alanlarda tüketim alışkanlıklarının çeşitlenmesine yol açmıştır.

Toplum içerisinde bulunan bireyler için tüketmiş olduğu ürünler bir prestij hatta toplumdaki statü ifadesi haline gelmiştir. Bu nedenle bireylerin tüketim kalıpları değişmiş ve köylerde yaşayan insanlar bile belirli bir mal grubuna olan talebini arttırmıştır. Örneğin toplum içerisinde birey sahip olduğu araba içtiği sigara markası ile var olur hale gelmiştir. Bu dönemin en temel belirleyiciliği üretilen mal ve hizmet miktarının üstünde bir talep ve dolayısıyla tüketim hızı gerçekleşmiştir (Kepenek ve Yentürk, 2001:16).

Türkiye'de 1980 önce ekonomik yapı ithal ikameci sanayi politikası olarak benimsenmiştir. İthal ikameci sanayi politikasına göre yurt içinde bireylerin ihtiyaç duyduğu mallar dış piyasalardan karşılanmak yerine yalnızca zorunluluk durumlarında ham madde ve girdi ithal edilerek yurt içinde üretimine destek verilip üretiminin sağlanmasıdır. Nihai hedef olarak ekonominin büyümesi için kamu sektörünün yatırımları artış göstermiş ve yurt içinde bulunan yatırımcılara teşvik verilmiştir. 1945 dönemi İkinci Dünya savaşı öncesi ithal ikameci politika birçok ülkede ve Türkiye'de başlamıştır. Ancak her ülkenin ulusal yapısı ile uyum sağlayamadığı için başarısız olma riski taşımaktadır. Üretimin yurt içi talebe göre yapılmış olması büyüme oranının artması için tüketici olarak bulunan kesimin yüksek gelire sahip olması gerekmektedir. Ne yazık ki bu durum bir maliyet olarak karşımıza çıktığı için enflasyona sebep olmaktadır. Üretimde kullanılacak ham madde ve girdilerin ithali için ülke

içinde dövize ihtiyaç vardır. Türkiye yurt dışında çalışan işçi gelirlerinden döviz ihtiyacını karşılamıştır nitekim döviz ihtiyacı tam karşılanmadığı durumlarda borçlanma yoluna başvurulamayacağı için döviz darboğazına girilmiş ve ödemeler dengesinde sorunlar ortaya çıkmıştır. Tasarrufların yatırımları destekleyememesi dolayısıyla öngörülen istihdam sağlanamamıştır.

1970'li yıllarda ekonominin istikrarsız olmasının birçok yapısal nedeni vardır. Bu nedenler şu şekilde açıklanabilir. Ekonomi sanayileşme dönemi yaşamamıştır ve tarımın payı yüksek olup ayrıca tarım doğal koşullardan etkilenmektedir üretimde her dönem aynı verim düzeyi alınamamaktadır bu nedenlerle tarımla uğraşan kişiler köyden kentlere göç etmektedir ve bu nüfusu istihdam edecek yatırım imkanları sağlanamamıştır. İnsanlar tüketim olgusuyla tanışarak taleplerini arttırmış ancak ekonomide hakim olan küçük ölçekli firmalarda gerçekleşen üretim miktarı bu oluşan talebi karşılayacak üretim düzeyine ulaşmamıştır. Bu küçük ölçekli firmalar sanayi üretimi ve tekstil gibi sektörlerde kalite ve maliyet açısından yabancı mallara karşı rekabet edecek güce ulaşamamıştır. En önemli sebeplerden biri ise ithal ettiğimiz mallar yüksek teknolojili sanayi mallarından oluşurken ihracat ettiğimiz ürünler ise teknoloji gerektirmeyen daha çok tarım ürünlerinden oluşmaktadır. Ekonomide gayrisafi yurt içi hasıla içerisinde yatırımların payı incelendiğinde ideal büyüme için gerekli olan yatırım miktarı giderek düşmüş ayrıca sanayi üretiminde de ciddi düşüşler yaşanmıştır. Ülkede tasarruf oranları yetersizdir. Kamu kesiminde bütçe açıkları ve dışa bağımlılık artmış ve kamu gelirindeki artış yavaşlamıştır bu nedenle kamu harcamaları finanse edilememiştir. Bütçe açıklarının finansmanında Merkez Bankasına başvurulmuş kredi dağılımı olumsuz etkilenmiştir. İç ve dış finansmanda sorunlar yaşanmış Türk lirası değer kaybetmiş fiyatlar genel düzeyi yükselmiş enflasyon sorunu ortaya çıkmıştır ve yurt dışına yoğun bir şekilde iş gücü çıkışı yaşanmıştır bu değişimler talebi üretimi gelir dağılımını etkilemiştir. Ülkemizde görülen işsizlik 1978 yılında %13 seviyesinin altındadır ancak 1980 yılına gelindiğinde % 15 seviyesinin üstünde seyretmiştir. 1970'li yıllarda petrol fiyatlarının hızla artması dünya genelinde bir istikrarsızlığa sebep olmuştur.

Ekonomide hakim olan bu yapısal bozukluğun giderilmesi nedeniyle 1978 -1979 yıllarında ekonomide paranın değerini düşürmek amacıyla devalüasyon uygulamasına gidilmiş yani kısaca ülke parasının diğer ülke paraları kısaca döviz karşısında değeri düşürülmüş faiz oranları ise arttırılmıştır. Yapılan devalüasyon ile dış ticarete kısa bir sürelik iyileşme sağlanmıştır ancak ne yazık ki enflasyon artmaya devam etmiştir.

Bu istikrarsızlık sürecinin etkilerini geçirmek ve ekonomiyi düzene sokmak için 24 Ocak 1980 kararları alınmıştır. 1980 yıllarına gelindiğinde Türkiye’de hem toplumsal hem ekonomik açıdan diğer alınan önlemlerden farklı bir döneme geçiş yapılmıştır. Türk ekonomisi 24 Ocak 1980 yılında alınan karar ile birlikte ekonomik sistem olarak serbest piyasa koşulları benimsemiş yani liberal döneme geçilmiştir. Daha önce hakim olan korumacı ve ithal ikameci ekonomik sistemin yerine dışa açık serbest rekabet sistemi alınmış ve ihracat serbest bırakılmıştır. Bu uygulanan politika temelde monetarist görüşe dayanmakta ve çözüm yolunun parasal düzenlemeler olduğunu ifade etmektedir. Devletin ekonomideki rolü azaltılmış ve piyasa mekanizmasının aktif olması amaçlanmıştır. Ekonomik büyüme ve istikrarı dışa açık yapılanmayla sağlamayı hedef almıştır.

1980 kararlarının çözüm getirmeyi hedeflediği diğer temel sorunların başında enflasyon ve kamu harcamaları gelmektedir. Yüksek talep nedeniyle oluşan yüksek enflasyon oranları ekonominin yapısını bozduğu için talep daraltıcı politikalar uygulanmıştır. Piyasa mekanizmasına işlerlik kazandırmak için özel sektöre daha çok önem verilmiş ve kamu kesiminin ekonomiye müdahalesi azaltılmıştır. Ancak kamu harcamalarını kısmak her zaman mümkün olmamıştır çünkü sağlık, güvenlik, personel harcamaları ve planlanan yatırım harcamaları gibi kalemleri kısmak mümkün değildir bu nedenle kamu harcamaları istenen düzeyde azaltılamamış ve bütçe harcamaları / gsmh oranları 1980-1989 döneminde ortalama %22 dolaylarında gerçekleşmiştir. Kamu gelirlerinde piyasada yatırımın sağlanması için vergi oranlarının düşmesi gerekmektedir ancak bütçe açıklarının kapatılması için ise belirli bir bütçe gelinine ihtiyaç vardır bu nedenle kamu gelirlerinde net bir politika benimsenememiştir.

Ekonomide 1980 öncesinde işçilere yüksek ücret politikası uygulanmıştır. Bu uygulanan yüksek ücret politikası beraberinde bazı sorunlar meydana getirmiştir. Bu sorunlar şunlardır. İşçilere ödenen yüksek ücretler yüksek talebe yol açmış bu talep artışı nedeniyle yüksek enflasyon ortaya çıkmıştır. Üretimde iş gücü maliyeti artmış uluslararası rekabet gücü azalmıştır. Bu yapısal bozuklukların giderilmesi için işçilere ödenen ücretleri düşürülmesi planlanmış ve dolayısıyla piyasada oluşan yüksek talep düşürülmesi hedeflenmiştir. Ek olarak bu ücret düşüşü nedeniyle firmalar uluslar arası rekabet gücünü arttırmış ve maliyetlerini de düşürmüştür. Milli gelir içerisinde bireylere ödenen ücret ve maaş gibi emek karşılığı elde edilen gelirlerin payı 1980 yılında %27 dolaylarında seyrederken 24 Ocak kararlarının alınmasıyla birlikte bu pay sürekli azalarak 1988 yılında % 16 lara kadar düşmüştür. Ancak

bu ücret düşürme politikası nedeniyle işgücü verimliliğinde azalma olmuş nitelikli iş gücü kaybı olmuş ve bunlar firma için maliyet unsuru olmuştur.

Türkiye'nin diğer ekonomik sorunlarından biri tasarrufların düşük olmasıdır. Ekonomide tasarrufları arttırmak amacıyla yüksek faiz politikası benimsenmiştir. Eğer tasarruf oranları artarsa kişiler ellerinde bulunan fon fazlasıyla yatırım yapma eğilimi içerisinde girecek tüketimini düşürecektir. Toplumun talebini ve dolayısıyla tüketiminin kısılmasıyla üreticilerin elinde arz fazlası bulunacak ve bu oluşan üretim fazlası diğer ülkelere ihraç edilecektir. Piyasada uzun dönem etkileri incelendiğinde oluşan beklenti gelirin artmasıyla tasarrufların kendiliğinden artması yönündedir. Kısa dönemde faiz oranları yüksek tutulduğu dönemde üretim ertelenerek tasarruf yapılmaktadır ancak yapılan tasarruflar bankacılık sistemine dahil edilmemiştir çünkü bankacılık sistemine güven azdır ve bankacılık sistemi yeterince gelişmemiştir bu yüzden tasarrufu artırmak için uygulanan yüksek faiz uygulaması yatırımları azaltıcı yönde etkilemiştir ve yatırımlar sadece spekülatif amaçlı yapılmıştır. Yüksek faiz uygulamasının diğer sebebi tasarrufları artırarak tüketimi azaltması ve piyasada hüküm süren enflasyon oranını düşürmesi beklentisidir.

Dışa açık bir ekonomide büyüme dış kaynaklar yoluyla sağlanabilmektedir. Bir ülkede yatırımlar yurt içi ve yurt dışı tasarruflar yoluyla karşılanmaktadır. 1980 yılında uygulanan politikanın amaçlarından biri de yerli para karşısında yabancı para değerini ifade eden dövizin piyasa koşullarına göre belirlenebilir olması durumudur. Döviz kuru serbest piyasada belirlendiği zaman türk lirası değer kaybedecek yurt içinde üretilen mallar yurt dışındaki mallara göre daha ucuz ve ekonomik hale gelerek ihracat artışına yol açacak bunun sonucunda bireyler döviz gelirine sahip olacaktır. Bireyler için bir malı ithal etmek daha maliyetli olacağı için bireyler ithalatını azaltacak ve ihracat açısından bakıldığında ise yerli para değer kaybettiği için yani diğer bir deyişle üretilen ürünler yabancılar için daha ucuz hale geldiği için ihracat artacak bu nedenle geldiğinden ülkenin cari açık dengesi olumlu yönde etkilenecektir. Ayrıca bunlara ek olarak ülke dışında yaşayan işçilerin gelirleri de ülkeye geldiğinde daha yüksek getiri elde edileceği düşüncesiyle ülkemize gelecek ve ülkemizdeki döviz stoku artacaktır. Türk lirasının değer kaybı sonucunda yurt içi üretimde kullanılması zorunlu olan ara mallar ve yatırım mallarının temini ülke için daha maliyetli hale gelecektir ve fiyatlar artacaktır bunun sebebi ithalatın pahalılaşacak olmasıdır. 1980 yıllarında Türkiye'yi ele aldığımızda ithalatının %90 mın yatırım malı ve ham madde den oluştuğunu görmekteyiz. Bu durumda türk lirası değer kaybettiği için ithalat pahalı hale gelmiştir, üreticilerin

maliyetleri artmış ve monopol gibi üretim yapan firmalar maliyetlerini tüketiciye yansıtmiş bu nedenle yurtiçi fiyatlar artmıştır.

Ülkemizde yaşanan ödemeler dengesi açığı 1980 kararlarının çözüm getirmek istediği önemli nedenlerdendir. Bu yaşanan ödemeler dengesi açığını kapatmanın iki yöntemi mevcuttur bunlardan ilki ihracatı artırmak ikincisi ise ithalatı düşürmektir. Ancak firmaların yurt içinde üretimlerine devam etmeleri için girdi olarak kullanılacak faktörleri ithal etmeleri zorunlu olduğu için dış açığı azaltmanın asıl yöntemi ihracatı artırmaktır. İhracatın artırılmasına yönelik şu politikalar uygulanabilmektedir. Talep azaltıcı, sıkı maliye ve para politikası uygulanmalıdır bunun yanı sıra döviz kurunun piyasa koşulları tarafından belirlenmesi ve ücretlerin düşürülmesi gerekmektedir. İhracatı artırmak için ayrıca ihracat da vergi iadesi, düşük faizle kredi gibi olanaklar sunulmuştur. Uygulanan bu politikanın sonucu olarak ihracat miktarı artmıştır. Ayrıca 1980 yılına kadar Türkiye'nin ihracatının büyük bir kısmını tarım sektörü ürünü oluştururken 1980 sonrası sanayi sektörü maddesi ihracatı tarım sektörüne oranla artmıştır. İhracat artışı yapısal dönüşüm sonucu mal kalitesinin artışıyla ve miktarıyla gerçekleşmiştir.

Özetle 24 Ocak 1980 kararlarının temel amaçları şu şekilde sıralanabilir.

- 1) İhracatı arttırıp ithalatı azaltarak cari açığı azaltmak
- 2) Dış dengenin sağlanmasına katkıda bulunmak
- 3) Ekonomide temel sistem olarak serbest piyasa ekonomisini harekete geçirmek

Ancak bu hedeflerden en önemlisi dış açığın azalması ve dışa açılma hedefidir. Bu nedenle alınan önlemler ve dış krediler yardımıyla olumlu sonuçlara yol açmıştır.

Serbest piyasa ekonomisine geçiş ve siyaset sistemindeki değişim gündelik hayatı etkileyerek insanları tüketime sevk etmiştir. Tüketim mallarına kolayca ulaşım sağlanması piyasada ürünlerin bol miktarda olması insanlar üzerinde ferahlık etkisi yaratarak kredi kartı, taksitli satışlar gibi destekleyici finansman kaynakları da sağlanınca tüketim giderek hız kazanmıştır. Alışveriş merkezlerinin hızlı ve kısa bir sürede çok miktarda açılması ürünlere kolay ulaşım sağlanması tüketicileri maddi ve manevi olarak tüketime sevk etmiş ve kapitalizmin de etkisiyle sevgi gösterme toplumunda bir statüye sahip olma hediyeleşme gibi kavramlar ile insanlar tükettikçe daha çok fayda sağlayacağına inanmıştır.

Türkiye’de 1980 yılları sonrası ithalatın serbest bırakılmasıyla daha önce görülmemiş birçok ürün Türk piyasasına giriş yapmış ve Türk toplumu bunları öğrenme kullanma ve tüketme eğilimi göstermiştir. 1983 yıllarına gelindiğinde ithalat üzerindeki denetlemeler kaldırılmış ve böylece Türkiye ekonomisinde diğer ülkelerin ticaret mallarının girişi serbestleşmiş ve bu nedenle piyasada üretilen yerli ürünler yabancı piyasadaki mallarla rekabet haline girmiştir.

Yeni tüketim mallarına olan talep artmıştır. 1980’lerden sonra tüketim olgusu ihtiyaç olmaktan çok prestij, farklılık, kimlik ve statü haline gelmiş insanlar yapmış oldukları harcamalar ile karşılaştırılır hale gelmiştir. Küreselleşen Dünya’nın bir parçası olan Türkiye’de yaşanan ekonomik gelişmeler toplumsal hayatı aile yapısını ekonomik yapıyı değiştirmiş ve dönüştürmüştür.

1980 yılından sonra yaşanan gelişmelerle Türk toplumu tüketim kalıplarını değiştirmiş ve yeni davranış biçimi sergilemiştir (Göle, 1993a:132).

Türkiye’de uygulanan ekonomi politikaları ve teknolojik gelişmelerle toplumsal yapı önemli ölçüde değişmiştir. Bu değişimler sonucu bazı kavramlar olumlu yönde ilerleme gösterirken bazı olgular beraberinde birçok sorunu da beraberinde getirmiş ve sosyal bilimciler tarafından tartışma konusu olarak karşımıza çıkmıştır. Üzerinde net bir karara varılamayan olgulara örnek olarak küreselleşme kavramı kapitalist sistem göze çarpar. Toplum bilimciler tarafından üzerine konuşulan kavramlar arasında sık sık karşımıza ekonomik sisteme ilişkin konular karşımıza çıkar. Özellikle popüler kültürün bireylerin davranışlarını ne yönde etkilediği tüketim ekonomisi gelişen elektronik teknolojisi ve kitle iletişim araçlarının bireylerinin davranışlarına etkisinin incelenmesinde neden sonuç bağlamında ele alınarak irdelenmiştir (Atay, 2004b:11).

Tüketimin demokratikleşmesi aşamasının ülkemizdeki gelişimi 1980 sonrası dönemde ön planda görülmüştür. Türkiye Dünya’nın ekonomik sistemine benzer bir oluşum süreci içerisine girmiş ve bu nedenle tüketim malları çeşitliliğini giderek arttırmıştır. Piyasada üretilen ürünler hemen hemen ülkenin her yerinde köyde kent yaşamında ve dahası işçi kısmı ve yüksek gelir düzeyine sahip bireyler arasında yayılmış tüm bireylerin kullanımına talebine açılmıştır. Bu süreç içerisinde kitle iletişim araçlarının özellikle reklam gibi kavramlarının etkisinin önemi büyüktür (Demir, 1994:357).

Kitle iletişim araçları arasında özellikle 1980 sonrası dönemde en çok ön plana çıkan ve bireyleri etkisi altına alan kavram televizyon olarak karşımıza çıkar. Bireyler iş yaşamlarındaki dışında kalan zamanlarının büyük bir kısmını televizyon izleyerek geçirmektedir bu nedenle televizyon bireylerin günlük yaşamını tüketim, tasarruf ve birçok kararını etkilemedeki rolü büyüktür. Ayrıca toplumsal statü açısından incelendiğinde televizyon izliyor olmak da bir gösteriş bir özellik olarak ifade edilir olmuştur. Ve bu televizyon karşısında geçirilen zaman bireylerin kültürünü her anlamda müziğini, dilini, konuşma biçimini, tüketim kalıbını değiştirmiştir (Kozanoğlu, 1996).

Sanayi sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler ile birlikte üretim tarzı değişmiş üretilen mal miktarı ve ayrıca üretilen malların çeşitliliği artmıştır. Bu üretim tarzının nüfus artışıyla paralel olarak gerçekleşmiştir. İş bölümünde uzmanlaşma gerçekleşmiş ve böylece verim artmıştır. Piyasada üretimin artmasıyla arz fazlası oluşmuş bu nedenle bireylere bu oluşan arz fazlasının talep edilmesi için teşvik edilmesi konusu ön plana çıkmıştır. Bireylerde bu ürünlere sahip olma isteği uyandırılmış ve üretilen ürünlerin pazara, piyasaya hızlı dağıtımını ve her bölgeye ulaşması, yayılması hatta ürünün kitleleşmesi için önemli çaba gösterilmiştir.

Bireyleri tüketime yönlendirmek için onlara bu toplumsal sistemin bir parçası olmak istiyorlarsa daha çok tüketmeleri gerektiği aktarılmış ve oluşan bu koşullara uymaları halinde toplum içerisinde daha iyi bir statüye sahip olacağı umudu daha iyi bir yaşam süreceği düşüncesi aşılanmıştır. Düşük gelir düzeyine sahip olan işçi sınıfı veya alt tabaka olarak ifade edilen sınıfa tüketim düzeylerini değiştirerek bir üst sınıfa geçebilecekleri hissi yaratılmıştır. Bu nedenle bu düşük gelir gruplarına yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin yaşam biçimleri, alışveriş yaptıkları mekanlar, buldukları kafeler özendirilmiştir.

Bunların yanı sıra bireylerin yalnızca bir kez tüketim davranışı gerçekleştirmiş olması oluşturulan bu sistemin başarısının bir göstergesi olarak ifade edilemez çünkü bu durumda bireylerin yalnızca tüketmesi değil temel oluşturulmak istenen hedef bireylerin tüketimlerini sürekli gerçekleştirmek istemesidir. Dolayısıyla ortaya çıkan tüketim ideolojisine göre üretilen mal her ne konuda ise ömrünün kısa olması ve sürekli yenilenebilir olması anlamlı hale gelmiştir. Bireyler bir malı satın aldığı süreden kısa bir süre sonra aynı malın bir üst versiyonunu talep eder hale gelmiştir. Burada modanın etkisi de göz ardı edilmeyecek derecede etkilidir. Kapitalist sistemde tüketim bireyler için zevk ve mutluluk ifade etmektedir. Bireyler tüketim ile toplumsal sınıf ayırımından giderek uzaklaşan bir yapı

içerisine girme çabasıdır bu çabayı şöyle ifade etmek mümkündür düşük gelir düzeyine sahip birinin iyi marka bir telefon alması bireye hem mutluluk hem de gerçek yaşamdan bağımsız olarak başka bir sınıfa ait olma isteği gerçekleştirmiştir (Oskay, 1982:180).

Sonuç olarak günümüz Türkiye'sini ele aldığımızda piyasada istenilen her ürün kolaylıkla bulunmakta ürün çeşitliliğinde önemli ölçüde bir artış yaşanmakta ve mal ve hizmetler pazarda çok miktarda bulunmaktadır. Ayrıca bireyleri tüketime sevk etmek için üreticiler birçok yöntem kullanmış tüketicilere malı satın alması için kredi taksit imkânı sağlamıştır. Ve günümüzün en önemli özelliği sosyal medya ve internet ortamının etkisidir. Reklam şirketlerinin sayısı giderek artmış ve pazarlama stratejileri pazarlama yöntemleri geçmiş yıllara bakıldığında tamamen değişmiştir. Bireylerin çoğunluğunda etkili olan davranış biçimi gösteriş tüketimi ve bu tüketimlerini sosyal medya hesapları aracılığıyla içinde bulunan topluma gösterme davranışıdır. Üreticilerin bireyleri tüketime sevk etmek için uyguladığı yöntemlerin en büyük paya sahip kısmını internet reklamları oluşturmaktadır. Ayrıca tüketim alanında yaşanan gelişmeler konusunu incelediğimizde eskiye göre en çok gelişimi internet üzerinden alışveriş yapma imkanı sağlayan siteler oluşturmaktadır. Bireyler zaman kaybetmeden evlerinde oturarak alışveriş yapmaktadır ve bu gibi nedenlerin toplamına baktığımızda tüketim kültürü tüketim düzeyi giderek yaygınlaşmış ve artmıştır.

2. BÖLÜM

2. TÜKETİM TEORİLERİ

Bireylerin sahip olduğu gelirin ne kadarlık kısmını tüketip ne kadarlık kısmını tasarruf edeceği mikro iktisadın inceleme alanıdır. Ancak makro iktisadi açıdan da tüketim kavramının önemi büyüktür. Bunun sebebi tüketim toplam talebin %70 'ini oluşturmaktadır ve toplam talep ve tasarruf ekonomik büyümenin genişlemenin durgunluğu belirleyen etkidir. Dolayısıyla makro ekonominin başlangıcından bu tarafa tüketim ile ilgili çok sayıda teori ortaya atılmıştır. Teorilerin ortak özelliği bireylerin tüketim harcamalarını belirleyen faktörün ne olduğu üzerine kurulmuş ve hipotezler geliştirmeleri olmuştur.

Tüketim konusunda günümüze dek olan teoriler şunlardır:

✓ Mutlak Gelir Hipotezi	(1936)	J.Maynard Keynes
✓ Nispi Gelir Hipotezi	(1949)	J. Duesenberry
✓ Zamanlar arası Tüketim Tercihi	(1930)	I.Fisher
✓ Yaşam Boyu Gelir Hipotezi	(1950)	Modigliani
✓ Sürekli Gelir Hipotezi	(1957)	M. Friedman
✓ Rassal Yürüyüş Hipotezi	(1970)	R.Hall
✓ Anlık Hazzın Cazibesi	(2001)	D.Laibson

Bu bölümde tüketim fonksiyonu incelenerek marjinal tüketim eğilimi elde edilecektir. Marjinal tüketim eğilimi sadece bireyler ve hane halkının tüketimini belirlediği için değil maliye politikasındaki çarpan kavramının en önemli belirleyicisi olduğu için ekonomide önemli bir yere sahiptir. Ayrıca ortalama tüketim eğilimi ve otonom tüketimin değişmesinin bireyler ve ekonomi açısından hangi anlam ifade ettiği açıklanacaktır. Daha sonra tüketim konusunda yaşanan değişimler, gelişme ve görüşler incelenerek ikinci dünya savaşı sonrası dönemde önemli bir yer alan tüketim bulmacası olgusu açıklanacaktır.

Tüketim kavramının önemine ilk kez Keynes değinmiş ve Mutlak Gelir hipotezini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle ilk olarak Mutlak Gelir Hipotezi daha sonra Nispi Gelir Hipotezi anlatılacaktır. Devamında ise Amerikalı iktisatçı Irving Fisher 'in geliştirdiği Zamanlar arası Tüketim Teorisi analizi ayrıca geliştirilen Ömür Boyu Gelir Hipotezi ve

Sürekli Gelir Hipotezi analizleri incelenecektir. Son olarak ise Rassal yürüme analizi ile faiz haddi tüketim ilişkisi incelenecek ve davranışsal iktisadın önemli temsilcilerinden Laibson'un tüketicilerin tüketim yaparken ne kadar rasyonel davrandığı üzerine yaptığı çalışma incelenecektir.

2.1. Mutlak Gelir Hipotezi

Tüketim fonksiyonu toplumdan topluma din kültür ve anlayışa servet düzeyindeki gelişmelere faiz oranına beklenen gelir düzeyine göre değişebilir.

Klasik iktisatçılar tüketim kavramını faiz oranı değişkeni ile birlikte incelemiştir. Klasiklere göre tüketim harcamaları ile piyasa faiz oranı birbiriyle zıt yönde hareket etmektedir. Yani piyasada faiz oranları yükseldiğinde bireyler gelirlerinin büyük bir kısmını tasarrufa ayıracak ve böylece tüketimi azaltmayı tercih edecektir ancak faiz oranı düşme eğiliminde ise bireyler tüketim miktarını arttırırken tasarruf oranlarını azaltır.

Keynes klasiklerden farklı olarak 1936 yılında Keynes'in Genel Teori adlı eserinde tüketim konusunu ele almıştır. Keynes'e göre bireylerin tüketim davranışını etkileyen temel unsur o yıl içerisinde elde ettiği gelir olan cari dönem geliridir. Bireylerin yaşamının hangi döneminde olursa olsun bu tüketim eğrisini analiz etmek mümkündür bunun nedeni cari gelirin baz alınmasıdır uzun dönemin gelir ve tüketim analizini incelemek şart değildir.

Keynesyen modelde gayri safi yurt içi hasıla değişkeninin en temel belirleyici harcanabilir kişisel reel gelir (DPI) dir. Yani bireylerin harcanabilir kişisel geliri arttıkça gayri safi yurt içi hasıla da artacaktır ve bu değişkenler birbirine bağımlı şekilde hareket eder.

Keynesyen iktisat politikalarında bireylerin tasarruf davranışı onların sahip olduğu reel gelire bağlıdır. Bu yüzden tasarruf lüks bir davranış biçimidir. Gelir durumu yüksek olan bireylerin gelir durumu düşük olan bireylere göre daha yüksek tasarrufta bulunur (Göle, 1993:54).

Harcanabilir kişisel gelir; bir ülke içerisinde belirli bir dönemde (bir yıl) o ülkenin vatandaşlarının elde ettiği kişisel gelirinden devletin aldığı gelir vergisi düşüldükten sonra ortaya çıkan değerdir. Bireylerin tüketim kararlarını belirleyen temel değişkenlerden biri de harcanabilir kişisel gelirdir ve harcanabilir kişisel gelir ile tüketim harcamaları aynı yönde hareket eder.

Mutlak Gelir Hipotezinde Keynes temel olarak harcanabilir kişisel gelir ve tüketim değişkenlerinin doğru orantıda hareket ettiği ifade ederek bazı varsayımlarda bulunmuştur.

Keynes tüketim fonksiyonun temel belirleyici değişkeni olarak cari geliri kabul etmiştir. Ekonomide gerçekleşen toplam tüketim düzeyi bireylerin elde ettiği toplam gelir düzeyi ile birlikte analiz edilmiş ve analize göre durağan bir fonksiyon elde edilmiştir (Göle, 1993:54).incelenirken zaman tercihi göz ardı edilmektedir ve harcanabilir kişisel gelir ile tüketim harcamaları arasında sabit yönde bir ilişki gerçekleşir.

Keynes bireylerin geliri ile tüketim arasındaki ilişkiyi dikkate almış ve şu sonuca ulaşmıştır. Reel geliri diğerlerine göre nispeten yüksek olan kimselerin gelirinden tüketime ayırdığı pay daha düşük olarak gerçekleşir. Düşük gelir grubuna dahil olan bireyler elde ettikleri gelirin büyük bir kısmını hatta bazen tamamını tüketime ayırmaktadır. Keynes tüketim fonksiyonunu oluştururken farklı gelir düzeylerine sahip insanların yapacağı harcama miktarı ve türü arasındaki farklılıkları dikkate almıştır.

Keynes tüketimle ilgili bu görüşlerini ekonometrik veya istatistikî olarak bir temele dayandırmak yerine bir sosyal bilim çerçevesinde ele alarak insanlığın doğasında bulunan tüketme eylemi ve temel psikolojik yasa son olarak da kendi yaşamından elde ettiği tecrübeler ile çıkarımda bulunmuş ve yorumlamıştır (Uluatam, 1987; 114).

Bireylerin tüketim harcamalarını gerçekleştirirken diğer bireylerin davranışlarından bağımsız hareket ettiklerini savunan Keynes tüketicileri ele alırken bireysel olarak incelemiştir.

Keynes'in Genel Teorisinde tüketim konusunda 3 varsayımı vardır.

1) Keynes'in ilk ve en temel varsayımı klasik ekonomistlerin belirttiği gibi faizin tüketim üzerinde rolü olmadığı ve bireylerin tüketim davranışlarını belirlerken elde ettikleri gelir düzeyine bağlı olarak hareket ettiği varsayımdır.

$$C = C(Y)$$

2) Harcanabilir kişisel gelir arttıkça tüketim harcamalarının da arttığı fakat tüketim de gerçekleşen artış miktarı ile harcanabilir gelirden ki artışın aynı olmadığı varsayımdır. Keynes'e göre tüketimde ki artış harcanabilir gelirdeki artıştan daha düşük seyretmektedir.

Keynes'in **temel psikolojik kanun** olarak nitelendirdiği bu kanun harcanabilir kişisel gelirden meydana gelen bir birimlik değişiminin tüketim üzerinde kaç birim değişime sebep olduğunu ifade eden marjinal tüketim eğilimi değerini sıfırdan büyük fakat birden küçük olduğunu kabul ederek formülleştirilmiştir.

$$c = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

$$C = C(Y) \quad , \quad 0 < c < 1$$

3) Keynes 'in Genel Teori de tüketim konusundaki üçüncü varsayım ise kişisel harcanabilir gelir attığı zaman gelirin tüketim harcaması için ayrılan payının azalacağı varsayımdır.

Bu varsayımın göre gelirin ne kadarlık bir kısmının tüketim için ayrıldığını gösteren C/Y oranını ifade eden ortalama tüketim eğilimi (APC = C/Y) hesaba katılarak ifade edilirse, gelir arttıkça ortalama tüketim eğiliminin azaldığıdır. (Y ↑ → APC ↓).

Özetle tüketim harcanabilir gelirin istikrarlı bir fonksiyonudur ve gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi ve ortalama tüketim eğilimi azalmaktadır.

Tüketim gelir dışında birçok değişken tarafından etkilenmektedir. Bu değişkenleri subjektif faktörler ve objektif faktörler olarak iki ana başlık altında toplamak mümkündür.

1) Subjektif Faktörler; Bireylerin tüketim eğilimi davranışı ve kişilikleri ile doğrudan ilgili faktörlerdir. Bireyler davranışlarında kişilik özellikleri ve içselleştirdikleri bilgileri tutumları ile hareket eder. Başka bir ifade ile insanlığın doğasında bulunan ve bireylere tüketim harcaması gerçekleştirirken gelirin tümünü harcamaması yönünde etkileyen faktörler olarak da ifade edilebilir. Keynes'e göre bu faktörler daha çok bireyleri tasarrufa yönlendiren faktörler olarak ifade etmiştir (Uluatam, 1987; 110). Subjektif faktörler bireyin içinde bulunduğu cari dönem dışında genel ifade olduğu için uzun dönemde gerçekleşir.

Subjektif faktörleri yedi başlık altında toparlamak mümkündür.

a) İhtiyatlılık kavramı olarak ifade edebileceğimiz gelecek için temkinli hareket ederek kaynakları tasarruf etme

b) İşsizlik, hastalık gibi genel dengeyi bozacak durumlar için temkinli davranışta bulunma

c) Yaşam standardını yükseltme eğilimi

d) Güç kazanma hırsı

e) Spekülasyon amaçlı elde para bulundurma

f) Gelecek nesillere daha iyi bir imkan sağlama

g) Sadece tasarrufta bulunarak kendini iyi hissetme

Bu anlatılan faktörler sübjektif olarak ifade edildiği için sadece bireyler arasında değil toplumlar arası da farklılık gösterir (Uluatam, 1987; 111).

2) Objektif Faktörler; Bireysel etkilerden bağımsız olarak gerçekleşen nesnel bir olgudur. Objektif faktörler tüketim harcamalarının kısa dönem fonksiyonu üzerinde değişim ve yönlendirme gerçekleştirme yeteneğine sahiptir. Sübjektif faktörlerin bireyleri tasarrufa yönlendirmesinin kişinin elde ettiği gelirini tüketim ve tasarruf arasında karar aşamasının yanı sıra gerçekleşen objektif unsurlar dıştan gelen unsurlar olarak ifade edilir (Uluatam, 1987; 111).

Objektif faktörler;

a) Piyasada gerçekleşen fiyat ve bireylerin aldığı ücret seviyesindeki değişme

b) Muhasebe hesaplarında oluşan amortisman yani yıpranma payı üzerindeki değişmeler

c) Sermaye stokunda oluşan ani şoklar dalgalanmalar değişimler

d) Piyasada gerçekleşen faiz oranını değişimleri

e) Devletin uyguladığı vergi oranlarındaki değişimler

f) Bireyin gelecek ile ilgili beklentileridir (Güran, 1999;80).

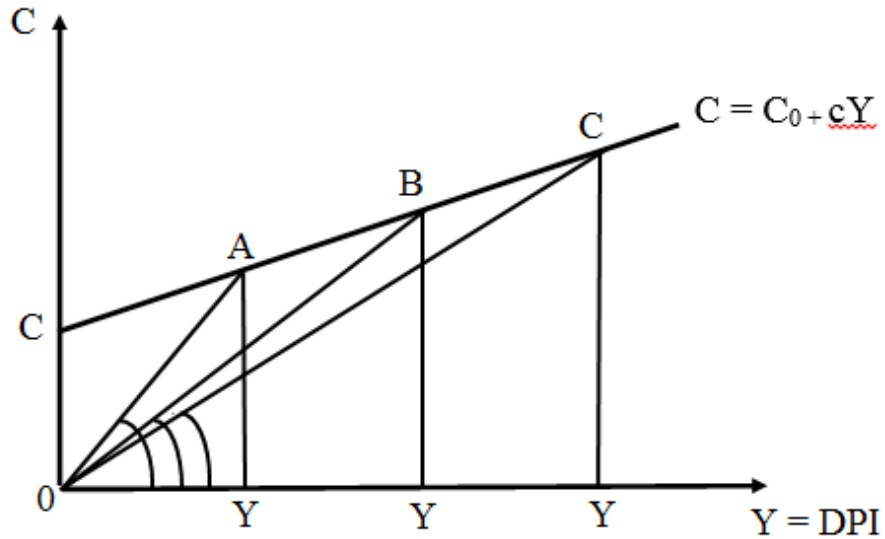
Mutlak gelir hipotezi şekilde gösterilmiştir. Şekildeki $C = C_0 + cY$ doğrusu bireyin ne kadarlık tüketim harcaması gerçekleştirdiğini ifade eder. Bireyin tüketimini etkileyen en

temel faktörün gelir düzeyi olduğu formülde belirtilmiştir. Bireylerin gelirini iki biçimde tükettiği varsayılır bu iki durum ya tüketim ya tasarrufu ifade eder. Ayrıca formülde geçen c kişinin marjinal tüketim eğilimini ifade eder. Marjinal tüketim eğilimi 0 ile 1 arasında gerçekleşmektedir. Bireylerin gelirini tasarrufa ayırdığı kısımda ise marjinal tasarruf eğilimi bulunur ve marjinal tasarruf eğilimi değeri de 0 ile 1 arasında gerçekleşir. Ancak burdaki önemli nokta marjinal tasarruf eğilimi ve marjinal tüketim eğilimi değerlerinin toplamının 1 olması gerektiridir.

Bu temel prensip formül olarak şu şekilde ifade edilir:

$$c+s = 1$$

Ayrıca açıklamamız gerek diğer bir konu ortalama tüketim eğilimidir. Ortalama tüketim eğilimini bulmak için $C = C_0 + cY$ doğrusu üzerinde bir nokta seçilir ve seçilen bu nokta orijinle birleştirilir. Bu noktanın orijinle birleştiren çizginin eğimi bize ortalama tüketim eğilimini verir. Şekilde bulunan A, B, C gibi noktaların orijinle birleşmesiyle elde edilen doğrunun eğimi giderek azalır. Ve bulunan ortalama tüketim eğilimi görüldüğü gibi gelir düzeyi arttıkça yatıklaşır. Bu durum gelir düzeyi arttıkça ortalama tüketim eğiliminin azaldığını ifade eder.



Kaynak: Güreşçi, 20007:55

Şekil 2.1. Tüketim Fonksiyonu

$C=C_0+ cY$ doğrusu üzerinde bulunan noktaların orijinle birleşmesini sağlayan doğruların Tüketim doğrusunu alt kısmından kestiği zaman veya tüketim doğrusundan daha dik olduğu durum ortalama tüketim eğiliminin marjinal tüketim eğiliminden büyük olduğu ifade eder. ($apc > c$).

Günümüze kadar Mutlak Gelir Hipotezi ile ilgili temeli istatistiki verilere dayanan birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların bazıları eleştiri niteliği taşıırken bazı çalışmalar ise Mutlak Gelir Hipotezini destekler nitelikte bulgulara ulaşmıştır.

a) Mutlak Gelir Hipotezini Destekler Nitelikteki Çalışmalar

Ekonomistler Keynes'in Teorisini etmek amacıyla hane halklarının gelir ve tüketimleri ile alakalı verileri bir araya getirmiş ve çalışmanın sonucunda gelir düzeyi yüksek olan bireylerin daha fazla tüketim harcamasında bulunduğu tespit edilmiştir.(Mankiw,1992;395). Bu sonuç bireylerin marjinal tüketim eğiliminin 0 dan büyük olduğunu savunan Keynes'in görüşünü destekler niteliktedir. Buna ek olarak gelir düzeyi daha yüksek olan kesimin gelirinden giderek daha artan oranda tasarruf yaptıkları görülmüştür. Buradan hareketle tüketici davranışlarını önceden belirlemek tahmin etmek ve hesaplamak amacıyla Keynesyen tüketim fonksiyonu kullanılır.

Mutlak Gelir Hipoteziyle ilgili yapılan bir diğer çalışma da aile bütçesi verilerini kullanarak çapraz kesim amprik analizi uygulanan çalışmadır. Bu analiz bulguları şu şekildedir. Bireylerin geliri arttıkça ortalama tüketim eğilimi azalır. Bu nedenle Keynes'in ortaya attığı teoriyi desteklemiştir.

Farklı bir çalışma olan 1918 ve 1945 yılları arası dönemi kapsayan GSYİH değişkeni ve tüketim harcamaları değişkenlerinin kullanıldığı ve kısa dönem için yapılan analiz Mutlak Gelir Hipotezine uygun sonuçlara ulaşmıştır (Ünsal, 2003; 419). Özellikle 1929 Büyük Buhran yıllarını kapsayan bu dönemde Dünya genelinde tüketim ve tasarruf oldukça düşük olarak gerçekleşmiş ve bireylerin marjinal tüketim eğilimi de hipoteze uygun olarak 0 ile 1 değeri arasında çıktığı için teorideki görüşü desteklemiştir. Bunlara ek olarak bireylerin geliri düşük seyir izlediği için bu gelirin büyük bir kısmını tüketime ayırmış ve bu yüzden de ortalama tüketim eğilimi giderek artmıştır.

Tüketim hakkında yapılan araştırmalardan bir diğeri Arthur Smithies'in yapmış olduğu kısa ve uzun dönemli tüketim fonksiyonlarını oluşturmaya yönelik bir çalışmadır.

Smithies (1945), bireylerin gelir düzeyinde yaşanan artış sonucunda ortalama tüketim eğiliminin azaldığı sonucuna ulaşmış ve Mutlak Gelir Hipotezini desteklemiştir.

Bu çalışmaları özetlediğimizde birçoğunun Keynes'in Mutlak Gelir Hipotezinin varsayımlarının geçerli olduğu sonucuna ulaştığı görülür. Özetle gelir düzeyi düşük olan bireylerin ortalama tüketim eğilimi yüksek değerlerde bulunurken gelir düzeyi daha yüksek olan tüketicilerin ortalama tüketim eğiliminin düşük olduğu sonucuna varılır. Ve tüketicilerin marjinal tüketim eğiliminin 0 ile 1 arasında olduğu sonucuna hemen hemen bütün çalışmalar ulaşmıştır.

b) Mutlak Gelir Hipotezine Yönelik Karşıt Çalışmalar

İkinci Dünya Savaşı sonrası döneme gelindiğinde Mutlak Gelir Hipotezine karşı görüşler ve analizler ortaya çıkmıştır. Çünkü 1940'lı yıllardan sonra bazı önemli gelişmeler yaşanmış ve Keynesyen Tüketim fonksiyonu bu gelişmeleri açıklamada yetersiz kalmıştır. Keynes'in görüşünü savunan iktisatçılar savaş döneminin etkisiyle yaşanan mal ve hizmet talebindeki düşüş ve ayrıca hükümetin uyguladığı politika gereği harcamaları azaltması nedeniyle piyasada bir durgunluk yaşanacağı varsayımında bulunmuştur. Ancak ekonomik sistemde İkinci Dünya savaşı sonrasında durgunluk yaşanmamıştır buradan hareketle Keynes'in politikalarının her zaman geçerli olmayacağı sonucuna ulaşmışlardır (Mankiw, 1992; 395).

Keynes'in tüketim fonksiyonuna yönelik diğer bir karşıt görüş marjinal tüketim eğilimi kavramının incelenmesidir. Keynes bireylerin gelir elde ettiği dönem marjinal tüketim eğiliminin yüksek olduğunu ve gelirinin büyük bir kısmını aynı anda tükettiğini çok az bir kısmını tasarrıfa ayırdıklarını savunmuştur. Ancak gerçek yaşamda bu döngü böyle gerçekleşmemiştir. Ekonomik yaşamda bireyler ay başında maaş almış ancak maaşın büyük bir kısmını hemen ay başında harcamak yerine bir ay içerisinde dağıtma eğilimine giderek tüketim düzleştirme yaparak düzenli bir tüketim harcaması gerçekleştirirler. Bu durum marjinal tüketim eğiliminin maaş olan geliri elde eder etmez yüksek olduğu ifadesini yanlışlamıştır. Bireyler gelirini barınma yiyecek içecek gibi bakkaliye giyim ve temel ihtiyaçlara ayırmakta diğer harcamalarını ise ihtiyaç duydukça gelirinin dahilinde gerçekleştirmiştir (Gordon, 2003; 477-478). Bu nedenle marjinal tüketim eğilimi ay boyunca standart bir seyirde gerçekleşmiş kimi zaman artsa da gelirin elde edildiği an yüksek olma eğiliminde olmadığı görülmüş bireyler tüketimlerini bütün bir aya yaymışlardır.

Keynes'in tüketim fonksiyonuna özellikle amprik araştırmalar dolayısıyla ortaya çıkan karşıt görüşlerin  ne sürdüğü problemlerden bazıları şunlardır (Thomas, 1993; 248):

- Keynes tüketim fonksiyonunu oluştururken bireylerin davranışlarını temel almıştır bu yüzden mikro ekonomik bir analizdir. Makro ekonomik düzeyde bu teoriler test edildiği zaman verilerin oluşturulması konusunda bazı sorunlar ortaya çıkar.
- Tüketim kavramı olarak bahsettiğimiz değişkenin hangi veriler kullanılarak yorumlandığı da diğer önemli sorunlardan biridir.  nk  teoride tüketim olarak baktığımızda dayanıklı ve dayanıksız mal ve hizmetlerden fayda sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiş harcamalar olarak ifade edilir. Ancak gerçek yaşamda dayanıklı ve dayanıksız mal kavramı birbirinden keskin bir çizgiyle ayrılmamıştır. Örneğin bireylerin giysi alışverişleri ilk bakışta dayanıksız tüketim malı olarak düşünülse de gerçek yaşamda dayanıklı mal özellikleri de taşır. Ve amprik çalışmaların sonucuna bakıldığında aslında malların sınıflandırılmasının fonksiyona bir etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu sebeple amprik çalışmalarda hem dayanıklı tüketim mallarına yapılan harcamalar hem de dayanıksız tüketim mallarına yapılan harcamaların toplamı olarak ele alınmıştır.
- Tüketim fonksiyonu tahminlenmesinde sahte kolerasyon problemi ortaya çıkmış ve durağan olmayan zaman serileri kullanılmıştır
- 1945 yılında Arthur Smithies'in yaptığı ekonometrik analizin bulgularına göre ceteris paribus varsayımı altında bireyin geliri arttığında ortalama tüketim eğiliminin azalacağını destekler nitelikte sonuçlar elde etmiştir. Ancak yaşanılan  evre, kentleşme seviyesi, bireyin içinde bulunduğu yaşam standardı, kişinin servetinde meydana gelen değişme gibi kavramların bireylerin ortalama tüketimini arttıracığı yönünde bulgulara da yer vermiştir.
- Keynes bireylerin tüketim fonksiyonunu elde ederken bireylerin yılın bir ayında yani belli bir zamanda sahip olduğu geliri baz alır bu nedenle tüketim hakkında yapılan analizlerde kısa ve uzun dönem çalışmalarının sonuçlarında farklılık görülür.
- Sachs ve Larrain (1993) yapılan çalışma sonucunda Keynes'e yönelik karşıt görüş sunmalarının temel sebebi faiz oranlarının tüketim harcamaları ve tasarruf üzerindeki etkisinin göz ardı edilmiş olmasıdır.

2.2. Tüketim Bulmacası

Keynes'in ortaya çıkardığı Mutlak Gelir Hipotezine karşıt görüşlerin diğer önemli nedenlerinden biri de, tüketim harcamaları ve bireylerin geliri arasında bulunan ilişkinin yalnızca Mutlak Gelir Hipotezini benimsemiş iktisatçıların görüşünden daha detaylı ve karışık olması bu yüzden bireylerin tüketim harcamalarını belirleyen temel değişken olarak cari gelir dışında başka değişkenler de bulunması gerektiğini savunmalarıdır.

Keynes'in benimsediği temel prensiplerden birinin bireylerin gelir düzeyinde meydana gelen artışın bireylerin ortalama tüketim eğiliminde bir azalma meydana getireceği görüşü olduğu çalışmanın önceki kısımlarında anlatılmıştır. Ancak 1950 yıllarına gelindiğinde bir çok çalışma yapılmış ve tüketim fonksiyonunda kullanılan veriler değişikçe farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Ekonomistler tarafından yapılan ampirik çalışmada bireylerin tüketim fonksiyonu için uzun dönem 10 yıllık verilerle kullanılarak analiz gerçekleştirildiğinde marjinal tüketim eğilimi 0.9 ve otonom tüketimi sıfır olarak bulmuşlardır. Aynı analiz kısa dönem için gerçekleştirildiğinde marjinal tüketim eğilimi 0.75 olarak bulunmuş ve bu denklemde otonom tüketim eğilimi 26.5 olarak bulunmuştur (Colander ve Gamber, 2002; 346).

Sonuçlara bakıldığında uzun dönem analizinde ortalama tüketim eğilimi sabit olarak bulunmuş ve marjinal tüketim eğilimine eşit olarak gerçekleşmiştir. Bu durum şu anlama gelir; uzun dönemde tüketim fonksiyonu küçük sapmalar dışında orijinden geçen bir doğru şeklinde ortaya çıkar.

$$C_{ud} = 0.9Y_d$$

$$APC_{ud} = \frac{C_{ud}}{Y_d} = \frac{0.9Y_d}{Y_d} = 0.9$$

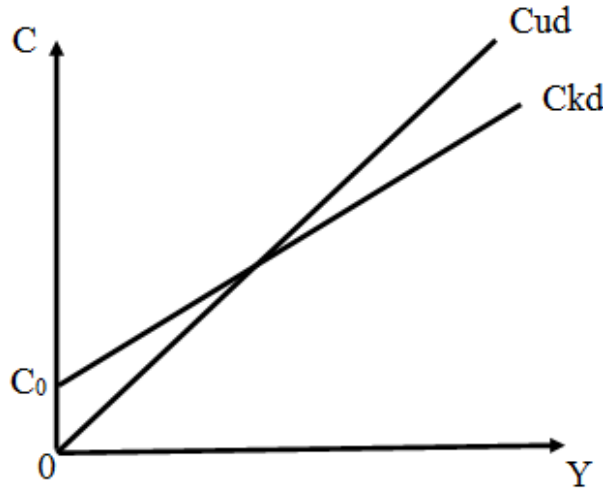
Elde edilen bulgular ile kısa dönem analizi incelendiğinde farklı bir sonuca ulaşılmıştır. Bu durumda kısa dönemde ortalama tüketim eğilimi uzun dönemdeki gibi sabit değildir ve gelirden meydana gelen değişikliklerden etkilenir.

$$C_{kd} = 26.5 + 0.75Y_d$$

$$APC_{kd} = \frac{C_{kd}}{Y_d}$$

$$APC_{kd} = 26.5 + 0.75Y_d / Y_d$$

Yapılan analiz sonucuna göre oluşturulan kısa ve uzun dönemli tüketim fonksiyonları şekilde gösterilmiştir.



Kaynak: Miller, 2004: 3

Şekil 2.2. Kısa ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonları

Yapılan analiz sonucuna göre Keynesyen tüketim fonksiyonunun kısa dönem analizinde doğru ve paralel sonuçlar elde ettiği görülmüştür. Kısa dönemde bireylerin geliri arttıkça ortalama tüketim eğilimi azalmıştır. Uzun dönem analizine göre ise ortalama tüketim eğilimi sabit olarak bulunmuştur.

Tüketim fonksiyonu hakkında yapılan analizlerden en tanınan çalışma Simon Kuznets'in gerçekleştirdiği ekonometrik çalışmadır. 1942 yılında yapılan çalışmada 1869-1938 yılları arası zaman serileri verileri ile analizini gerçekleştirmiştir. Yaptığı bu uzun dönem analizinde kişilerin gelirinde değişmeler yaşanmış buna rağmen tüketim düzeyinde ve ortalama tüketim eğiliminde bir değişme yaşanmadığı ve 0.9 dolaylarında seyrettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Raymond Goldsmith (1955) yaptığı uzun dönem ampirik çalışmasında Simon Kuznets'i destekler nitelikte sonuçlara ulaşmıştır. Uzun dönem olarak incelendiğinde ortalama tüketim eğilimini sabit olarak bulmuş ve böylece Keynes'in gelir arttıkça ortalama tüketim eğilimi azalır görüşünün yanlış olduğunu bir kez daha belirtmiştir.

Tüketim bulmacası hane halkının tüketim fonksiyonunu elde etmek için amprik analiz uygulandığında ve kısa dönem zaman serileri kullanıldığında tüketicilerin gelir düzeyinde bir artış meydana gelmesi durumunda bireylerin ortalama tüketim eğiliminin azaldığı sonucuna ulaşılmış ve bu nedenle kısa dönemde Mutlak Gelir Hipotezinin doğru olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak uzun dönem zaman serileri ile yapılan analiz dikkate alındığında bireylerin tüketimlerinin gelir düzeyinde meydana gelen değişimlerden etkilenmediği ve ortalama tüketim eğiliminin sabit olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu yüzden Mutlak Gelir Hipotezinin tam aksi yönde geçersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuçta bakıldığında kısa dönem tüketim fonksiyonu ve uzun dönem tüketim fonksiyonu olmak üzere iki tür tüketim fonksiyonu vardır. Çalışmalarda kullanılan kısa dönem zaman serileri ile uzun dönem zaman serileri ile yapılan analizin sonuçlarının birbirinden farklı olması nedeniyle meydana gelen durum **Tüketim Bulmacası** kavramı olarak ifade edilir.

Marjinal Tüketim Eğilimi

Keynes'in Genel Teori adlı eserinde belirttiği en temel varsayım tüketimin harcanabilir gelire bağlı olduğu varsayımı olduğundan söz edilmişti. Harcanabilir gelir kişisel gelir ile devletin aldığı vergi arasındaki farka eşittir. Harcanabilir gelir iki şekilde kullanılmaktadır ya tüketilir ya da tasarruf edilir.

$$DPI = C + S$$

$$C = (Yd , i , Ye , w)$$

$$C = \text{Tüketim}$$

$$Yd = \text{Harcanabilir gelir}$$

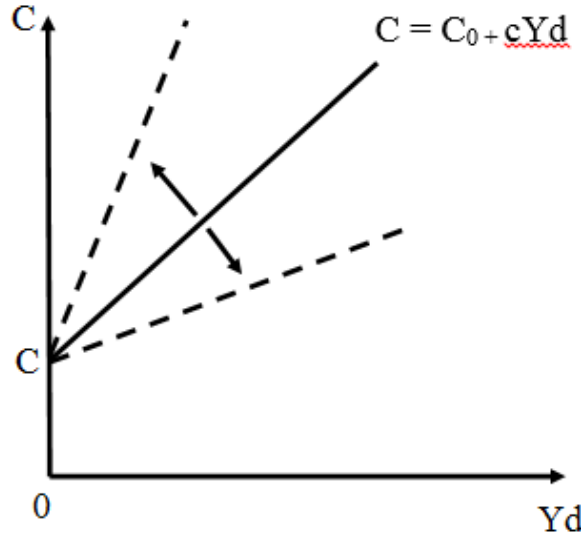
$$i = \text{faiz haddi}$$

$$Ye = \text{Beklenen Gelir}$$

$$W = \text{servet}$$

Keynes' e göre tüketim harcanabilir gelirin fonksiyonudur. Çünkü faiz beklenen gelir ve servet etkileri sabit kabul edilmiştir.

Keynesyen tüketim modelinde tüketimde meydana gelen değişimin gelirden meydana getirdiği değişmeye **marjinal tüketim eğilimi** denir. Marjinal tüketim eğilimi (c) düzeyi arttıkça tüketim fonksiyonu dikleşir. Bu durum bireylerin gerçekleştirmiş olduğu tüketim düzeyinin arttığını ifade eder.



$$\frac{\text{Tüketimdeki Değişme}}{\text{Harcanabilir Kişisel Gelirdeki Değişme}} = \frac{\Delta C}{\Delta \text{DPI}}$$

Kaynak: Güreşçi, 2007:55

Şekil 2.3. Marjinal Tüketim Eğilimi Etkisi

Marjinal tüketim eğilimi harcanabilir kişisel gelir değerini ifade eden DPI değerinde 1 liralık değişim yaşandığında tüketimde ne kadarlık, kaç liralık bir değişim meydana geldiğini ifade eder. Kısaca örneklersek ; c = 0.40 olması harcanabilir kişisel gelir 1 tl artınca 0.40 tl – 40 kuruş arttığı anlamına gelir. Keynes in varsayımlarında da bahsettiğimiz gibi harcanabilir gelir arttıkça tüketimin gelirden ki artış oranında artmaz. Bireyler artan gelirinin hepsini tüketmek yerine bir kısmını da tasarruf etmek ister bu yüzden tüketim gelirden daha az oranda artar ve bu nedenle marjinal tüketim eğilimi de aslında sıfır ile bir değeri arasında bir birimde oluşur.

$$C = C_0 + cY \quad Y_d \text{ (disposable income)} = \text{harcanabilir gelir}$$

$C = C(\text{DPI}) \quad 0 < c < 1 \quad \text{DPI(Disposable personal income)} = \text{harcanabilir kişisel gelir}$

Tüketim fonksiyonu Keynesyen modelde bireylerin harcanabilir kişisel gelir ile tüketim miktarı arasında kurulan ilişkinin denklem olarak ifade edilmiş halini gösterir.

Keynes'in makro iktisat teorisine kazandırdığı tüketim fonksiyonu denklem biçiminde ifade edilirse;

$$C = C_0 + c(DPI)$$

$$C_0 > 0$$

$$0 < c < 1$$

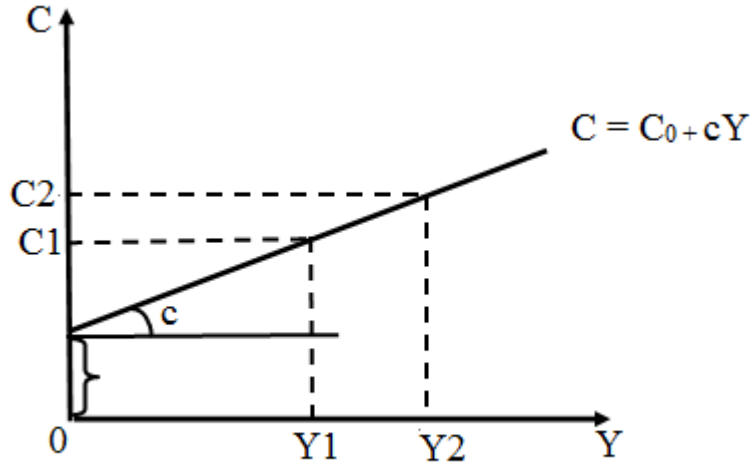
Ekonomistler Keynesyen tüketim fonksiyonunu elde etmek için birçok veri ve yöntem kullanabilir. Bu verilere örnek olarak hane halklarının bütçe durumunu gösteren veri ve hane halkının tüketim harcamalarını gösteren veri kullanılarak tüketim fonksiyonu oluşturulabilir (Yücel, 1978; 66).

Marjinal tüketim eğiliminin sabit olduğu (c =sabit) harcanabilir kişisel gelir artınca marjinal tüketim eğiliminin değişmediği varsayımının benimsendiği tüketim fonksiyonunda oluşturulan denklemde bulunan C_0 değeri bireylerin harcanabilir kişisel geliri olmasa dahi diğer bireylerden fon sahiplerinden borç alarak gerçekleştirmiş ve gerçekleştirmek zorunda olduğu tüketim düzeyini kısaca bireyin satın aldığı reel gayri safi yurt içi hasıla değerini ifade eder. Bireyin geliri olmasa dahi gerçekleştirmiş olduğu yani gelirinden bağımsız meydana gelen bu tüketim düzeyine **otonom tüketim** adı verilir.

Tüketim fonksiyonu $C = C_0 + cDPI$ olarak ifade edildiğinde C_0 otonom tüketimin gelirden bağımsız gerçekleştiği ifade edilmiştir. Denklemde bulunan $cDPI$ ise bireylerin kişisel gelirine bağlı olarak değişim gösteren tüketim düzeyini gösteren uyarılmış tüketim olarak ifade edilir.

Kişisel gelir artınca uyarılmış tüketim $c(DPI)$ artar ancak tüketim harcanabilir kişisel reel gelirdeki artıştan daha az artar.

Tüketim fonksiyonuna ilişkin anlattıklarımız şekilde gösterilmiştir.



Kaynak: Eğilmez, 2016.

Şekil 2.4. Tüketim Fonksiyonu

Şeklin dikey ekseni bireylerin gerçekleştirdiği tüketim harcamalarını (C) Yatay ekseni ise bireylerin gelir düzeyini (Y) temsil eder. Bireylerin tüketim ve gelir düzeyleri kullanılarak elde edilen bu pozitif eğimli $C = C_0 + cY$ doğrusu tüketicilerin alternatif gelir düzeylerine sahip olduğu zaman satın almak istediklerini ve satın aldıkları reel tüketim düzeyini (GDP) ifade eder.

Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GDP) ; Bir ülkenin sınırları içerisinde belirli bir dönemde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin para cinsinden ifade edilmesidir.

C tüketim doğrusununun eğimi bize marjinal tüketim eğilimini (c) verirken doğrunun dikey ekseni kestiği nokta ile orjin arasındaki mesafe otonom tüketimi (tüketicilerin reel DPI sıfır iken satın alabildikleri GDP (GSYİH) düzeyine , C_0 ı verir. Daha önce anlatıldığı gibi gelirden bağımsız kısmı 0 ile C_1 arası bireylerin otonom tüketimini gösterir. Ve dikkat edildiği zaman gelir düzeyi $Y=0$ olduğu durumda bile tüketim gerçekleşir. Bunun nedeni hane halkının harcanabilir kişisel geliri 0 da olsa karşılamak zorunda olduğu harcamaları vardır. Bu harcamalar zorunlu ihtiyaçlardır. Hane halkı bu zorunlu ihtiyaçları başkalarından borç alarak finanse eder.

Bu sonuçlardan hareketle elde ettiğimiz tüketim fonksiyonu;

$$C = C_0 + cY$$

C= Tüketim harcamaları

C_0 = Otonom tüketim harcamaları

cY = Gelir düzeyine bağlı tüketim harcamaları

Denklem incelendiğinde C bağımlı değişkeni açıklanan değişkeni ifade eder. C tüketim değerinin bağımlı değişken olmasının sebebi gelir değişkeninde ki değişimlerden etkilenmesine ve gelire bağlı olmasından kaynaklanır ve fonksiyonel olarak da $C = f(Y)$ olarak ifade edilir. Y değeri ise bağımsız değişken yani açıklayıcı değişken olduğu görülür. Bunun nedeni gelir düzeyinin artmasının ya da azalmasının bireyin tüketim düzeyine bağlı gerçekleşmedi bu değişkenin kendisinde ki artıştan kaynaklanmasıdır.

$$C = C_0 + cY$$

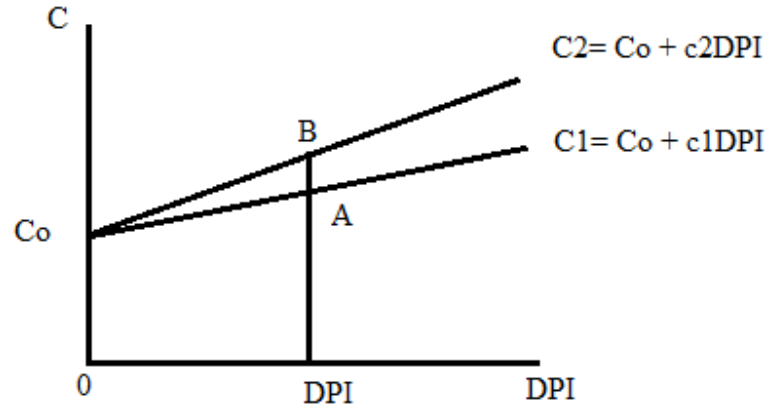
Tüketim fonksiyonunun konumunun değişmesine neden olan sebepler şunlardır:

- Harcanabilir gelir(Y_d) nin değişmesi tüketim fonksiyonu üzerinde aşağı veya yukarı yönlü harekete sebep olmaktadır. Eğrinin konumu değişmemektedir.
- Bireylerin tüketim hakkında olumlu beklentileri tüketim fonksiyonunu paralel olarak yukarı kaydırırken olumsuz beklentiler tüketim fonksiyonunun paralel olarak aşağı kaymasına sebep olur.
- Ülkede yaşanan nüfus artışı her gelir düzeyinde tüketim fonksiyonunu paralel olarak yukarı kaydırırken nüfus miktarındaki azalış fonksiyonu paralel olarak aşağı kaydırmaktadır.
- Bireylerin servetlerinin artması ise otonom tüketimi arttırıp tüketim fonksiyonunu yukarı kaydırırken servet düzeyinin azalması otonom tüketimi azaltıp tüketim fonksiyonunu aşağı kaydırmaktadır.

2.3. Tüketim Fonksiyonunun Eğimi

Tüketim fonksiyonunun daha dik veya daha yatık olması durumunu marjinal tüketim eğilimi gösterir. Bireylerin kişisel gelir düzeyinde artış yaşandığı zaman buna bağlı olarak uyarılmış tüketim olarak ifade edilen cY değerinde de artış yaşanır. Bu artışın oranı bireylerin gelirindeki 1 liralık değişimin tüketimi ne kadar değiştirdiğini ifade eden marjinal tüketim eğilimine bağlıdır.

Marjinal tüketim eğilimi c değeri ne kadar yüksek olursa yani 1 değerine yaklaştıkça, harcanabilir kişisel gelir artışlarında uyarılmış tüketim düzeyi cY de o denli artış gösterir. Bu sebeple tüketim fonksiyonunda gerçekleşecek artış $C = C_0 + cY$ o oranda yüksek gerçekleşir.



Kaynak: Eğilmez, 2016

Şekil 2.5. Tüketim Fonksiyonu Eğimi

$C_1 = C_0 + c_1DPI$ ve $C_2 = C_0 + c_2DPI$ tüketim doğruları, tüketim doğrusunun eğimi marjinal tüketim eğilimine eşit olduğundan, marjinal tüketim eğilimin tüketim üzerindeki etkisini açıklamaktadır.

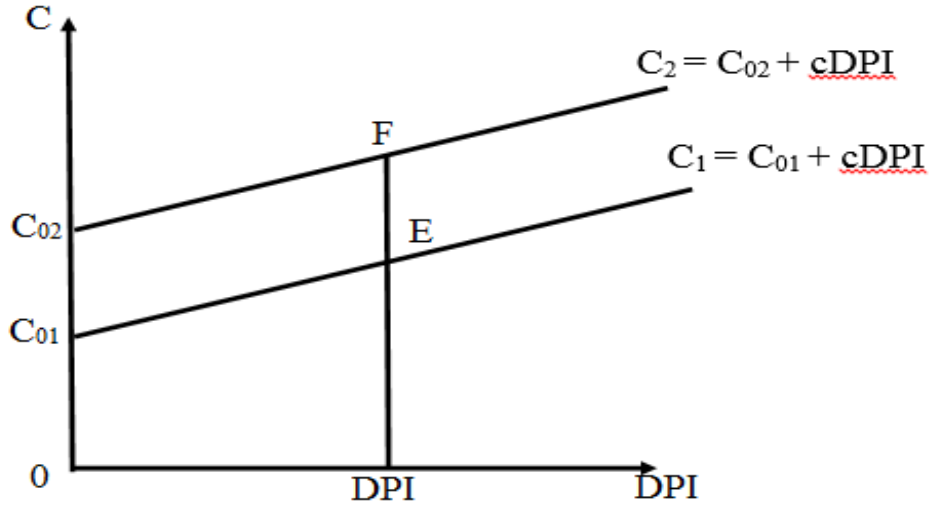
C_1 ve C_2 doğrusunun birinin daha yatık birinin daha dik olması ve gerçekleştirdikleri tüketim düzeyinin farklı olduğunu birinin daha yüksek olduğunu gösterilmesini sağlayan farklılık nedeninin marjinal tüketim eğilimi olduğunu belirtmiştik.

$c_2 > c_1$, C_2 tüketim doğrusunda gerçekleşen marjinal tüketim eğilimi C_1 tüketim doğrusuna göre daha yüksektir. Bu yüzden harcanabilir kişisel gelir DPI aynı düzeyde bile gerçekleştiği durumda daha dik durumda bulunan C_2 doğrusunun tüketimi $DPIB$ düzeyi kadar gerçekleşmekte daha yatık C_1 Tüketim doğrusunun tüketim değerini gösteren alan ise $DPIA$ olarak gerçekleşir.

$$(DPIB > DPIA)$$

2.4. Otonom Tüketimdeki Artışın Etkisi

Otonom tüketim artınca her alternatif gelir düzeyindeki tüketim otonom tüketim kadar artar. Bu konu $C_1 = C_{01} + cDPI$ ve $C_2 = C_{02} + cDPI$ tüketim doğrularının yer aldığı aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



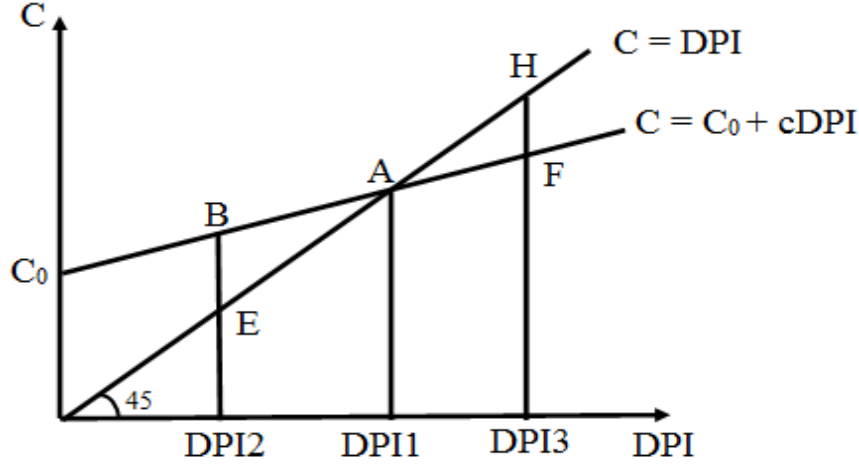
Kaynak: Keynes, 1937:25.

Şekil 2.6. Otonom Tüketim Etkisi

Şekilde otonom tüketim C_{01} den C_{02} ye artmış tüketim doğrusu da bu ikisi arasındaki artış (ΔC_0) kadar yukarı kaymış her alternatif gelir düzeyindeki tüketim otonom tüketimdeki artış kadar artmıştır.

2.5. Gelir Tüketim Mutlak İlişkisi

Tüketim fonksiyonu, harcanabilir kişisel gelir ile tüketim arasındaki mutlak ilişkiyi yansıtan bir biçimde ele alınabilir. Şekil de 45 derecelik yardımcı açığı doğru eksenlerden eşit uzaklıktadır ve bu doğru üzerindeki tüm noktalarda gelir tüketime eşittir ($Y = C$). Bu yüzden C tüketim doğrusunun 45 derecelik doğruyu kestiği A noktasında tüketim harcanabilir kişisel gelire eşittir (A noktasında $AC_1 = ADPI_1$). A noktasının solundaki noktalarda ise DPI gelir düzeyinden düşük gelir düzeylerinde tüketim harcanabilir gelirden büyüktür. Örneğin B noktasında tüketim DPI_2B kadar iken gelir DPI_2E kadardır. Bu nedenle tüketim harcanabilir kişisel gelirden BE aralığı kadar büyüktür. Tüketimin harcanabilir gelirden büyük olması bize hane halkının veya kişilerin tüketim harcamalarını geçmiş dönem tasarruflarını kullanarak finanse ettiklerini gösterir. A noktasının sağındaki noktalarda yani DPI'nın sağındaki noktalarda ise gelir tüketimden daha büyüktür. Örneğin H noktasında gelir DPI_3H kadar olup tüketim DPI_3F kadardır. Bu nedenle gelir HF aralığı kadar tüketimden daha büyüktür. Harcanabilir kişisel gelirin tüketimden büyük olduğu durumlarda kişilerin tüketmedikleri kısmı tasarruf ettikleri yani diğer bir deyişle kişilerin servetlerinin arttığı anlamına gelmektedir.



Kaynak: Eğilmez, 2016.

Şekil 2.7. Tüketim Fonksiyonu ve Gelir İlişkisi

2.6. Nispi Gelir Hipotezi

S. Dusenberry (1949) tarafından mutlak gelir hipotezine karşı yapılan ilk teorik yaklaşım Nispi Gelir Hipotezidir. Nispi gelir hipotezi ile mutlak gelir hipotezi arasında iki fark vardır.

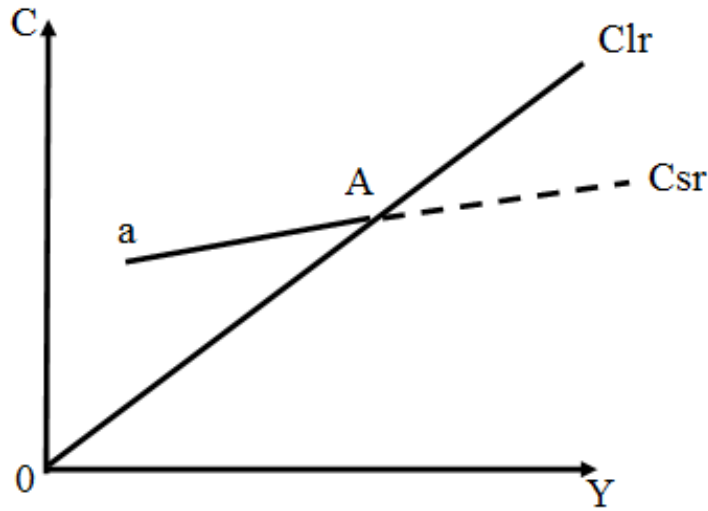
Bu farklardan birincisi birerler tüketim eylemini gerçekleştirirken birbirinden bağımsız hareket etmez. Mutlak Gelir Teorisinin aksine tüketiciler arasındaki bir bireyin kararı diğer tüketicilerin davranışlarını da etkiler yani tüketicinin tüketim kararlarının birbiriyle bağlantılı olduğu varsayılır.

Öncelikle her birey toplumun belli bir gelir düzeyini temsil eden bir mahalle toplulukta yaşar. Bireyin ait olduğu grup içerisindeki herkes belirli düzeyde bir gelire ve bu gelire bağlı olarak gerçekleştirdiği bir harcama düzeyine sahiptir. Birey içinde bulunduğu toplum harcama düzeyini değiştirmedikçe yani örneğin komşusu daha üst düzey bir araba markası satın almadığında bireyde gelirinden tüketime ayırdığı payı değiştirmeyeceği varsayımı kabul edilmiştir. Bir bireyin gelirinde %100 lük bir artış yaşandığında bireyin ait olduğu toplumdaki bireylerin ortalama geliri de %100 oranında artış yaşıyorsa bireyin içinde bulunduğu grup arasındaki nispi gelir düzeyi değişmez bu nedenle bireyin ortalama tüketim eğiliminde de bir değişiklik yaşanmaz.

Ya da başka bir örnekle açıklamak gerekirse ; doktor bir kişinin geliri bir aylık yarıya düştüğü zaman tüketimi ise diğer doktora göre % 50 oranında düşeceği söylenemez çünkü bu doktor ait olduğu sınıfa zümreye ait tüketimini önceden belirlemiştir ve bu tüketimleri

yapmaya devam edecektir. Bu varsayıma ekonomi de ifade edilirse ortalama tüketim eğilimi bireyim gelir dağılımındaki yerine bağımlıdır diyebiliriz. Ve gelir zaman içinde aşırı şekilde artınca, gelir dağılımında zaman içinde önemli bir değişme meydana gelmediği sürece ortalama tüketim eğilimi değişmez çünkü birey ait olduğu sınıftaki kadar tüketmeye devam edecektir. Bu yönüyle nispi gelir hipotezi Kuznets'in uzun dönem zaman serilerine dayalı bulgusunu ortalama tüketim eğiliminin uzun dönemde sabit olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Mutlak gelir hipotezinden ayıran ikinci fark ise; iktisadi dalgalanma nedeni ile (kısa dönemde) bireylerin gelir düzeyinde değişme yaşandığında tüketim miktarlarının yalnızca içinde bulunan dönemdeki cari gelir düzeyine bağlı olarak değil bireyin yaşamı boyunca elde ettiği en yüksek gelir düzeyine bağlı olarak değiştiği kişilerin alışmış oldukları tüketim kalıplarından çıkmadığını açıklayan varsayımdır. Bu varsayımı şekil ile açıklayalım.



Kaynak: Güreşçi, 2007: 35.

Şekil 2.8. Uzun Dönem ve Kısa Dönem Tüketim Fonksiyonu

Şekilde C_{lr} doğrusu gelir dağılımı veri iken gelirin zamanla aşırı bir şekilde artınca ortalama tüketim eğiliminin değişmediğini sabit kaldığını yansıtan uzun dönem tüketim fonksiyonudur. İktisadi dalgalanma değişiklik sebebiyle gelirin düştüğünü ve gelir düşmeden önce A noktası kadar tüketim yaptığımızı varsayarsak bu durumda tüketim sadece cari gelire bağlı olarak değişseydi gelirdeki düşme $O C_{lr}$ doğrusu boyunca hareket etmemiz gerekirdi. Ancak Duessenberry e göre kişiler bu durumda iken öncelikle cari gelire bağlı olarak tüketimi kısmak yerine yapmış oldukları tasarrufu kısarak alıştıkları tüketim düzeyini korumaya çalışırlar. Ve ait olduğu gruptaki tüketim alışkanlıklarını devam ettirirler. Bu yüzden

şekildeki gelirdeki düşme Aa kısa dönem tüketim fonksiyonu boyunca hareket edilmesine tüketimin gelire göre oransaldan daha az azalmasına ortalama tüketim eğiliminin artmasına ve dolayısıyla da tasarrufun gelire göre oransaldan daha fazla azalmasına ortalama tasarruf eğiliminin azalmasına yol açar. Kısaca tüketim kalıbı geçmiş dönem en yüksek tüketimden devam ederken gelirdeki düşme tüketimi değil tasarrufları düşürmüş tüketim miktarı aynı seyirde devam etmiştir.

Ekonomi durgunluğu aşılıp gelir artınca tüketiciler önce tasarruflarını A noktasındaki düzeye önceki dönem en yüksek gelir düzeyindeki tasarruf miktarına yükseltirler. Durgunluğun aşılıp gelirin artması tüketim ve tasarrufun A noktasına kadar gelire göre sırayla oransaldan daha az ve daha fazla artmasına ortalama tüketim eğiliminin azalmasına ve ortalama tasarruf eğiliminin artmasına yol açar. Gelirdeki artış devam ederse ; A noktası aşılsa gelirdeki artış OClr doğrusu boyunca yukarı doğru harekete yol açar.

Nispi Gelir Hipotezinde bireyin sahip olduğu gelir;

Cari Dönem Geliri > Geçmiş dönemde elde ettiği en yüksek gelir düzeyinden birey gerçekleşen gelir artışına bağlı olarak tüketim düzeyini artıracaktır ve ait olduğu sınıfa oranla nispi gelir düzeyinde de artış yaşanacaktır.

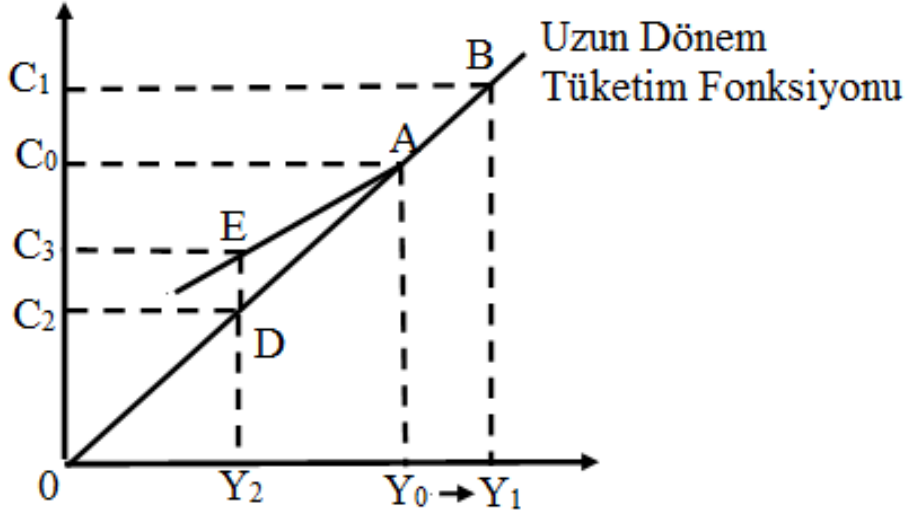
Cari Dönem Geliri < Geçmiş dönemde elde ettiği en yüksek gelir düzeyinden, birey bu gelir düşüşünü dikkate almaz ve tüketimini gelirdeki düşüşüyle aynı oranda düşürmez geçmişte elde ettiği en yüksek gelir düzeyinde gerçekleştirmiş olduğu tüketim düzeyine yakın bir tüketim düzeyi gerçekleştirir.

Nispi Gelir Hipotezi yapılan ampirik analizlerde uzun dönem ve kısa dönem zaman serileri ile çalışıldığında farklı sonuçlar vermesine, uzun dönemde sabit olan ortalama tüketim eğilimini kısa dönemde gelir azalınca artması konusunda açıklama yapar.

2.6.1. Zemberek Dişlisi, Mandal – Takoz Etkisi

Mandal Etkisi (Ratchet Etkisi), ekonomide bireylerin gelir düzeyinde bir artış meydana geldiğinde tüketim düzeylerinin artacağını ancak aksi durumda bireylerin gelir düzeyinde meydana gelen bir düşme sebebiyle bireylerin hemen tüketimlerini düşürmediğini ifade eden durumdur.

Bu durumu şekil yardımıyla açıklayalım;



Kaynak:Tarı ve Çalışkan, 2005: 15.

Şekil 2.9. Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu

Tüketicinin yaşamının bir bölümünde sahip olduğu gelir düzeyinin Y_0 olduğunu kabul edelim. Bu tüketicinin Y_0 gelir düzeyinde gerçekleştirmiş olduğu tüketim düzeyi ise C_0 olsun. Tüketicinin gelir düzeyinde bir artış yaşandığı durumda tüketicinin geliri Y_0 değerinden Y_1 değerine yükselecektir. Ve Y_1 gelir düzeyinde bireyin gerçekleştirdiği tüketim C_1 olarak karşımıza çıkar.

Ancak tam aksi durumunda bireyin gelirinde bir düşüş meydana geldiğinde örneğin Y_0 değerinden Y_2 düzeyine geldiğinde bireyin tüketim düzeyi hemen C_2 seviyesine düşmez. Çünkü birey alışkanlık edindiği tüketim düzeyinden vazgeçmek istemez hatta aynı tüketim düzeyini sürdürmek için borçlanma yoluna bile başvurabilir. Bireyin tüketimi C_3 seviyesinde gerçekleşir. Bunun diğer bir nedeni az önce ifade edildiği gibi tüketici daha önceki dönemlerde sahip olduğu refahını değiştirmek istemez sonuçta tüketim düzeyinden vazgeçmek yerine gelirinden tasarrufa ayırdığı miktarı azaltarak da daha yüksek bir tüketim düzeyi gerçekleştirebilir.

İktisatçılar Duesenberry tarafından geliştirilen Nispi Gelir Hipotezine kısa ve uzun dönem fonksiyonları arasındaki çelişkiye çözüm getiren ilk çalışma olması dışında önem göstermemişlerdir. Nedeni ise Mutlak Gelir Hipotezi gibi Nispi Gelir Hipotezinin de mikro temelli olmamasıdır. Ayrıca iki hipotezinde tüketici fayda maksimizasyon davranışını göz ardı etmiş olması tüketicinin bu davranışını dikkate almamış olmaları da bu iki yaklaşımı eksik hale getirmiştir.

İktisatçılar bu nedenle temelini mikro ya dayandırarak yeni analiz geliştirmişlerdir. 1950 lerde geliştirilen bu analizler Mutlak Gelir Hipotezinin kabul ettiği t dönemde ki bugünkü tüketimin t dönemdeki bugünkü gelire bağlı olduğunu farklı bir biçimde tanımlayarak 2 alternatif teori geliştirmişlerdir. Birinci teori Amerikalı iktisatçı T. Modigliani nin öncülüğünde 1950lerin ortalarından itibaren geliştirilen ve t dönemindeki bugün tüketimin ömür boyu gelire bağlı olduğu yolundaki Ömür Boyu Gelir hipotezidir.

İkinci teori ise Amerikalı iktisatçı Milton Friedman tarafından 1957 yılında geliştirilen t dönemindeki bugünkü tüketimin sürekli gelire bağlı olduğu yolundaki Sürekli Gelir Hipotezidir.

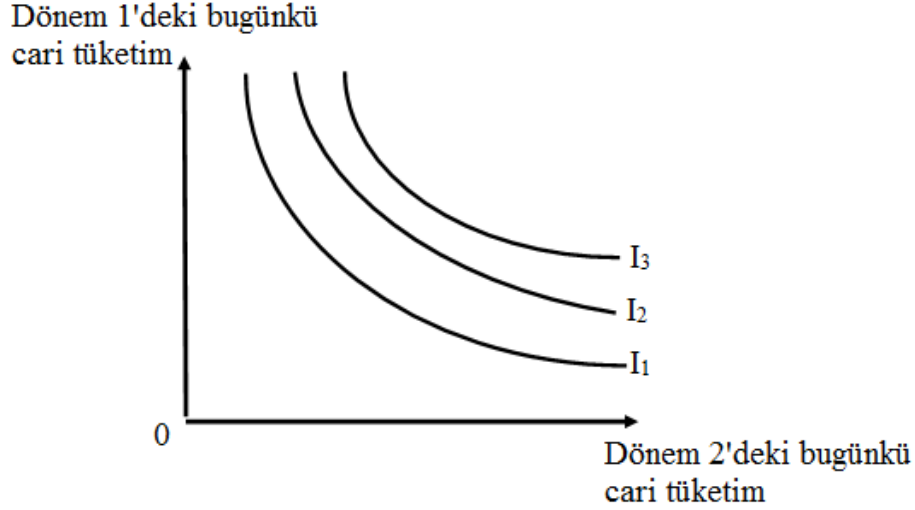
Yaşam boyu gelir ve sürekli gelir hipotezlerinin ortak özelliği, t dönemindeki tüketimin sadece t dönemindeki gelire bağlı olarak değil gelecekteki gelir de dikkate alınarak incelendiği hususudur. Bu hususun alında Amerikalı iktisatçı Irving Fisher tarafından 1930 yılında geliştirilen zamanlar arası tüketim seçimi analizinde ortaya çıkan bir sonuç olduğu hesaba katılmalıdır.

2.7. Zamanlar Arası Tüketim Teorisi

Ekonomik sistemde bireyler bir dönemdeki sahip olduğu gelirin bir kısmını tüketmek yerine tasarruf etmek isterler. Ve bireyler bu sahip olduğu tasarruflarını fon ihtiyacı olan bireylere borç vererek karşılığında faiziyle birlikte geri alırlar. Başka bir deyişle tüketici gelirini tasarruf eder veya tüketir. Tüketicinin bu amaçla yani borç vermek amacıyla gerçekleştirdiği tasarruf bireyin gelecekte yapacağı tüketim harcamasını bugünkü tüketimi gerçekleştirmeye tercih ettiği anlamına gelir.

$$Y = C+S$$

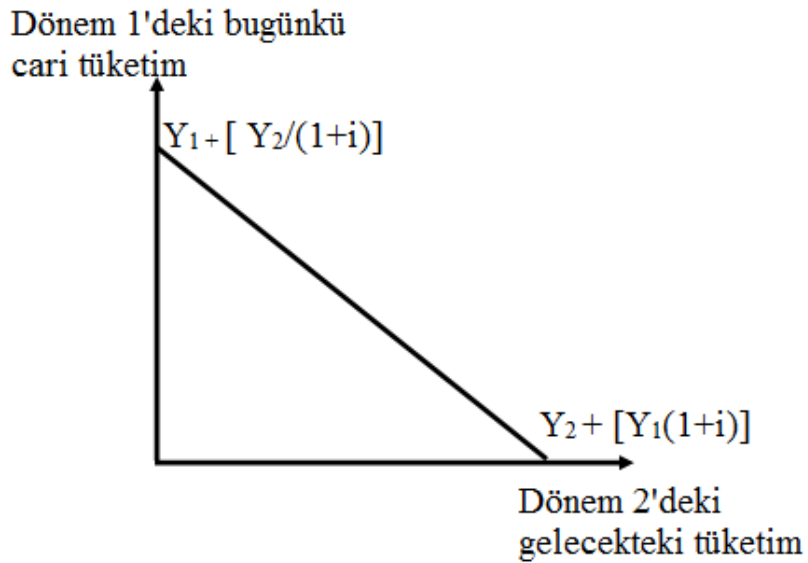
Aynı tüketici borç alarak sahip olduğu gelirini aşan miktarda bir harcama yapmak imkanına da sahiptir bu hakkına ise negatif tasarruf denmektedir. Bu negatif tasarruf etmesi ise; bugünkü tüketimi gelecekteki tüketime tercih etmesi anlamına gelmektedir. Bugünkü tüketim ve gelecekteki tüketim arasında tüketici zamanlar arası tüketim kalıbını nasıl belirleyeceğini seçmekte serbesttir. Bu durum farksızlık eğrileri yardımıyla açıklanmaktadır.



Kaynak: Yanıklar, 2010: 35.

Şekil 2.10. Zamanlar Arası Tüketim Teorisi

Dikey ekseninde Dönem 1'deki bugünkü cari tüketimin olduğu ve yatay ekseninde ise Dönem 2'deki gelecekteki tüketimin olduğu şekilde ki **zamanlar arası farksızlık eğrileri** tüketiciye aynı farksızlık düzeyinde kalma hakkı sağlayan bugünkü ve gelecekteki tüketim miktarı birleşenlerini temsil etmektedir. Tüketici aynı farksızlık eğrisi üzerinde hareket ettiği zaman aynı fayda düzeyinde kalmaktadır. Ancak tüketici I1 kayıtsızlık eğrisinden I2 kayıtsızlık eğrisine geçer ise daha yüksek bir fayda düzeyi sağlamış olmaktadır. Tüketicinin bütçesi ve tercihleri arasındaki bu ilişkileri yansıtmaları Zamanlar arası Tüketim Seçimi teorisinin mikro temellere dayandığının göstergesidir.



Kaynak: Cilasu ve Kırdar, 2009: 36.

Şekil 2.11. Gelecekteki Tüketim Fonksiyonu

Şekildeki MN tüketicinin **zamanlar arası bütçe doğrusunu** ifade etmektedir. Tüketicinin sahip olabileceği farklı bugünkü tüketim ve yarınki yani gelecekteki yapabileceği maximum tüketim birleşenlerini göstermektedir. Tüketici eğer Dönem 1'deki gelirinin tümü olan Y_1 miktarını i faiz haddi üzerinden borç verirse Dönem 2'de Dönem 2 gelirini Y_2 yanı sıra $(Y_1 + iY_1)$ kadar bir gelir elde etmektedir. Bu nedenle tüketici eğer dönem 1 deki gelirinin tümünü borç verirse dönem 2'de $(Y_2 + Y_1 + iY_1) = Y_2 + (1 + i) Y_1$ kadar bir gelire sahip olmaktadır. Bir başka deyişle tüketicinin dönem 1'deki gelirin tümünü (Y_1) i faiz haddi üzerinden borç vermesi halinde Dönem 2'de sahip olacağı maksimum gelir ve maksimum tüketim düzeyi $Y_2 + [(1+i)Y_1]$ kadardır. MN doğrusunun yatay eksenini kestiği nokta bu hususu temsil eder.

Eğer tüketici buna karşılık dönem 1'de i faiz haddi üzerinden C lira borçlanırsa dönem 2'de $(C + Ci)$ lira geri ödeme yapar. Ayrıca tüketicinin Dönem 2'de geri ödeyeceği para miktarı dönem 2'deki geliri (Y_2) aşamaz : $C+Ci = Y_2$ veya $(1+i)C = Y_2$ dolayısıyla tüketicinin dönem 1'de borçlanabileceği maksimum para miktarı $C = Y_2/(1+i)$ kadardır. Bu yüzden tüketicinin de dönem 1 'de sahip olacağı maksimum gelir ve tüketim düzeyi $Y_1 + [Y_2/(1+i)]$ kadardır. Şekilde MN doğrusunun dikey eksenini kestiği nokta bu hususu temsil etmektedir. Tüketicinin zamanlar (dönemler) arası alternatif tüketim kalıpları gösteren MN bütçe doğrusunun eğimi $OM = Y_1 + [Y_2/(1+i)]$ büyüklüğünün $ON = Y_2 + [(1+i)Y_1]$ büyüklüğüne oranına ve dolayısıyla da $1/(1+i)$ değerine eşittir (Ünsal, 2011:459).

Sonuç olarak Fisher'in geliştirdiği fayda maximizasyonuna dayalı zamanlar arası tüketim seçimi analizine göre; bugünkü tüketim bugünkü gelir yanında gelecekteki gelire de bağlıdır.

Bugünkü tüketim kişinin ömür boyu elde edeceği gelire bağlıdır. Fisher'in ulaştığı bu sonucun bugünkü tüketimin bugünkü gelire bağlı olduğunu öne süren Mutlak gelir hipotezine eleştiri niteliğindedir. Bugünkü tüketimin C_1 bugünkü gelire Y_1 ve gelecekteki gelirin bugünkü değerine $Y_2/(1+i)$ bağlı olduğu biçiminde kısaca bugünkü tüketimin C_1 gelirin bugünkü değerine PV_1 bağlı olduğu biçimde ifade edilebilir.

$$C_1 = f(PV_1)$$

$$PV_1 = Y_1 + Y_2/(1+i)$$

Fisher tarafından geliştirilen bu analize önemli bir eleştiri getirilmiştir. Bu analize yönelik getirilen eleştiri analizin borçlanma konusuna yaklaşımına karşıdır. Mutlak gelir hipotezine karşı olarak gelişen bu zamanlar arası tüketim seçimi analizinde kişilerin gelecek yıllarda gelir elde etmek amacıyla bu dönem borçlanma imkanı bulunduğu ve bu yüzden bugünkü tüketimin istenirse bugünkü gelirden büyük olduğu kabul edilmiştir. Oysa gerçek hayatta tüketiciler gelecekte elde edecekleri gelir için borçlanma imkanına sahip olamayabilirler. Bugünkü tüketimin bugünkü gelire eşit veya ondan küçük olmasına sebep olan bu duruma **borçlanma likitide sınırlaması** denir. $C_1 \leq Y$

2.8. Ömür Boyu Gelir Hipotezi

1950'li yıllara gelindiğinde Franco Modigliani öncülüğünde Albert Ando ve Richard Brumberg tarafından tüketim fonksiyonu farklı bir açıdan incelenmiş ve araştırılmıştır.

İktisat literatürüne Ömür Boyu Gelir Hipotezi veya başka bir deyişle Hayat Devresi Hipotezini kazandıran bu iktisatçılar bireylerin tüm yaşamı boyunca elde ettikleri geliri dikkate alarak tüketim davranışında bulunduğunu belirtmişler ve birlikte bu yönde hareket ederek çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Bireyler tüketim eylemini gerçekleştirirken hayatı boyunca elde edeceği geliri tahmin ederek bir plan yapar ve bu planı uygular varsayımı altındaki çalışmanın sonucunda 1986 yılında Franco Modigliani Nobel İktisat Ödülünü kazanmayı hak etmiştir.

1930 yılında Irving Fisher'in yapmış olduğu Zamanlar arası Tüketim Analizi Modigliani'nin araştırması için rehber olmuştur. Fisher analizinde insanların yaşamlarını çeşitli faktörleri değerlendirerek evrelere ayırmıştır ve bireylerin tüketim kararlarını verirken veya tasarruf davranışında bulunurken bu evrelerin geleceği dönemi de düşünerek uzun dönemi baz alarak karar verdiğini belirtmiştir. Bu sebeple aslında Modigliani'nin Fisher'in ortaya çıkardığı analizini geliştirerek meydana yeni bir teori ortaya çıkardığını bu teorinin de Hayat Teorisi Hipotezi adı verildiğini söylemek mümkündür (Sachs and Larrain, 1993; 99). İki model arasındaki farklardan biri Fisher'in analizinde bireyler için iki dönem bulunan bir tüketim modeli analizi olmasıdır.

Tüketim modellerinin bir çoğundaki gibi hayat devresi hipotezi de mikro temele dayalı bir hipotezdir. Ayrıca Modigliani daha önce ortaya atılmış tüketim hipotezlerinin eksik yönlerini bulup gidermeyi kısa dönemde ve uzun dönemde meydana gelen farklılığı anlatan tüketim bulmacasına bir çözüm önerisi getirme yönünde çalışmalar gerçekleştirmiştir.

Mutlak Gelir Hipotezi tarafından göz ardı edilen bireylerin farklı dönemlerde farklı gelir ve tüketim düzeyine sahip olacağı görüşü Ömür Boyu Gelir Hipotezi tarafından dikkate alınmış ve bu yönde analizler yapılmıştır. Keynesyen tüketim fonksiyonunu benimsemiş geleneksel iktisatçılar bireyin tüketimini sadece cari dönem gelirini dikkate alarak gerçekleştirdiğini ifade etmiş ve gelecek dönemde yapacağı tüketimin fırsat maliyetini de analizine dahil etmemiş yok saymıştır.

Ömür Boyu Gelir hipotezine göre bireyler bugün tüketim kararı alırken gelecek dönemlerde beklediği gelir düzeyini tahmin ederek ona göre hareket ederler bu yüzden gelecek dönemde gerçekleşecek tüketim fırsatını yani bugünkü tüketimin mi kendisi için daha faydalı olacağı ya da gelecek dönemde tüketimin mi kendisine daha çok fayda sağlayacağını da analiz ederler (Sachs ve Larrain, 1993; 78).

Ömür boyu gelir hipotezi ve nispi gelir hipotezinin ortak özellikleri bulunur. Modigliani ve J. Duesenberry'nin çalışmalarının ikisi de bireylerin gerçekleştirdikleri tüketim düzeyinin yalnızca içinde bulunduğu dönemi baz alan cari gelire bağlı olmadığını belirtmiştir. Duesenberry nispi gelir hipotezinde cari dönem gerçekleşen tüketimin cari gelirden ayrıca daha önce bireyin yaşamında ulaştığı en yüksek gelir düzeyini ifade eden gelir düzeyine bağlı olduğunu ifade etmiştir (Modigliani, 1986; 298).

2.8.1. Hayat Devresi Hipotezinde Tasarruf Motifi

Hayat devresi hipotezi için tasarruf kavramı tüketim fonksiyonunun nasıl oluşacağı konusunda önemli bir paya sahiptir. 1954 yılında Brumberg ve Modigliani tüketimin ne denli etkilendiğini göstermek için analize başlamışlardır.

Bu hipoteze göre bireyler tüketim davranışında bulunurken yaşam boyu elde edecekleri geliri tahmin ederek düz bir tüketim yolu oluşmak isterler ve bu yüzden cari geliri değil yaşam boyu elde edeceği geliri baz alırlar. Bireyler ömür boyu elde edecekleri geliri baz alarak tüketim düzleştirme yapması kavramı bireyin tüketim düzeyinin sabit olması anlamına gelmez.

Tüketim düzleştirme bireylerin yaşamının sadece bir döneminde elde edeceği gelir düzeyinden bağımsız olan gelir düzeyinde yaşanan değişimlerin tüketim düzeyini aynı anda aynı oranda etkilemediği düz bir akım seyreden istikrarlı bir tüketim düzeyine sahip olmasıdır. İstikrarlı ve düz bir akım kavramının temelinde bireylerin hayatı boyunca elde

edeceği maksimum yapan tüketim düzeyinde bulunması ve tüketimini de buna bağlı olarak cari dönem geliri yerine hayatı boyunca sahip olacağı gelire göre belirlenmesi olarak ifade edilir (Fleck, 1994; 215-216).

Kişilerin tüketim ve tasarruf kararlarını belirlerken cari gelir düzeyi yerine ağırlıklı olarak ve temel olarak yaşamı boyunca elde etmeyi umduğu gelir düzeyini dikkate alması sebebiyle kişilerin hayatlarında tüketim miktarında yaşanabilecek dalgalanmalar da minimum seviyede gerçekleşir (Paya, 1997; 52).

Daha önce insanların yaşam boyu gelir düzeyini dikkate aldıklarını belirtmiştik. Modigliani ve Brumberg (1954) yapmış oldukları analizde insan yaşamının her döneminde aynı gelir düzeyine sahip olmadığını ve hayatının her evresinde farklı gelir düzeyi elde ettiğini ifade etmiştir. Bireyler tüketim düzleştirmesi yapmak için yüksek gelire sahip olduğu dönemlerde gelirinden büyük bir kısmını tasarrufa ayırarak daha düşük gelir düzeyine sahip olacağı dönemlere bu tasarrufları aktarıp düz bir tüketim yoluna ulaşırlar.

Ömür boyu gelir hipotezinde bireylerin istikrarlı düz ve de düzenli bir tüketim akımı izleyeceği varsayımının sebebi tüketimin azalan marjinal faydası kavramı ile bağdaştırılır. Bireyler yaşamının her döneminde aynı miktarda tüketimde bulunmak isterler bu yüzden bugün gelirinin büyük bir kısmını tüketime ayırmaları halinde yaşamın ilerleyen dönemlerindeki tüketimden vazgeçmiş olacak ve bugünkü tüketimin marjinal faydası azalacaktır.

İnsanların tasarrufa yönelmelerinde ki asıl sebep gelecek harcamaları için kaynak sağlama düşüncesidir. Çünkü hayatın temel döngüsünde insanlar doğar genç olur yaşlanır ve bu yaşlılık döneminde birey genç dönemdeki gibi çalışıp gelir elde edemez ve emekli olur. Özellikle hayat devresi hipotezinin savı bireylerin emeklilik döneminde hayatını devam ettirmesi için gençlik döneminde çalışıp elde ettikleri geliri tasarruf etmelerinin gerekliliğidir. Bunların dışında tüketicilerin gelir kaynaklarında bir artış olduğu durumda bu artışı bireyler tasarruflar yoluyla yaşamın tüm zamanlarına eşit oranda dağıtmalıdır (Ando ve Modigliani, 1963; 56). Yani gelir durumunda bir değişiklik olduğu zaman da bireylerin tüketim düzleştirmesine gitmesinin bir yolu yine tasarruflardan geçer.

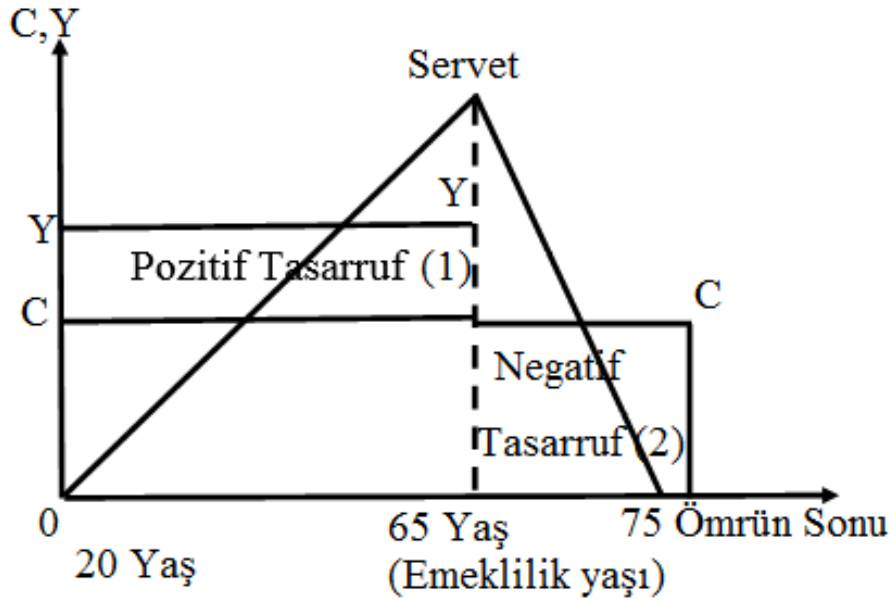
Ömür boyu gelir hipotezi analizi tasarruf kavramı ve tüketim kavramının incelenmesinde bazı varsayımlarda bulunmuştur. Bu varsayımlar şunlardır:

- ✓ Ekonomide statik bir büyüme durumu yoktur.
- ✓ Nüfus yaş dağılımının sabit kabul edilmesi
- ✓ Teknolojik yenilik ve değişimlerin söz konusu olmaması
- ✓ Faiz oranlarının sıfır olması veya tasarruf kararlarını etkilememesi
- ✓ İnsanlar gelecek kuşaklara miras bırakmayı düşünmemesi

Ömür boyu gelir hipotezinde bireylerin tasarruf kararları tahmin edilebilir bir fonksiyon biçimindedir (Mankiw, 1992; 411). Bireyler hayatı boyunca birçok dönemden geçmekte ve her dönemin kendine has bir gelir düzeyi bulunmaktadır. Bazı dönemler elde ettikleri gelir diğer dönemde elde ettiği gelirden az veya fazla olabilir. Bu nedenle bireyler bazen sahip olduğu gelir düzeyinden daha az bir tüketim gerçekleştirebilir veya bazen de sahip oldukları cari dönem gelirinden daha fazla tüketim davranışında bulunabilir. İnsanın her yaşında optimal tüketim düzeyi birbiriyle aynı sonuçları ifade etmez ve bu sebeple bireyin genel bir davranış belirlemek yerine tüketim düzeltirmesi yapması gerekir. Hayat devresi hipotezini diğer tüketim teorilerinden ayıran bir diğer fark da demografik etkileri de analizine dahil etmiş olmasıdır. Bu hipotezde tüketim fonksiyonu elde edilirken farklı yaşlara sahip bireylerin yaşamlarındaki davranış biçimleri dikkate alınmış ve yaş kavramı da iktisadi analiz için bir değişken olarak kullanılmaya başlanmıştır (Ahumada ve Garegnani, 2003; 4).

İktisadi çalışmaya demografi kavramı da eklenince tüketim fonksiyonu farklı bir boyut ve anlam kazanmıştır. Farklı yaş gruplarına sahip tüketici davranışları da farklılık gösterir anlayışı egemen olmuştur.

İnsanlar hayatının ilk yıllarında genç olduğu dönemde yeterli gelire sahip değildir ve bu nedenle borçlu olarak hayatını devam ettirir. Orta yaşlara gelindiğinde gelir düzeyi artar ve birey geçmiş dönemde edinmiş olduğu borçları ödemeye başlar ve arta kalan kısmını emeklilik yıllarında harcayabilmek için tasarruf etmeye başlar. Birey emeklilik sonrası dönem 65 yaş üstü kısma geldiğinde ise orta yaşlarında sahip olduğu biriktirdiği ve bu yıllarda kullanmak için tasarruf ettiği gelir düzeyini kullanmaya başlar ve birey negatif tasarrufa sahiptir.



Kaynak: Sivri, 2009: 174

Şekil 2.12. Ömür Boyu Gelir Hipozi

Ömür boyu gelir hipotezine göre insan yaşamı çeşitli evrelere ayrılmıştır. Bireylerin gençlik dönemi olarak ifade edilen 20 yaşına gelene kadarki dönem bireylerin tüketim harcamaları sahip olduğu gelir düzeyinden fazla gerçekleşir. Şekil bir insanın servete ve hiçbir tasarrufa sahip olmadan 20 yaşına geldiğini gösterir. Birey 20 yaşına geldiği zaman 65 yaşına gelene kadar ki sürede çalışır ve gelirinin bir kısmını tüketir ve geri kalan kısmı emeklilik döneminde harcamak için tasarruf eder. 75 yaş ise birey için ömrün sonu olarak ifade edilir.

Hayat devresi hipotezinde bireylerin tüketim düzleştirmesi yaptığı varsayımı ile şekil çizildiği durumda tüketim düzeyini ifade eden C düzeyi C noktasından başlayarak yatay eksene paralel şekilde çizilir. Tüketiciler çalıştığı dönemde pozitif tasarruf gerçekleştirir bireyin sahip olduğu gelir, yapmış olduğu harcamadan yüksek olduğu için bireyin tasarrufunda bir artışa sebep olarak bireyin servetinin oluşmasına ve oluşan servetin de giderek artmasına yol açar. Kişinin geliri ile servet arasında doğru orantı bulunur çünkü gelir düzeyi arttıkça uzun dönem analizinde incelendiğinde bireyin servetinin de arttığı görülmüştür. Kişinin servetinin maksimum olduğu yıl emeklilik yılının başlangıcı olarak ifade edilen 65 olarak ifade edilir çünkü bu yaştan sonra birey gelir elde etmeyecek olup artık elde etmiş olduğu serveti harcamaya azaltmaya başlayacaktır. Bireyler emekli oldukları

dönemde daha önceki tasarruflarını harcarlar dolayısıyla negatif tasarruf yaparlar. Tüketiciler hayatını çalıştığı yılları ve çalışmadığı emekli olduğu dönemde aynı tüketimi sağlayacak bir tüketim düzeyi belirlemelidir.

Tüketim fonksiyonuna yaş özelliklerinin dahil edilmesiyle birçok sonuca da beraber ulaşılmıştır. Örneğin bireylerin farklı yaş gruplarında farklı şekilde harcama yaptıkları görülmüştür. Yani insanların büyük bir çoğunluk gençlik dönem harcamaları dikkate alındığında ev almak araba almak evlenmek gibi tüketim eğilimi içerisinde oldukları için gelirlerinden daha fazla harcama yapar ve borçlanma eğiliminde olurlar. Sonrasında çalışma hayatında artan gelir ile birlikte ihtiyaçlarını borçlanma yoluyla finanse ettikleri için bu dönem öncelikli olarak borçlarını kapatma evresi olarak karşımıza çıkar ayrıca bireyin içinde bulunduğu dönemde borçlarını ödemesinin ardından emeklilik dönemi için pozitif tasarruf gerçekleştirmesi gerekir ve bireyler bu nedenle daha çok çalışır.

Modigliani hayat devresi hipotezinde bireylerin çoğunluğunun 65 yaşında emekli olmayı düşündüğü ve istediğini ifade etmiş ve bireylerin gelir düzeyinde ciddi oranda bir düşüş beklediğini ifade etmiştir. Bu nedenle bireyler çalıştığı dönemde gelirinin bir kısmını bu dönem için tasarruf etmişlerdir. Bireyler emeklilik yıllarından başlayarak yaşamlarının sonuna kadar artık bir gelir elde etmek katma değer yaratmak yerine geçmiş dönem tasarruflarını azaltır ve kullanır.

Hayat Devresi Hipotezine göre bireylerin tüketim ve tasarruf kararlarını demografik etkenler yani yaş kavramı dışında başka değişkenlerde etkiler. Bu değişkenlerden bir kısmı belirtilmiştir.

- ❖ Bireyin sahip olduğu aile büyüklüğünde meydana gelen değişimler örneğin sahip olduğu çocuk sayısı gibi Modigliani ve Ando (1957)
- ❖ Bireyin zamanlar arası gerçekleştirmiş olduğu tercihlerinde bulunan gelir ve faiz riskinin bireyin tasarruf ve tüketim kararını etkilemesi Dreze ve Modigliani (1974)
- ❖ Bireyin bırakmak istediği miras ve gerçekleştirdiği diğer transferlerin bireyin tasarrufu üzerindeki rolü Modigliani (1988)
- ❖ Emek arzında meydana gelen değişimler
- ❖ Ekonomik sistemde yaşanan verimlilik artışı
- ❖ Bireyin sahip olduğu tüketim alışkanlıkları

❖ Bireyin sigortası olması veya kredi piyasasıyla bağlantılı olması

Bahsi geçen bütün değişkenlerin bireylerin tasarruf kararları üzerinde önemi birbirinden farklılık gösterir derecesi ve şiddeti aynı oranda gerçekleşmesi gerekmez (Japelli, 2005; 4).

Hayat Devresi Hipotezinin temel kaynağı bireylerin yaşamlarının tümü boyunca belirli bir refah düzeyinde yaşaması için tüketim düzleştirmesi yapması gerektiği varsayımdır ve bireyler bu durumun sağlanması için gelirinden bir kısmını tasarruf eder.

Hayat Devresi Hipotezinin bireylerin gelirinin ne kadarlık bir kısmını tasarrufa ayırdığı ve tasarruf kuramının ne anlama geldiğini araştırması kapsamında şu sonuçlara ulaşmıştır.

- ✓ Her birey için gençlik dönemi çalışma dönemi emeklilik dönemi ve hatta ömrün sonu kavramı birbirinden farklılık gösterir. Bireylerin ortalama yaşamayı beklediği yaş ülkeden ülkeye içinde bulunulan sağlık durumuna hatta bölgelere göre bile farklılık gösterebilir. Bu durum da ülkeler arası tasarruf düzeylerinde farklılıklara yol açar. Çünkü bireylerin yaşamlarını ne kadar uzun geçireceğini düşünüyorsa o denli fazla birikim yapması kaynak ayırması gerekir (Ünsal, 2003; 432). Araştırmalar sonucunda ortalama yaşam süresinin uzun olduğu ülkelerde bireylerin tasarruf oranlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Tasarruf bu açıdan bakıldığında kişilerin gelecekteki tüketimi bugünkü tüketime tercih ettiği ve gelecekte tüketim eylemini gerçekleştirmek amacıyla yapmış olduğu bir olgudur.
- ✓ Bireyler emeklilik dönemine geldiği zaman negatif tasarruf gerçekleştirmekte daha önceden yapmış olduğu pozitif tasarrufları harcamaktadır. Bu yüzden emeklilik yaşının daha üst yaşlar olduğu ülkelerde örneğin emeklilik yaşı 80 olduğunda bireyler ömrün sonu dediğimiz ortalama yaşam süresine daha yaklaştığını düşünerek o dönem için daha az bir tasarruf miktarının kendine yeteceğini düşünür. Bu tarz emeklilik yaşı yüksek olan ülkelerde tasarruf oranı düşüktür (Dornbush ve Fischer, 1998; 305).
- ✓ Ülkelerin nüfus dağılımının da tasarruf oranı üzerinde belirleyici bir etkisi vardır. Nüfus artış hızı yüksek olan ülkelerde toplam nüfus içindeki genç nüfusun payı yüksektir. Bu tip ülkelerde çalışan nüfus emekli olan nüfusa göre daha fazla paya sahip olduğu için yüksek tasarruf oranı gerçekleşir. Buradan hareketle ülkede

gerçekleşen toplam tasarruf oranının pozitif olması sonucuna ulaşılır (Yıldırım ve Karaman, 2003; 503). Emekli sayısının genç nüfusa oranla fazla olduğu ülkelerde toplam tasarruf oranına bakıldığında ve emeklilerin negatif tasarruf yaptıkları düşünüldüğünde toplam tasarruf oranı genç nüfusun yoğun olduğu bir ülkeye göre daha düşük gerçekleşir.

- ✓ Hayat devresi teorisindeki bir diğer varsayımda kişilerin emeklilik dönemi geldiğinde yalnızca genç yaşlarında yapmış oldukları tasarrufları değil bunların yanında hükümet transfer harcamaları ve çocuk yardımları gibi sosyal politikalar da uygulanabilmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde sosyal güvenlik sistemi iyi olan gelişmiş ülkelerde kişilerin emeklilik yılları için tasarruf yapma zorunluluğu ortadan kalkar. Ancak hayat devresi teorisine göre ülke geneline bakıldığında toplam tasarruflar azalmış ve bireyler emeklilik dönemi için pozitif tasarruf yapmayarak gelirlerinin büyük bir kısmını tüketime yönlendirmiştir (Modigliani, 1986; 306).

2.9. Sürekli Gelir Hipotezi

Sürekli Gelir Hipotezinin temeli zamanlar arası tüketim teorisi ve hayat devresi teorisine dayanır. Milton Friedman tarafından ortaya atılan sürekli gelir hipotezi bireylerin elde ettiği gelir düzeyini incelemiş ve iki tip gelir olduğu varsayımında bulunmuştur. Bu iki tip gelirden ilki geçici gelir bir diğeri ise sürekli gelirdir.

Friedman sürekli gelir ve geçici gelirin toplanmasıyla bireyin o dönem içerisinde sahip olduğu cari gelire ulaşılacağını belirtmiştir.

$$Y = Y_P + Y_T$$

$$Y = \text{cari gelir}$$

$$Y_P = \text{sürekli gelir}$$

$$Y_T = \text{geçici gelir}$$

Sürekli Gelir Hipotezine göre;

Sürekli Gelir: Bireylerin örneğin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, geçimini sağlamaya yönelik mesleği gibi subjektif özellikleri dikkate alınarak bireyin sahip olmayı hedeflediği gelirdir.

Geçici Gelir ise bireyin belli dönemlerde sağladığı kısa süreli, devamlılığı olmayan gelirlerdir. Geçici gelire bireyin milli piyangodan para kazanması örnek gösterilebilir.

Friedman teorisinde insanların tüketim davranışını gerçekleştirirken sürekli geliri baz aldığını ve buna göre harcama yaptığını belirtmiştir. Bireyler sahip olduğu sürekli gelirin büyük bir kısmını tüketime ayırmak ister ancak geçici gelir elde ettiğinde bunu tüketmek yerine tasarruf etmek isterler. Modiglianinin hayat devresi teorisinde olduğu gibi bireyler sahip olduğu tasarruflarını tüketim düzleştirmesi yapmak için kullanır.

Sürekli gelir hipotezinin varsayımları ile oluşmuş tüketim fonksiyonu :

$$C = \alpha(Y_P)$$

$$C = \text{Tüketim}$$

$$Y_P = \text{Sürekli Gelir}$$

α = sabit katsayı (bireyin sürekli gelirinin ne kadarının tüketim harcaması için kullanıldığını ölçme görevi gören)

Birey tüketim gerçekleştirirken sürekli gelirini temel aldığı için sürekli gelir ile tüketim harcamaları arasında doğru orantı bulunur yani bireyin sahip olduğu sürekli geliri arttıkça bireyin tüketimi de artar ve tam tersi durumda ise bireyin sürekli gelirinde bir düşüş yaşandığında tüketim miktarı azalır.

Tüm teorilerde ortak olan ortalama tüketim eğilimi tüketim düzeyinin bireyin gelirine oranını ifade eden birimdir.

$$APC = \frac{C}{Y}$$

Sürekli Gelir Hipotezinde ortalama tüketim eğilimi ise bireyin sürekli gelirinin cari dönemde oluşan gelire oranlanmasıyla bulunur.

$$APC = \frac{C}{Y} = \frac{\alpha Y_P}{Y}$$

Bireyin cari dönem geliri sürekli geliri ve geçici gelirin toplamından oluşur .

$$Y = Y_P + Y_T$$

Ve bu formüllerin sonucunda sürekli gelir hipotezinde ortalama tüketim eğilimi :

$$APC = \frac{\alpha Y_p}{Y} = \frac{\alpha Y_p}{Y_p + Y_T}$$

Bireyin tüketimim sürekli gelire bağlı olduğunu ve tasarruflarını geçici geliri kullanarak gerçekleştirdiğini bahsetmiştik. Bireyin geçici geliri arttığı zaman buna bağlı yaşanan cari gelirdeki artış formülde de gözüktüğü gibi formülün paydasını büyütecek bunun sonucunda bireyin ortalama tüketim eğilimi geçici olarak düşecektir. Diğer durum için yorumlandığında yani bireyin geçici geliri azaldığı veya olmadığı için bireyin cari gelirinde bir düşüş yaşandığında formülün paydası küçülecek ve bu durumda kişinin ortalama tüketim eğilimi geçici bir süre için artar.

Bireyin cari gelirindeki değişimin nedeni bireyin sürekli gelirinde yaşanan bir değişiklik söz konusu olduğu durumda ortalama tüketim eğilimi aynı kalır. Birey yaşamında yüksek bir sürekli gelir düzeyine sahip ise ortalama tüketim eğilimi de buna bağlı olarak yüksek olur.

İnsanların gelirinde yıldan yıla değişim yaşanmasının sebebi geçici gelirdir. Bu yüzden de bireyin gelirinin yüksek olduğu dönemde geçici gelirin cari dönem gelirini yükseltmesiyle ortalama tüketim eğilimi düşük olarak gerçekleşir.

Uzun dönem olarak incelendiğinde ise bireyin asıl gelirini artıran değişkenin sürekli gelir olduğu anlaşılmıştır. Örneğin bir bireyin hayatını periyotlar halinde bölersek örneğin beş yıllık bir zaman diliminin gelir düzeyinde yaşanan artış bireyin katma değeri subjektif özellikleri mesleği kıdemi gibi özellikler sebebiyle yaşanır. Uzun dönem analizinde Milton Friedman Kuznets'in çalışmasına benzer sonuçlar elde etmiş ve ortalama tüketim eğiliminin sabit olduğunu ifade etmiştir.

Sürekli Gelir Hipotezi ve Hayat Devresi hipotezinin birçok benzerliği bulunur.

1. İki teoride de bireyler tüketim düzleştirmesi yapmak için tasarruf etmek zorundadır.
2. Bireyin cari dönemde gerçekleştireceği tüketim

Cari Dönem ve Gelecek Dönemin birlikte incelenmesiyle bulunur.

3. İki teoride aslında Fisher'in ortaya çıkardığı zamanlar arası tüketim teorisi analizinin sonuçlarına dayanarak gelişmiştir.

Hayat devresi teorisinde birey her dönemde düz bir tüketim gerçekleştirerek her dönem düz bir tüketim düzeyinde bulunur ancak sürekli gelir teorisinde bu durum söz konusu değildir birey sürekli gelir ve geçici gelirinde bir artış yaşanması durumunda yaşamının farklı dönemlerinde farklı tüketim miktarı gerçekleştirebilir. Bunlara ek olarak sürekli gelir teorisinde insan yaşamında meydana gelebilecek olan geçici ve rassal değişkenler analize dahil edilmiştir.

Sürekli gelir hipotezi ve nispi gelir hipotezi kıyaslandığı durumda ki teoride bireylerin tüketim düzeylerinin araştırılmasında kısa dönem ve uzun dönem sonuçları arasında bir ayırım bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Sürekli gelir hipotezine göre bireyin kısa ve uzun dönem tüketiminin farklılık göstermesinin sebebi kişinin beklentilerine göre şekillenmesidir. Nispi gelir hipotezinde ise kısa dönem ve uzun dönem farklılığının sebebi bireyin içinde bulunduğu toplum çevre ve sahip olduğu alışkanlıklardır.

2.10. Rassal Yürüme Hipotezi

1970 yılında Robert Hall tarafından öne sürülen Rassal yürüme hipotezi rasyonel beklentiler teorisinin tüketim teorisine uyarlanmasıyla oluşturulmuştur. Rasyonel beklentiler hipotezi ise John Muth tarafından geliştirilmiş ve bu hipotezde ekonomik sistemin karar birimleri gelecek döneme yönelik karar alır.

Adaptif (uyarlayıcı) beklentiler kavramı ekonomik sistemde bulunan karar birimlerinin devlet, firma, hane halkı gibi gelecek döneme yönelik beklenti ve tahminlerini geçmiş dönemi esas alarak yönlendirmesi ve tahmin etmesi anlamına gelir. Bu hipoteze göre bireylerin geçmiş dönem beklentileri ile içinde bulunduğu gerçekleşen değerler arasında oluşan farkı inceler ve geleceğe yönelik bekleyişlerini buna göre şekillendirir

Adaptif beklentiler teorisi 1956 yılında Philip D. Cagan tarafından geliştirilmiş ve bireyin geçmiş dönem verilerinden hareketle kararlarını gerçekleştirdiği sonucuna ulaşmıştır. Örneğin adaptif beklentiler teorisine göre bireyin içinde bulunduğu dönemden daha önceki dönem içerisinde yüksek oranda bir enflasyon gerçekleşmiş ise birey tüketim ve tasarruf hatta diğer kararları da bu enflasyon ile ilişkilendirir.

Rasyonel beklentiler hipotezi ile uyarlamacı beklentiler hipotezi arasındaki temel fark rasyonel beklentiler teorisinde bireylerin gelecek yıllara ilişkin tüketim ve tasarruf kararlarını verirken yalnızca geçmiş dönem verilerini kullanmaz birey geçmişte edindiği bütün bilgileri, tecrübelerini de dahil ederek varsayımlarda bulunur. Rasyonel beklentiler hipotezinde bireylerin tüketim kararı bireyin rasyonel beklentilerinden yola çıkılarak açıklanır.

Bu hipotezin temel özelliği geçmiş dönem verileri ve cari dönem bilgileri değerlendirildiği için tahmin hatasının oluşmayacağını öngörmesidir. Ancak tahmin hatası oluşmaması demek hiç bireylerin tahmininde kesinlikle ve hiçbir zaman hata yapmayacakları anlamına gelmez. Yalnızca hata tesadüfi olarak yapılır. Yani iktisadi karar alma mekanizmalarına sahip bireyler piyasada ya da içinde bulunulan durumda beklenmeyen bir politika ve sürpriz gelişmeler ile karşılaştığı zaman tahmin hatası yaparlar. Ancak kısa dönemden uzun döneme geçildiğinde bireyler tahminlerinde yanıldığını ve hata yaptığını fark ettiği zaman ekonomik sistemin içinde bulunduğu yeni duruma göre hatalarını düzeltir ve bu yapmış olduğu hatadan ders çıkarırlar. Böylece birey hayatı boyunca yeni bilgiler edinir öğrenir ve bu öğrenme süreci içerisinde tahminlerini şekillendirir ve bu durumun sonucunda bireyler aynı hatayı tekrarlamazlar.

Rasyonel beklentiler hipotezinde iktisadi yaşamda karar alan kesimin davranışlarını beklenen durum gerçekleştiği zaman veya sürpriz şok bir durumla karşılaşıldığı zaman olmak üzere iki durumun birbirinden bağımsız değerlendirilmesi gerekir. Gerçekleşen sürpriz bir politikanın bireyler tarafından tahminlerine dahil edilmesi öngörülmesi mümkün değildir. Bu durumda bireyler kısa dönem içerisinde tahmin hataları yaparlar.

Ekonomik sistem içerisinde sürpriz bir gelişme veya politika olmadığı sürece iktisadi karar mekanizmaları geçmiş bilgi ve tecrübeler geleceğe yönelik varsayımlar ile sürekli geliri doğru tahmin ederler. Bu durumda Hall bireylerin tüketim miktarında bir değişimin oluşmayacağını belirtmiştir.

Sürpriz bir politikanın hakim olduğu durumda ise öngörülemez durumlar veriler yaşandığı için bireyler tahminlerde bulunurken sapma yaşar ve hatalı tahminler gerçekleştirir. Bireyler sürekli geliri ve dolayısıyla tüketim düzeyini doğru tahmin edemezler. Bu durumda bireylerin tüketim düzeyinde değişim meydana gelir.

Ekonomik sistem içerisinde tüketimin değişmesi için tahmin edilemeyen öngörülmezsürpriz şok olayların bulunması gerekir. Tüketimdeki sürprizlerin

öngörülemediği değişimlerin tahmin edilemediği duruma iktisat literatüründe **tüketimin rassal yürümesi** adı verilir.

Tüketimin rassal yürümesi hipotezine göre ekonomide sürpriz durumlar yaşanmadığı sürece bir sonraki dönem için gerçekleşen tüketim cari dönem tüketimi C_t ile bireylerin hata payının (e) toplamına eşittir.

$$C_{t+1} = C_t + e$$

Rassal yürüme hipotezine göre politikaların sürpriz olup olmadığı yani tahmin edilip edilemediğine göre iki görüşü bulunur.

1. Sürekli gelir düzeyinin tahmininde yaşanan beklenmeyen değişimler bireylerin tüketim düzeylerini etkiler.

2. Sürekli gelir düzeyinin tahmininde yaşanan beklenen değişimler beklenen etkiler doğurduğu için bireylerin tüketimlerini etkilemez.

Yapılan ampirik analizlerin sonuçlarına göre;

1. Ekonomik karar alma birimlerinin gelirinde yaşanan beklenmeyen değişmelerin bireyin tüketimi etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma aşırı düzleştirme denir.

2. Ekonomik karar alma birimlerinin gelirinde bir değişme meydana geldiğinde tüketimin bu durumdan etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma ise tüketimin aşırı duyarlılığı denir.

2.11. Anlık Hazzın Cazibesi

Tüketim ile ilgili çalışmaların sonucusu olarak D. Laibson'un ortaya çıkardığı anlık hazzın cazibesi teorisidir. Laibson'un teorisine kadar hemen hemen her teoride Keynesyen Mutlak Gelir Hipotezi, Nispi Gelir Hipotezi, Zamanlar arası Tüketim Tercihi, Hayat Devresi Hipotezi, Sürekli Gelir Hipotezi ve son olarak Rassal Yürüme Hipotezinin hepsinin ortak noktası bireylerin iktisat literatürüne uygun davranan homo economicus yani rasyonel mantıklı düşünen, karar veren ve fayda maksimizasyonunu temel karar alma sürecinde hesaplayan insanı temel olarak almış olmalarıdır.

Son dönemlerde ise insanların tüketim davranışını gerçekleştirirken rasyonel davranışı esas olarak alıp almadıkları ve kararlarının hangi yönde olduğu konusunda tartışmalar başlamıştır. Bu konu üzerinde yapılan çalışmalarda iktisatçılar insanın her zaman rasyonel karar veremediğini ve insanın içinde bulunduğu psikolojik durumunun önemini de analize eklemek gerektiği görüşündedirler. İnsan psikolojisinin önemini esas alan ve araştırmalara dahil eden akıma **davranışsal iktisat** adı verilir. Davranışsal iktisatçıların önde gelen isimlerinden biri de D. Laibsondur. Laibson'a göre ekonomik sistemde tasarruf düzeyinin artmamasının veya az olmasının sebebi bireyler için anlık hazzın cazibesidir.

Yapılan çalışmalar sonucunda bireylerin tüketim kararlarını akıllı ve faydasını maksimize eden homo economicusun gerçekleştirmediği aksine gerçek yaşamda bulunan anlık karar verebilen psikolojik olarak diğer değişkenlerden etkilenen kısa ve uzun dönemde farklı sonuçlar elde eden ve bazen hiç rasyonel davranış sergilemeyen insanların verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

2.12. Tüketimi Etkileyen Diğer Faktörler

Tüketim teorilerinde ortak olan gelir unsuru dışında kısa dönemde tüketimi etkileyen birçok faktör bulunur. Bu faktörler ve tüketim kavramı ile ilişkileri ele alınmıştır.

2.12.1. Fiyat Beklentileri

Bir ülkede yaşayan bireyler içinde bulunulan durumda gelecekte fiyat artışı yönünde beklentileri varsa tüketim harcamalarını arttırma eğiliminde olurlar. Aksine genel fiyatlar düzeyinin düşeceği yönünde bir beklentileri varsa bu durumda bireyler tüketim harcamalarını azaltırlar.

2.12.2. Faiz Oranındaki Değişmeler

Piyasada borç veren kesim ve borç alan bireyler bulunmaktadır. Faiz borç alan bireyin aldığı borç karşılığı belirli bir müddet geçtikten sonra borcun ana parasına ek olarak ödemeyi taahhüt ettiği miktar olarak nitelendirebilir. Diğer bir deyişle borç veren kişinin parasını belirli bir süre kullandırması karşılığında aldığı miktar olarak ifade edilebilmektedir. Paranın zaman değeri olarak ifade edilen bu değere faiz denilmektedir.

Faiz oranı bireylerin gelirinin ne kadarını tüketime ne kadarını ise tasarrufa ayıracağı konusunda önemli rol oynamaktadır. Faiz oranlarında artış görüldüğü zaman gelirden

tasarrufa ayrılan miktar artarken tüketime ayrılan kısım ise azalmaktadır. Aksi durumda faiz oranları düştüğü durumda ise tüketim harcamaları artarken bireylerin tasarrufa ayırdıkları miktar azalmaktadır.

Faiz paranın değerine, enflasyondan bağımsız veya enflasyon etkisinde olmasına göre ikiye ayrılmaktadır. Piyasada kullanılan faiz oranına nominal faiz oranı denir. Nominal faiz oranında enflasyonun etkileri dikkate alınmaz. Reel faiz oranı piyasada işlem anında geçerli olan nominal faiz orasından enflasyonun etkilerinin çıkarılması yani enflasyondan arındırılması ile bulunur.

$$\text{Reel faiz oranı} = \text{Nominal faiz oranı} - \text{Beklenen enflasyon oranı}$$

Faiz oranlarından enflasyon etkisini arındırdığımız zaman paranın gerçek alım gücündeki değişikliği görmekteyiz. Eğer enflasyon oranı faiz oranlarından yüksek seyrediyorsa reel getiri negatif olmakta yani ana para erimektedir. Reel faiz oranının tespit edilmesi için enflasyon oranının bilinmesi gerekmektedir.

Bireyler gelecekte enflasyonun artacağını yönünde beklenti içinde oldukları durumda piyasada gerçekleşen faiz oranlarında da artış olur. Enflasyon beklentileri her yılın sonunda Merkez Bankası tarafından yayınlanmaktadır. Örneğin nominal faiz oranı % 9 olduğu durumda beklenen enflasyon oranı % 8 olarak gerçekleşmiş ise;

$$\text{Reel faiz oranı} = \text{Nominal faiz oranı} - \text{Beklenen enflasyon oranı}$$

$$\text{Reel faiz oranı} = \% 9 - \% 8$$

$$\text{Reel faiz oranı} = \% 1$$

Bu durumda birey reel olarak sadece % 1'lik bir getiri elde edeceği için gelirini tasarruf etmek yerine tüketim harcamalarını arttırmayı tercih edebilmektedir.

Faiz oranlarından enflasyonun etkisini arındırdığımız durumda paranın reel mal ve hizmet miktarı alım gücündeki değişimi bulunur. Piyasada gerçekleşen enflasyon oranının faiz oranlarından yüksek olarak gerçekleştiği dönemde kişilerin elde ettiği reel getiri negatif olur. Bu durumda bireyler tasarruf etmek yerine tüketim harcamalarını artırma eğiliminde olmaktadır çünkü bu dönemlerde tasarruf yaptıkları takdirde faiz geliri elde etmek yerine ellerinde bulunan ana para erimektedir.

Tüketimi etkileyen diğer faktörlerin etkisini göz önüne aldığımızda kısaca faiz oranlarının etkisi hakkında şöyle bir çıkarımda bulunmak mümkündür. Faiz oranlarında artış görüldüğü zaman gelirden tasarrufa ayrılan pay artmakta ve tüketim harcamaları azalmaktadır. Aksi halde faiz oranlarında düşüş yaşandığı durumda tüketim harcamaları artma eğiliminde olup tasarrufa ayrılan kısım azalmaktadır.

2.12.3. Para Yanılgısı

Hane halkının veya karar birimlerinin elde ettiği nominal gelir düzeyi ile ekonomik sistemde gerçekleşen enflasyon oranının aynı düzeyde gerçekleşmesi ile birlikte bireylerin aslında yalnızca nominal gelirinde gerçekleşen artışı mal ve hizmet alımını arttıran reel gelir artışı olarak algılamasına para yanılgısı denir.

Para yanılgısında olan bireyler iki tür birbirine zıt yönde davranış sergiler.

1) Bireylerin nominal gelir düzeyinde artış yaşandığı zaman piyasada fiyatlar genel düzeyinde bir artış olsa bile kişilerin yalnızca fiyatlar genel seviyesindeki artışı dikkate alıyor olmasıdır. İçinde buldukları durumun giderek süreceğini de düşündükleri için tüketimi arttırmaları.

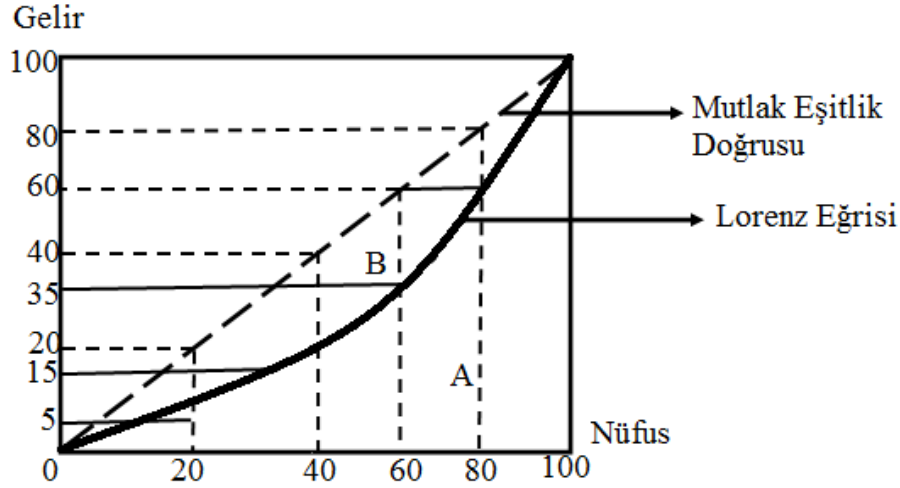
2) Bazı tüketiciler ise; sadece gelir düzeyinde meydana gelen artışı dikkate almaktadırlar. Gelir durumunun iyileşmesi düşüncesi nedeniyle tüketiciler tasarruflarını artırırlar ve tüketimlerini azaltırlar.

2.12.4. Gelir Dağılımı

Tüketim faktörlerini etkileyen unsurlardan biri de gelir dağılımıdır. Bir ülkede yaşayan bireyler arasında gelir dağılımının adil olması ekonomik sistemin düzeni açısından önemli bir paya sahiptir. Birçok iktisatçı tarafından hakim olan genel kanı ülke içerisinde gelir dağılımında adalet sağlandıkça tüketim harcamalarının da artacağı yönündedir. Gelir dağılımı ise bir ülkenin belirli bir zaman diliminde bireylerin, grupların yada bölgelerin milli gelirden aldığı payı ifade eder.

Kişisel gelir dağılımı analizi bir ekonomide meydana gelen gelirin, o ekonomide ki bireyler, hane halkları arasında nasıl paylaşıldığını açıklayan analizdir. Bir ülkede ki gelir dağılımını incelemek ve araştırmak için Gini Kat Sayısı ve Lorenz Eğrisi kullanılır.

Lorenz Eğrisi milli gelir bölümündeki adaletsizliği gösterir. Yoğunlaşma eğrisi olarak da ifade edilen Lorenz eğrisi ekonomide gelirin hangi gruplarda yoğunlaştığını ifade etmektedir ve bu eğriyi Amerikalı iktisatçı Max Lorenz 1905 yılında geliştirmiştir. Bir ülkede ki gelir dağılımı çalışmalarında ve gelir dağılımında oluşan bazı eşitsizlik ölçülerinin hesaplanmasında baz alınan grafik ile gösterim şekli Lorenz eğrisidir.



Kaynak: Altınışık ve Peker, 2008: 49.

Şekil 2.13. Lorenz Eğrisi

Kişisel gelir dağılımında adaleti ölçmek için kullanılan Lorenz Eğrisi ile Tam Eşitlik Doğrusu arasında bulunan (B alanı) büyüklüğünü Tam Eşitlik Doğrusunun alt kısmında bulunan alana (A + B) alanına oranladığımız zaman ortaya çıkan ifadeye Gini kat sayısı adı verilmektedir. Gelir dağılımı nüfus arasında eşit dağılmakta ise Mutlak Eşitlik Doğrusu ve Lorenz Eğrisi çakışmakta ve bütün değerleri birbirine eşit olmakta ve Gini Katsayısı da SIFIR çıkmaktadır.

$$\text{Gini Kat Sayısı} = \frac{A}{A+B}$$

$$0 < \text{Gini Katsayısı} < 1$$

Gini katsayısı sıfır olduğu durumda ekonomide Mutlak Eşitlik söz konusu olmakta ve ifade edildiği üzere örneğin gelirin % 30 luk kısmını nüfusun % 30 luk kısmı almaktadır. Gini katsayısı 1 olduğu durumda ise gelir dağılımında eşitsizlik artmakta ve gelir dağılımında bozulma yaşanır.

2.12.4.1. Türkiye’de kişisel gelir dağılımı

Türkiye’de yıllık olarak yaşam koşulları ve gelir dağılımı araştırması TÜİK tarafından yapılır. Bu araştırmalarda ülke sınırları içindeki tüm bireyler ve yerleşim yerleri dikkate alınır. TÜİK tarafından 2015 yılında 23676 hane halkına anket uygulanmış ve elde edilen veriler ışığında şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Gini katsayısının ölçümü 2002 – 2005 yılları arasında Hane Halkı Bütçe Araştırması anketine göre yapılmıştır. 2006 yılından sonra ise farklı bir yöntemle araştırma yapılmıştır. Bu yüzden yöntem farklılıkları sebebiyle 2002 - 2005 dönemi elde edilen veriler ile 2006 – 2015 yılları arasında elde edilen veriler arasında birebir kıyaslama yapmak doğru değildir.

Türkiye’de yıllar itibariyle Gini katsayısında önemli oranda bir değişme olmadığını görülmüştür. Gini Katsayısının ortalama olarak 0.40 dolaylarında yerleşmiştir. Gini Katsayısının 0.40 olması durumu gelir dağılımında bozukluk olduğunu göstermektedir ekonomide eşitsizlik durumu söz konusudur.

Türkiye’de 2013 yılından 2014 yılına geçtiğimizde Gini katsayısında bir azalma olmuştur ve gelir dağılımı daha adaletli bir hal almıştır ancak 2015 yılına geldiğimizde yeniden Gini katsayısında bir artış görülmüş ve gelir dağılımı yeniden bozulma eğilimine gitmiştir 2016 sonuçlarına baktığımız zaman ise Gini katsayısı 0.007 puan artış ile 0.404 olarak tahmin edilmiştir. Toplumun tüm kesimleri gelir dağılımından eşit pay alırsa tüketim tüm bireylere yayılacak ve bu nedenle tüketim harcamaları artar.

Uluslararası yapılan araştırmalara bakıldığında ülkemiz uluslararası göstergelere göre gelir dağılımı adaletsizliği açısından bakıldığında gelişmiş ve Avrupa ülkeleri içerisinde son sıralarda yer almakta iken Dünya geneline baktığımızda ise orta sıralarda yer alır.

2.12.4.2. Türkiye’de fonksiyonel gelir dağılımı

Bir ülkede gerçekleşen üretim süreci içerisinde ortaya çıkan gelirin üretim faktörleri arasındaki dağılımını fonksiyonel gelir dağılımı gösterir (Alper ve Tokol, 2012: 120).

2006 yılından günümüze kadar gelindiğinde üretim faktörleri içerisinde en yüksek gelir elde eden faktör emek faktörüdür. Türkiye’nin nüfusuna bakıldığında üretim faktörlerinin bireyleri arasından en büyük ağırlığını emek faktörü elde eden bireyler oluşturmaktadır bu yüzden emek faktörünün aldığı pay olan ücret gelirin yüksek olması

beklenen bir sonuçtur. Fonksiyonel Gelir Dağılımına bakıldığında ücret geliri 2015 yılına kadar artarak ilerlemiş ancak 2016 yılına gelindiğinde gelir içindeki payı 52.5 den 52.2 ye gerilemiştir. İkinci olarak üretim faktörlerinden girişimcinin aldığı getiri olan karlar önemli bir paya sahiptir. Ancak yılları itibariyle bakıldığında 2006 yılından 2015 yılına doğru girişimcinin aldığı getiri giderek azalmıştır. Bunun azalmanın temelinde nüfus içerisinde ki girişimci miktarındaki azalma veya girişimcinin piyasanın risk içermesi dolayısıyla daha düşük getirili işlere yönelmesi gibi nedenler olabilir. Şaşırtıcı bir şekilde 2016 yılına gelindiği zaman 2015 yılında 18.8 iken girişimcinin aldığı pay 19.8 e çıkmıştır. Rant gelirlerinde dalgalanmalar olmuş ancak genel itibariye 3.1 seviyesinde kalmıştır. Sermayenin getirisi olan faiz gelirleri yıllar itibariyle ciddi bir düşüş yaşamıştır. Bu üretim faktörleri arasında en düşük pay faiz gelirlerinin olmuştur.

Sonuç olarak bir ekonomide fonksiyonel gelir dağılımı düzeldikçe tüketim harcamaları artar. Birçok unsur etkilemekle birlikte tüketim harcamaları içerisindeki önemli bir paya sahip üretim faktörü olan emek faktörü ve aldığı getiri olan ücretlerdir. Emek faktörünün milli gelirden aldığı pay olan ücret arttıkça tüketim harcamaları artacaktır.

2.12.5. Finansal Aktifler

Bireylerin sahip olduğu nakit, vadeli ve vadesiz mevduat, hisse senedi, tahvil gibi varlıklar finansal aktifler olarak adlandırılır. Bu finansal aktiflerin tüketim harcamasına olan etkisinin analizinde çok aktif değere nakit, vadeli vadesiz mevduat sahip olunması halinde tüketim harcamalarında artış olacaktır gibi bir kanı tam anlamıyla doğru değildir.

Tüketim harcamaları ve finansal aktiflerin ilişkisinde belirleyici ve dikkate alınması gereken kavram finansal aktiflerin reel getirisidir. Temel olarak iki durumdan söz etmek mümkündür.

I. Fiyatlar genel seviyesinde artış yaşandığı zaman finansal aktiflerin reel değerinde bir düşüş yaşanır. Bu nedenle tüketim harcamaları azalır. Aksi durumda ise fiyatlar genel seviyesinde bir düşüş yaşanması halinde bireylerin sahip olduğu finansal aktiflerin reel değeri ve buna bağlı bireylerin tüketim harcamalarında artış yaşanır. Finansal aktiflerin reel olarak değer kazanmasıyla tüketimde artışa yol açmasına Pigou Etkisi adı verilir.

II. İktisatın temel görüşlerinden biri piyasa faiz oranları ile finansal aktiflerin değeri yani tahvilin fiyatı arasında ters orantı bulunmasıdır. Piyasada faiz oranlarında artış yaşandığı

zaman tahvilin fiyatında bir düşüş meydana gelir ve bu nedenle tüketim harcamaları azalır. Aksine piyasada faiz oranlarında bir düşüş yaşandığında tahvilin fiyatında bir artış yaşanır ve buna bağlı bireylerin tüketim harcamaları artar. Piyasa faiz oranları ile finansal aktif arasında bulunan ilişki nedeniyle tüketim harcamalarında meydana gelen değişikliklere Meltzer Etkisi adı verilir.

2.12.5.1. Vergi indirimleri

İktisat biliminde vergi oranlarının yüksek olması ve artan oranlı olmasının bireylerin tüketim, tasarruf ve yatırım davranışlarını değiştirmektedir ve bu değişimin Ulusal hasıla artış hızını düşüreceği öngörülmektedir.

Tüketim harcamalarının üzerinde vergi oranlarının etkisinin incelenmesi önemli bir konudur. Vergilerin ekonomik piyasayı nasıl etkilediğine dair görüşlerin analizi yapılırken daha çok vergi indirimleri üzerinde çalışmalar yapılmıştır. İktisatçıların vergilendirmede indirim yaparak ulaşmak istediği sonuç hane halkını, bireyleri ve diğer ekonomik birimlerin kararlarını etkileyerek ekonomik sistem içerisinde, üretimde, tüketim harcamalarında ve hatta vergi gelirinde artış sağlanmasına yönlendirmektir.

Vergi indirimleri düşünürlerin geçmişte de önerdiği bir politikadır. Vergi indirimleri ile ilgili olarak klasik iktisadın kurucusu olan Adam Smith'in de görüşleri de vardır. Smith bu konuda şunları söylemiştir: “Yüksek vergiler bazen vergilendirilmiş malların tüketimini azaltır, bazen de kaçakçılığı teşvik eder, hükümetlerin normal zamanlarda toplayabildiklerinden daha az vergi toplamalarına yol açar” (Kellner, 1982: 15).

Hailstones (1982) vergi indirimleri kişiler ve firmalar daha fazla mal ve hizmet satın almalarına neden olarak harcamayı artırıcı bir etki meydana getireceği üzerinde durmuştur. Ona göre vergi indiriminden kaynaklanan vergi azalması; harcamaların artmasıyla birlikte mal ve hizmet alımına, dolayısıyla GSMH'de artışa neden olur. Bu durum ortaya çıkan vergi kaybını telafi eder. Toplam talepteki artış vergi indirimlerinden daha fazla olur. Zira vergi indirimi hem kişiler hem de firmaların vergi sonrası gelirlerini artırır (Hailstones, 1982: 242).

Ricardo Barro Denklik Hipotezi

Reel kamu harcamaları devletin uygulama, karar ve politikalarının ekonomik karar alma birimleri olan bireyler ve kurumların ekonomiye ilişkin kararları üzerindeki etkisinin ölçülmesinde kullanılan en belirleyici göstergedir.

Devlet ekonomiye canlılık kazandırmak ve harcamaları artırmak için vergi indirimi yapma yoluna başvurabilir. Bu durumda bireylerin elinde daha çok harcama imkanı bırakılır ve bireyler elde ettikleri gelirlerden eskiye göre daha düşük miktarda vergi öderler. Dolayısıyla ekonomide devletin toplamadığı vergiler bir bütçe açığını ortaya çıkarmaktadır. Bireyler ortaya çıkan bütçe açığının borç ile kapatılacağını bu borçlarında ilerde vergi artışıyla karşılanacağını tahmin ederler. Bu nedenle ellerine geçen ek paraları harcamayarak ilerde ödeyeceklerini düşündükleri vergiler için tasarruf etmektedirler.

Ricardo- Barro hipotezine göre vergi oranlarında yaşanan düşüş sebebiyle ekonomik karar birimlerine hane halkları ve kurumlara aktarılan paralar beklendiği şekilde piyasaya harcama olarak çıkmaz ve beklenen etkiyi yaratmaz.

Buna ek olarak uzun dönemde devletin kamu açıklarını kapatmak için borç verilebilir fonlar piyasasına girer ve ek talep yaratarak faiz oranlarının yükselmesine neden olur. Bunun sonucunda özel kesimin yatırımlarını düşürücü bir etki yaratmaktadır bu etkiye dışlama etkisi (crowding out) etkisi denilmektedir.

Bireyler ve kurumlar rasyonel davranış göstererek uzun dönemde kamu açıklarının vergilerle kapatılacağını tahmin ederler ve bu yeni düzenlenen vergileri karşılayabilmek için harcamalarını vergi oranı düşer düşmez azaltarak artan gelirleri ile tasarruflarını artırır ve bu tasarrufları da yatırım yapmak yerine borç verilebilir fonlar piyasasına arz etmektedirler. Devletin ek borçlanma talebi sonucunda borç verilebilir fonlar piyasasına girerek faiz oranlarında artışa yol açmasıyla özel sektör tarafından sağlanan tasarruflarını arz etmesiyle faiz oranları düşmeye başlamaktadır. Sonuç olarak dolayısıyla Ricardo- Barro Denklik Hipotezi vergi indirimleri etkisinin nötr olacağını ifade eder.

Arz Yönlü Ekonomi Yaklaşımı

Vergi indirimleri konusundaki düşünce 1970'li yıllarda yaşanan sorunlar nedeniyle tekrar gündeme gelmiş ve arz yönlü iktisat (supply-side economics) olarak bilinen iktisat teorisinin doğmasına neden olmuştur. Arz yönlü iktisatçılar, bu problemi Laffer eğrisi (Laffer curve) aracılığıyla teorileştirip çözümlenmeye çalışmışlardır. Güney California Üniversitesinde görevli bir iktisatçı olan Arthur Laffer tarafından geliştirilen eğri, "vergi oranları arttıkça hükümetlerin topladığı yıllık gelirlerin verimliliğinin düştüğü" düşüncesine dayanır. (Kyer, 1994: 44).

Arthur Laffer ve birçok iktisatçı tarafından geliştirilen Arz Yönlü Ekonomi yaklaşımı Ricardo- Barro hipotezinin tam aksinin geçerli olduğunu savunmaktadırlar. Laffer'e göre vergi indirimleri sonucunda ekonomik karar alma birimleri harcanabilir gelirlerinde ortaya çıkan artışları tüketime dolayısıyla harcamaya dönüştürürler. Oluşan bu toplam harcama artışı ekonomide talebin artmasına ve ekonominin canlanmasına yol açar. Devletin ekonomiyi canlandırmak adına yapmış olduğu vergi indirimi başlangıçta gelir kayıplarına ve bütçe açıklarına yol açar. Ancak uzun dönemde ekonomide ortaya çıkacak canlanma ve harcama artışı sonucunda bu açıkları kapatacak vergi geliri sağlanacaktır.

Laffer'a (1982) göre; indirimli vergi oranları temel olarak vergi gelirlerini etkiler ama bunların tasarruf ve yatırıma dönüşmesi gerekir. İnsanların daha fazla vergi ödemesi çalışma isteğini azaltır. Zira mükellefler vergi sonrası gelirlerinin ne olduğunu önemserler. Duruma göre çalışma yerine eğlenmeyi, boş durmayı ya da iş değiştirmeyi düşünebilirler. Bir başka deyişle insanlar, durumlarını geriye götürecek bir faaliyet içinde bulunmak istemezler. Bu yüzden vergi sonrası gelirin miktarı kişilerin kararları üzerinde etkili olur (Laffer, 1982: 292).

Arz yönlü iktisadın en önemli öngörülerinden birisi vergi indirimleri sonunda kamu gelirlerinin nispi olarak artacağı yönündedir. Buna bağlı olarak ekonomide verimlilik ve üretim artışının arkasında yer alan en temel kavram vergi oranlarıdır. Hangi ülkede vergi oranları yüksekse o ülkenin verimliliğinin düşük ve vergi oranlarının düşük olduğu ülkelerde ise verimlilik yüksektir ve gelişme eğilimindedir. Arz yönlü iktisatçıların çoğunluğu vergi indirimlerinin vergi gelirlerini artıracığını kabul ederken, bir kısım iktisatçılar daha ihtiyatlı düşünürler ve vergi oranlarında yapılan indirimlerin olumlu olduğunu söylemekle yetinirler (Clodfelter, 1984: 131-132).

Vergi İndirimleri bakımından Ricardo- Barro ve Arthur Laffer Kıyaslaması

Ricardo Barro ve Arthur Laffer bir devletin vergi indirimi yapması durumunda ortaya çıkacak sonuçlar hakkında birbirinin tam aksine görüşlere ve sonuçlara ulaşmıştır. Peki asıl amacımız bir ekonomide devlet tarafından bir vergi indirimi olması durumunda harcamaları nasıl etkilemektedir bu sorunun cevabını bulmaktır.

Laffer ve Ricardo'nun yaklaşımlarının ikisi de aslında doğrudur.

Bazı toplumların gelir düzeyi düşüktür ve az gelişmiş toplumlar olarak ifade edilmektedir. Az gelişmiş toplumların gelir düzeyinin düşük olmasına rağmen marjinal

tüketim eğilimi yüksektir çünkü elde ettikleri gelir düzeyi az miktarda olduğu için gelirin büyük bir kısmını tüketmektedirler ve tasarrufa gelir ayıramamakta veya çok daha az bir kısım ayırmaktadırlar. Bu az gelişmiş ülkelerde Arz Yönlü Ekonomi Yaklaşımı geçerlidir. Düşük gelir grubuna sahip bireyler vergi indirimini dolayısıyla ek gelir elde ettikleri zaman harcamaya dönüştürmektedirler bu da Laffer' in savunduğu görüşü açıklamaktadır. Bu tüketici grubunda harcama eğiliminin yüksekliğiyle orantılı olarak ellerine geçen gelir olduğu gibi harcamaya dönüşmektedir. Aynı zamanda bu az gelişmiş veya gelişmekte olan düşük gelirli toplumların daha ileride oluşabilecek vergi artışları için tüketimden vazgeçebilecekleri bir tasarruf söz konusu değildir.

Ülkemiz 2017 yılında kredi garanti fonunu devreye sokarak ve vergi indirimleri yaparak ekonomiyi canlandırma yoluna girmiştir ve ortaya çıkan büyüme oranlarına baktığımızda bu hamlesinde başarılı olduğu söylenebilmektedir. Bu nedenle Türkiye'de Arz yönlü ekonomik yaklaşımın savunduğu görüşün etkili olduğu söylenebilmektedir. Vergi indirimleri nedeniyle toplam harcamalar artmış ekonomi canlanma sürecine geçmiştir.

Gelir düzeyi yüksek ve gelişmiş olarak tanımlanan toplumlarda Ricardo - Barro etkisi daha çok ön plana çıkmaktadır. Gelir düzeyi yüksek olduğu için bireyler gelirinin büyük bir kısmını sadece tüketime ayırmazlar bu toplumların marjinal tüketim eğilimi değil marjinal tasarruf eğilimi daha yüksektir. Bu gruplarda bulunan bireyler gelirlerinden belli bir oranda tüketim yaptıkları için ve bu tüketim düzeyi onları tatmin ettiği için devletin uygulamış olduğu politika sonucu vergi indirimini yoluna gitmiş olması dolayısıyla ellerine geçen ek geliri de tüketime yönlendirmek yerine tasarruf etmektedirler.

Özetlersek düşük gelir düzeyine sahip az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin toplumlarında Arz Yönlü Ekonomi Yaklaşımı geçerlidir. Ve devlet tarafından uygulanan politika sonucu vergiler indirilerek ekonomiyi canlandırma hedefi gerçekleşmektedir. Bireyler elde ettikleri ek geliri harcayarak toplam harcamayı arttırırlar ve dolayısıyla ileride oluşabilecek bütçe açıklarını önlerler.

Orta gelir düzeyine sahip gruplarda hem Az yönlü ekonomi yaklaşımının sağladığı harcama artışı ve ekonomi canlanması hem de Ricardo – Barro denklik hipotezinin savunduğu vergi indiriminin etkisinin nötr olacağı yaklaşımını karma olarak birlikte görmek mümkündür.

Yüksek gelir düzeyine sahip gelişmiş ülkelerde RİCARDO – BARRO denklik hipotezi geçerlidir. Devlet tarafından uygulanan vergi indirimi sonucunda bütçe açıkları artmaktadır ve bireyler elde ettikleri ek gelirleri harcama yerine tasarruf etmektedirler böylece devletin istediği ekonomide canlanma meydana gelmemektedir ve devlet için vergi geliri kaybı nedeniyle bütçe açığı oluşur.



3. BÖLÜM

3. TÜRKİYEDE TÜKETİMİ BELİRLEYEN FAKTÖRLERİN EKONOMETRİK ANALİZİ

Önceki tüketim teorilerinde incelendiği gibi bireylerin gelirlerinde meydana gelen değişimler tüketimlerini etkiler. Çalışmanın üçüncü bölümünde tüketimi belirleyen faktörlerin ve çeşitli tüketim teorilerinin Mutlak gelir hipotezinin Türkiye ekonomisi için 1962-2004 dönemi verileri ile analizi yapılmıştır.

Bu bölümde öncelikle tüketim harcamaları ve gelir değişkeni arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik literatüre yer verilmiştir. Literatür taramasında birçok tüketim teorisi test edilmiş ve çeşitli değişkenler kullanılmıştır. Ancak çoğunlukla ve doğru sonuçlar veren çalışmalar incelendiğinde gelir ve tüketim değişkeninin ele alındığı görülmüştür.

Ardından kullanılan veri seti ve ekonometrik yöntem tanımlanmıştır. Analiz eş bütünleşme yöntemi yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Tüketim fonksiyonunu belirleyen faktörler uzun dönem ve kısa dönem (hata düzeltme modeli) yardımıyla açıklanmıştır. Son olarak elde edilen sonuçlar değerlendirilerek Türkiye ekonomisi için bir çıkarımda bulunulmuştur.

3.1. Tüketimi Belirleyen Faktörler Ampirik Literatür

Tüketim konusu geçmişten günümüze kadar birçok iktisatçının ilgi alanı olmuştur. Ekonomistler tüketim harcamaları ile ilgili çalışmalar yaparken içinde bulunan dönemi ve bu dönemdeki bireylerin tüketim davranışlarını açıklamaya çalışmıştır.

Teorik iktisatçılar mikro temelli çalışmalarında bireylerin tüketim kalıplarını incelerken tüketici dengesini incelemiş makro ekonomik analizlerde ise istihdam seviyesi gibi değişkenler göz önünde bulundurularak tüketim harcamaları incelenmiştir.

Ekonometrinin gelişmesi ile birlikte tüketim harcamaları sadece sosyal bir bilim olarak değil aynı zamanda veriler yoluyla da ispatlanabilir açıklanabilir üzerinde çalışmalar yapılabilir ve fonksiyonlar ile ifade edilebilir hale gelmiştir. Ekonometri sayesinde tüketim fonksiyon şeklinde incelenmiş aynı zamanda tüketimi etki eden faktörler de ve bu faktörlerin etkileri de analiz edilir hale gelmiştir.

Bu literatür çalışmasında geçmişten günümüze kadar tüketim hakkında yapılan ampirik analizler test edilmiş tüketim fonksiyonları tahmin edilirken bazı bilim adamları bireysel tüketim harcamaları incelerken diğer bilim adamları ise tüketim kavramını toplumsal açıdan ele almıştır.

Çalışmanın bu bölümünde Tüketim fonksiyonunu belirleyen değişkenler incelenmiş ve bu alanda yapılan çalışmalara değinilmiştir. Bu yüzden ampirik literatür incelenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Friedman (1957) sürekli gelir hipotezi tüketim teorileri adlı kitabında bütçe ve zaman serisi analizi ile ABD'de farklı dönemlere ait tüketim fonksiyonlarını tahmin etmiştir. Bu analizinde 1888- 1950 dönemleri için bütçe çalışmaları gerçekleştirilmiş ve ABD'de yaşayan bireylerin tüketim fonksiyonunu elde etmiştir. Analizin sonucuna göre tahmin edilen tüketim fonksiyonlarının marjinal tüketim eğilimi 0.67 ile 0.79 arasında değer almıştır. Marjinal tüketim eğiliminin bu değerler arasında olması ABD'de tüketim harcamalarının yüksek olduğu anlamına gelir marjinal tasarruf eğiliminin ise düşük olduğu anlamına gelir. 1944 yılına gelindiğinde 2. Dünya Savaşı sırasında bireylerin marjinal tüketim eğilimi düşmüş bireyler gelirlerini tasarruf etme kararı almışlardır. Bu nedenle marjinal tüketim eğilimi 0.57 dolaylarında hesaplanmıştır bu değer daha önceki yıllarda hesaplanan marjinal tüketim eğiliminden daha düşük seyretmiştir. Bireyler ihtiyatlı davranmak isteyerek gelirlerinin bir kısmını tasarruf ederler. ABD'de çiftçi olarak geçimini sağlayan ailelerin marjinal tüketim eğilimi düşük seyrederken çiftçi olmayan ailelerin marjinal tüketim eğilimi 0.75 olarak hesaplanmıştır. Friedman kentsel nüfus ve kırsal nüfus da yaşayan bireylerin 1935 ve 1947 yılları arasında tüketim fonksiyonlarını tahmin etmiştir. 1948'de 1950 döneminde hem kentsel nüfus da yaşayan bireylerin hem kırsal nüfus da yaşayan bireylerin ortalama tüketim eğilimi daha önceki yıllara göre daha yüksek hesaplanmıştır. Friedman'a göre cari dönem geliri ile cari tüketim arasındaki ilişki kırsal nüfusta yaşayan bireyler için hava koşullarına tarımsal ürünlerin fiyatlarındaki dalgalanmalara göre değişir.

Friedman yaptığı diğer bir çalışmada 1929-1949 dönemlerini kapsar bu dönemler için Friedman zaman serilerinde kullanarak ABD ye ait tüketim fonksiyonunu elde etmiştir ulaşılan sonuçlara göre marjinal tüketim eğilimi 0.45 ve 0.93 değerleri arasında bulunmuştur. Bilindiği gibi 1929 yılı dünyada büyük buhran dönemi olarak gerçekleşmiş marjinal tüketim eğilimi de büyük buhran döneminde düşük seyretmesine rağmen uzun dönem zaman serisi ise dikkate alındığında daha yüksek değerlere ulaşmıştır.

Nispi Gelir Hipotezini Singh ve Kumar (1971), Duessenberry Eckstein Fromm ve Davis in yaptığı çalışmalar ile Kanada Finlandiya Hindistan Japonya Filipinler İsveç İngiltere ve ABD üzerinde etkisi araştırılmış ve 1951 1968 dönemini kapsayan bu analiz zaman serileri analizi ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonucunda bireylerin tüketim alışkanlıklarının bireylerin tüketim harcamalarının belirlenmesinde önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Bireylerin yapmış olduğu tüketim harcamaları bireylerin içinde bulunduğu durumu ve hayat standartlarını etkilemiş çalışma yapılan bütün ülkelerde nispi gelir hipotezi bireylerin tüketim davranışlarını açıklama konusunda başarılı sonuçlar verdiği ortaya çıkmıştır ancak yapılan analizin diğer bir sonucu ise Japonya'nın diğer ülkelere kıyasla kısa dönem marjinal tüketim eğiliminin düşük olması 0.15 uzun dönem marjinal tüketim eğilimi ise 0.81 olarak hesaplanması göze çarpmıştır aynı çalışmada İngiltere açısından bakıldığında kısa dönem marjinal tüketim eğilimi 0.63 iken uzun dönem marjinal tüketim eğilimi 0.93 tür Kanada'da ise kısa dönem marjinal tüketim eğilimi 0.76 uzun dönem marjinal tüketim eğilimi 0.94 olarak hesaplanmıştır son olarak ABD'de kısa dönem marjinal tüketim eğilimi 0.62 uzun dönem marjinal tüketim eğilimi ise 0.93 olarak hesaplanmıştır.

Bu çalışmanın diğer önemli bir sonucu da Hindistan'daki marjinal tüketim eğilimi 0.93 Guatemala marjinal tüketim eğilimi 0.97 ve Honduras marjinal tüketim eğilimi 0.95 olarak hesaplanmış olmasıdır. Bu çalışmadan hareketle gelişmiş ülkeler ve gelişmemiş ülkeler veya gelişmekte olan ülkeler arasında marjinal tüketim eğilimleri arasındaki ilişki hakkında yorum yapılır olduğu görülmüştür. Gelişmemiş ekonomiler olan Hindistan gibi ülkelerde bireyler gelişmiş ülkelerdeki tüketim kalıplarını taklit eder ve de bireyler gelirlerinin tamamına yakın bir kısmını tüketim ayırdıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda gelişmemiş ülkelerde marjinal tasarruf eğilimi çok düşüktür. Singh ve Drost nispi gelir teorisine ek olarak sürekli gelir teorisine de analiz etmişler ve marjinal tüketim eğilimlerini karşılaştırarak yorumlamışlardır elde edilen sonuçlar da uzun dönemde sürekli gelir hipotezi ve nispi gelir hipotezi ne birbirlerine benzedikleri ortaya çıkmıştır.

Pressman (1997), adil gelir dağılımı ve tüketim arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Keynes'in bu konudaki analizi ise toplumdaki bireylerin gelirden eşit pay alması ve gelirin adil dağılması sonucunda toplumun gelirden en düşük pay alan yüzde 20 sinde ellerine geçen para miktarı artmasıyla bu kişilerin marjinal tüketim eğilimi artacak ve dolayısıyla tüketim düzeylerinin artacağı yönündedir. PressMan 1967 ile 1983 yılları arasında ABD nin gelir dağılımı ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla yıllık veri seti kullanarak standart en küçük kareler yöntemi ile ampirik bulgular ortaya çıkarmıştır. Ayrıca çalışmada

marjinal tüketim eğiliminin yanı sıra ortalama tüketim eğiliminin de nasıl etkilendiği araştırılmıştır. Gelir dağılımının etkilerini incelemek için hipoteze gini katsayısı eklenmiş ve ortalama tüketim eğilimi bağımlı değişken olarak kullanılarak çeşitli modeller tahmin edilmiştir. Bunun sonucunda gelir dağılımının etkisini gösteren gini katsayısı - 3.6 olarak tespit edilmiştir. Gelir dağılımının tüketim üzerinde büyük bir etkisi olduğunu söylenebilir ve gelir dağılımında adaleti ne kadar sağlanırsa efektif talep ve dolayısıyla tüketim harcamaları da o kadar artar.

Ziliak (1997), sürekli gelir hipotezi 1977 ve 1986 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri yıllık verilerini kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada tüketim kararı için zamanlar arası logaritmik lineer yaklaşımı kullanılmış sürekli gelir hipotezi tüketim harcamalarında etkisi analiz edilmiştir. Ayrıca bireylerin servet değişkeni tahmin edilmiş ve tüketim harcamalarında sürekli gelir hipotezini önemi etkili olup olmadığı araştırılmıştır. Analizde kullanılan bireysel tasarruf değişkeni bireyin servetinde meydana gelen değişme olarak ifade edilmiş, karma tüketim serisi değişken bireysel tasarruf ve kullanılabilir gelir arasındaki farktan hareketle ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre tüketim harcamalarında önemli bir paya sahip olan gıda tüketimi sürekli gelir hipotezinin tersine daha düşük düzeyde tüketim düzleştirmesi gerçekleştirir yani sürekli gelir hipotezi de yaşanan gelir değişimlerine karşı gıda tüketimindeki değişmeler aşırı etkilememektedir. Sonuç olarak sürekli gelir hipotezi gıda tüketiminde reddedilmez ki hem tahmini tüketim hem de karma tüketim gibi ölçütlere bakıldığında reddedilmiştir.

3.1.1. Mutlak Gelir Teorisine İlişkin Çalışmalar

Türkiye’de Mutlak Gelir Teorisini analiz eden çalışmacılardan biri Sinan Temurlenk’dir. Temurlenk yapmış olduğu analizde 1964-1988 yıllarının verilerini kullanarak Mutlak Gelir Hipotezini test etmiştir.

Tüketim fonksiyonu

$$C_t = b_0 + b_1 Y_t + u_t \quad (b_0 > 0, 0 < b_1 < 1)$$

Şeklinde oluşturulmuş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır.

$$C_t = 161,6 + 0.813 Y_t \quad R^2 = 0.976 \quad F=910$$

Modelde b_0 olarak ifade edilen otonom tüketim harcamaları 0.05 önem düzeyinde sıfırdan farksız bulunmuştur. Bu şu anlama gelir bireylerin geliri olmasa dahi yapmış oldukları tüketim düzeyini gösteren otonom tüketim kavramı literatürdeki ile benzerlik göstermiştir.

Mutlak Gelir Teorisine ilişkin bir diğer çalışmada Mehmet Özmen' e aittir. Özmen 1950-1954 yıllarında Türkiye için tüketim fonksiyonunu yıllık veriler kullanarak test etmiştir.

Analizde kullanılan değişkenler

GSYİH(Y_t) değerleri cari fiyatlarla milyar tl olarak alınmıştır

İkinci değişken olarak ise özel tüketim harcamaları milyon tl olarak kullanılmıştır.

Verilerin enflasyondan arındırılmasında ise 1968 bazlı tüketici fiyat endeksi kullanılmıştır.

Özmen Keynesyen Mutlak Gelir Teorisini test etmek için ;

$$C_t = \alpha_0 + \beta_0 Y_t + \varepsilon_t$$

$$C_t = 0,0429 + 0,9441 Y_t$$

$$(-1,3086) \quad (146,55)$$

Denklemlerini kullanmıştır.

Keynesyen Mutlak Gelir Teorisinin analizinde otonom tüketimi gösteren α_0 değerini 0,0429 olarak bulunmuş marjinal tüketim eğiliminin ise 0.9441 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Modele bakıldığında gelir değişkeni tüketim değişkenini açıklamakta önemli bir payı olduğu sonucuna varılmıştır. Bağımsız değişken olan Y_t nin işareti teoriye uygun olarak beklendiği gibi pozitif çıkmıştır. Bu gelir ve tüketim değişkenleri uzun dönemde birbirlerini açıklamaktadır ve dengeye yaklaşmaktadır. Bu gelir ve tüketim değişkenlerin kat sayısının 1' e yakın değer almış olması koentegresyon ilişkisinin olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Modelin test sonuçları istatistiki açıdan bakıldığında Mutlak Gelir Teorisini doğrulamaktadır ve teoriye uygun sonuçlar bulunmuştur.

3.1.2. Nispi Gelir Teorisine İlişkin Çalışmalar

Nispi Gelir Teorisine ilişkin çalışmalarda Temurlenk 1964-1988 yılları arası veriler kullanılarak test etmiş ve şu sonuçlara ulaşmıştır.

Duessenberry' nin kısa ve uzun dönem tüketim davranışlarının etkilerini birlikte inceleyen modeli kullanılmıştır.

$$C_t = b_0 + b_1 Y_{t+} + b_2 (Y_t - Y_t^*) + \varepsilon_t$$

Bu modele göre $(Y_t - Y_t^*)$ gelirin zaman için sürekli artışına bağlı olarak bireylerin şimdiye kadar ulaştıkları en yüksek gelir her zaman için son dönemin gelirdir varsayımına dayanarak analiz edilmiştir. Çünkü teori kısmında anlatıldığı gibi bireylerin bu dönemki geliri düşse dahi bireyler daha önce ulaştıkları maximum tüketim seviyesinden vazgeçmek istemez ve yapmış oldukları tüketim harcamalarını sürdürmeye devam eder.

$$Y_{\max} = Y_{t-1}$$

$$(Y_t - Y_t^*) = Y_{t-1}$$

Modelde b_0 otonom tüketim düzeyini b_1 ise uzun dönem marjinal tüketim eğilimini b_2 , $(Y_t - Y_t^*) > 0$ olduğunda bireyin daha önce ulaşmış olduğu en yüksek gelir seviyesine göre gelirdeki artışı göstermektedir. Ayrıca $(Y_t - Y_t^*) < 0$ olduğunda bireyin daha önce ulaşmış olduğu en yüksek gelir seviyesine göre gelirden azalış olduğunu göstermektedir ve kısa dönem marjinal tüketim eğilimini temsil etmektedir. Modelde b_1 katsayısının uzun dönem ortalama tüketim eğilimine yakın bir sonucu göstermesi ve kısa dönem marjinal tüketimin uzun dönem marjinal tüketim eğiliminden küçük çıkması gerekmektedir bu nedenle $b_1 > b_2$ olması gerekmektedir.

Modelin analizinde 1964-1988 yıllık verileri kullanılarak şu sonuçlara ulaşılmıştır.

$$C_t = 163,8 + 0,813Y_t + 0,799(Y_t - Y_t^*)$$

$$(1,69) \quad (28,0) \quad (8,22)$$

$$R^2 = 0,976 \quad F = 435 \quad d = 1,00$$

Modelin yorumlanmasında $b_0 = 163,8$ ifadesi bireylerin geliri olmasada tüketim harcamasında bulunduğunu yani otonom tüketimi ifade etmektedir. Y_t değerinin katsayısı marjinal tüketim eğiliminin 0,813 olduğunu göstermektedir. Teoride beklenen sonuçlara göre marjinal tüketim eğiliminin 1 den küçük olması beklenmektedir. Ve yapılan analiz sonucuna göre Türkiye’ de 1964- 1988 yılları arasında marjinal tüketim eğilimi yüksektir. Buradan hareketle aynı zamanda şu sonuçlara da ulaşılmaktadır.

Türkiye’nin analiz yılları arasında marjinal tasarruf eğilimi düşüktür ve $c+s = 1$ denklemi ile marjinal tüketim eğilimi ve marjinal tasarruf eğiliminin toplamı 1 i vermektedir. Buradan hareketle $c=0,813$ olduğuna göre $s=0,187$ olarak bulunmaktadır.

Modelin açıklayıcılık gücünü ifade eden R^2 değerinin 0,976 olması gelir değişkenin tüketim değişkenini açıklama gücünün yüksek olduğunu göstermektedir. Kat sayılar istatistiki olarak anlamlıdır. Ve model t değerleri bakımından anlamlıdır.

Nispi Gelir Teorisinin Türkiye için test edilmesine bir diğer bakış açısı da Özmen’in yaptığı analizdir. Özmen 1950- 1994 dönemi verilerini kullanarak analizini gerçekleştirmiştir.

$$C_t = \alpha + \beta_1 Y_t + \beta_2 Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

$$C_t = 0,0428 + 0,9513 Y_t - 0,0072 Y_{t-1}$$

$$(-1,1936) \quad (11,63) \quad (-0,089)$$

Modelin sonuçlarına bakıldığında Duessenberry’nin ortaya çıkarmış olduğu Nispi Gelir Teorisinde katsayıların anlamlılığı için 0.05 seviyesinde bakıldığında Y_t değişkeninin C_t değişkenini açıklamak için katkısı olduğu yani katsayının anlamlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Y_{t-1} değişkeninin C_t değişkeninin istatistiki anlamına bakıldığında açıklamada bir katkısının olmadığı anlaşılmıştır. Ve modelde birinci derece otokorelasyon sorunu ortaya çıkmıştır.

3.2. Veri ve Yöntem Tanımlaması

Türkiye’de tüketim harcamaları ve gelir arasındaki ilişkiyi incelemek için iki değişken kullanılmıştır. Tüketim harcamalarını belirtmek için nihai tüketim harcamaları değişkeni geliri belirlemek için ise Gayri safi yurt içi hasıla değişkeni kullanılmıştır. Ayrıca modelde 1989 yılında sermaye hareketlerinin serbestleşmesinin etkisi göz önünde bulundurmak için

kukla değişken kullanılmıştır. Türkiye’de tüketim harcamaları ve gelir arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla öncelikle Engle- Granger (1987) tarafından bulunan yöntem kullanılmıştır.

Engle Granger eş bütünleşme analizi iktisadi değişkenlere ait seriler durağan olmadığı durumda da bu serilerin durağan doğrusal bir kombinasyonunun olabileceği belirtir. Serilerin doğrusal durağan bir kombinasyonu olması durumunun da ekonometrik olarak analiz edileceğini ileri sürmektedir. Bu değişkenleri etkileyen kalıcı dışsal şoklara rağmen değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinin olduğunu göstermektedir. Analiz edilen değişkenler arasında eş bütünleşme olması için kalıcı dışsal şokların olması durumunda bu şokların sistemdeki değişkenlerin tümünü etkilemesi gerekmektedir. Diğer bir deyişle incelenen sistemdeki bütün değişkenlerin kendilerini ayrı ayrı etkilemekte olan her biri kendine özgü dışsal kalıcı şoklara değil bütün değişkenlerin beraber olarak etkilendiği ortak kalıcı dışsal şoklar stokastik trendlere sahip olmaları gerekir (Tarı, 2008:406).

Eş bütünleşme ve hata düzeltme modelleriyle analiz yapılmıştır. Amprik analiz 4 aşamalı süreçten oluşmaktadır. İlk aşama olarak modelde yer alan değişkenlerin bütünleşme sırası belirlenir. Daha sonrasında bütünleşme dereceleri aynı olan değişkenler En Küçük Kareler Yöntemi (EKKY) yardımıyla eş bütünleşme regrasyonları tahmin edilir. Bu bağlamda bu çalışmada Engle- Granger (1987) modeli uygulanarak modeldeki değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin var olup olmadığını CRDW (Cointgration Regresion Durbin Watson) ve Dickey Fuller (DF) testleri ile araştırılarak analiz edilmiştir.

Türkiye’de tüketim fonksiyonunu belirleyen değişkenler ve tüketim harcamaları gelir arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla kullanılan nihai tüketim harcamaları (nth), gelir(Gsyih) serilerine ilişkin veri seti 1962-2014 yılları arasına ait olup Türk lirası olarak analize dahil edilmiştir. Söz konusu veri seti The World Bank ve TCMB, EVDS (Elektronik Veri Dağıtım Sistemi) den (2018) yılında elde edilmiştir.

Çalışmada kullanılan nihai tüketim harcamaları ve gayri safi yurt içi hasıla değişkenleri analize dahil edilmeden önce logaritmik dönüşümü yapılmıştır. Veriler yıllık olduğu için mevsimsellik etkisi görülmemiştir. Modeldeki değişkenlerin Dickey Fuller (DF) testi ile bütünleşik $I(1)$ değişkenler olduğu belirlenmiş ve eş bütünleşme denklemi logaritmik doğrusal olmak üzere şu şekilde tanımlanmıştır;

$$\text{Ln}n_{t} = \beta_{0} + \beta_{1}\text{lnGSY}\ddot{I}H_{t} + \beta_{2}\text{K1989} + e_{t} \quad (1)$$

Bu modeldeki değişkenler şu şekilde tanımlanmıştır. $\ln NTH$: logaritmik dönüşümü yapılmış nihayi tüketim harcamalarını; $\ln GSYİH$ ise, logaritmik dönüşü yapılmış gayrisafi yurtiçi hasılayı temsil eder. K_{1989} , sermaye hareketleri üzerindeki kısıtların kaldırıldığı yılı gösteren kukla değişkeni ifade eder. Analizde kullanılan değişkenlerin durağan olup olmadıklarına karar verebilmek için Denklem 1'in hata terimleri serisine ADF (Augmented Dickey_Fuller) testi uygulanması gerekir. Hata terimleri serisinin durağan olması halinde söz konusu değişkenlerin eş bütünleşik olduğuna karar verilir. Aksi durumda hata terimleri serisi eğer durağan değilse değişkenlerin eş bütünleşik olmadığı sonucuna varılır.

Enders'a (Enders: 2004, 336) göre, e_t serisinin regresyon denklemi şu şekilde ifade edilmiştir.

$$\Delta e = a_1 e_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Burada, $a_1 = 0$ hipotezi reddedilmiyorsa e_t serisinin birim köke sahip olduğu ve bu yüzden değişkenlerin eş bütünleşik olmadıkları yönünde karar verilir.

Ancak $a_1 = 0$ hipotezi reddediliyorsa e_t serisinin durağan olduğu ve böylece değişkenlerin eş bütünleşik olduğu sonucuna varılır.

Serilerin eş bütünleşik olduğunun saptanması durumunda kısa dönem dinamiklerinin hata düzeltme modeli ile araştırılması sürecine geçilir. Tüketim harcamaları ve gelir ilişkisinin incelendiği modelde, hata terimi (error correction term = ECT), $\ln th$ değişkenin kısa dönemdeki davranış biçiminin uzun dönemdeki davranış biçimiyle ilişkili olduğunu ve uzun dönem denge düzeyinde oluşan sapmaların ne kadar sürede ortadan kaldırılacağını belirtmektedir.

Bu duruma göre 3. Model oluşturulmuştur.

$$\Delta \ln th_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln GSYİH_t + \beta_2 K_{1989} + \alpha e_{t-1} + \varepsilon_t \quad (3)$$

Bu analizde Δ , değişkenlerin birinci dereceden farkının alındığı göstermektedir. e_{t-1} regresyon kalıntı değerinin bir dönem gecikmeli değerini göstermekte ve uzun dönem denge değerinin ampirik tahmini ifade etmektedir. α değişkeni uzun dönem dengesine doğru olan uyarılama hızını ε_t değişkeni ise hata terimini göstermektedir. Model istatistiki olarak anlamlı ise, $\ln th_t$ 'de 1 dönemde ortaya çıkan dengesizliğin ne kadar süre sonra ortadan kalkacağını belirtmektedir.

3.3. Uygulama ve Bulgular

Analizin veri ve yöntem kısmında anlatıldığı gibi durağan olmayan zaman serileri ile tahmin edilen modellerde düzmece regresyon sorunu ile karşılaşılır. Bu regresyon sorunuyla karşılaşılması sebebiyle (Engle Granger ve Newbolt, 1974), elde edilen sonuçların gerçek ilişkiyi yansıtmaz. Bu durumda t ve f testleri sonuçları geçerliliği yitirir. Sonuç olarak durağan olmayan zaman serileri ile yapılan regresyon analizlerinin anlamlı olması ve gerçek değerleri yansıtmaması sadece bu zaman serilerinin aynı dereceden durağan olduğu durumda mümkün olur (Gujarati,1999:726). Bir zaman serisinin durağan olabilmesi için ortalaması ile varyansının zaman içinde değişmemesi ve iki dönem arasındaki kovaryansının bu kovaryansın hesaplandığı döneme değil de yalnızca iki dönem arasındaki uzaklığa bağlı olması gerekir (Gujarati,1999:713).

3.3.1. Ön Testler ve Analiz (ADF Birim Kök Testi)

Bu çalışmada incelenen değişkenlerin durağanlık düzeyleri Dickey- Fuller(1979) testiyle belirlenmiştir. Söz konusu test üç regresyon denklemine bağlı gerçekleştirilir:

1.Yalın hali :

$$\Delta Y_t = \gamma Y_{t-1} + u_t \quad (5)$$

2.Sabit terimli :

$$3. \Delta Y_t = \alpha_0 + \gamma Y_{t-1} + u_t \quad (6)$$

Sabit terimli ve trendli :

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \gamma Y_{t-1} + u_t \quad (7)$$

Bu testlerin sonucunda DF istatistikleri MacKinnon kritik değerleriyle karşılaştırılarak ;

Sıfır hipotezi ($H_0: \gamma = 0$), alternatif hipoteze karşı ($H_1: \gamma \neq 0$) test edilir. Sıfır hipotezi serinin durağan olmama durumunu ifade eder. Ve sıfır hipotezi serinin birim köke sahip olduğunu anlatır. Alternatif hipotez ise serinin durağan olduğu durumu yansıtmakta ve serinin birim köke sahip olmadığını ifade eder. Bu analiz sonucunda hata terimi u_t içsel bağlantılı ise denklem (7) yeniden düzenlenmiştir.

m

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \gamma Y_{t-1} + \beta_t \sum \Delta Y_{t-1} + u_t \quad (8)$$

i-1

Bu denklemde m gecikme uzunluğunu, Δ farkı alındığını belirtmektedir. Gecikme sayısı içsel bağıntısız modelin elde edilmesine bağlıdır. Bu şekilde yapılan test Genişletilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller: ADF) testi olarak bilinir. ADF test sonuçlarının sunulduğu tabloda bütün değişkenlerin birinci farkı alındığında durağan olduğu test edilmiştir.

Tablo 3.1. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

1962-2004				
Sabit Terimli Model (Intercept)				
Değişken	ADF Testi	Kritik Değerler		
		%1	%5	%10
LGSYIH	-1.682000 [1]	-3.565430	-2.919952	-2.597905
LNTH	-1.864764 [1]	-3.565430	-2.919952	-2.597905
DLGSYIH	-12.85665 [0]	-3.565430	-2.919952	-2.597905
DLNTH	-10.90929 [0]	-3.565430	-2.919952	-2.597905

Tablo 3.2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları Sabit Terimli ve Trendli (Intercept and Trend)

1962-2004				
Değişken	ADF Testi	Kritik Değerler		
		%1	%5	%10
LGSYIH	-1.667632[1]	-4.148465	-3.500495	-3.179617
LNTH	-3.267741[0]	-4.144584	-3.498692	-3.178578
DLGSYIH	-12.85450[0]	-4.148465	-3.500495	-3.179617
DLNTH	-6.971210[2]	-4.156734	-3.504330	-3.181826

Tablo 3.3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları Sabit Terimsiz ve Trendsiz (None)

1962-2004				
Değişken	ADF Testi	Kritik Değerler		
		%1	%5	%10
LGSYIH	0.569789 [1]	-2.611094	-1.947381	-1.947381
LNTH	0.473746 [1]	-2.611094	-1.947381	-1.612725
DLGSYIH	-12.83196 [0]	-2.611094	-1.947381	-1.612725
DLNTH	-10.89144	-2.611094	-1.947381	-1.612725

Not: Parantez içinde ifade edilen değerler, değişkenlerin akaike bilgi ölçütüne göre belirlenmiş uygun gecikme uzunluklarını göstermektedir. Test biçimi olarak düzey değerinde sabit terimli, sabit terimli ve trendli sabit terimsiz ve trendsiz olarak alınıp analiz edilmiştir.

3.3.2. Eş Bütünleşme Sınaması (Uzun Dönem Analizi)

Eş bütünleşme sınavının yapılması için analizde kullanılan değişkenlerin düzeyde birim kökünün olması ve farkı alındığında aynı dereceden durağan olması gerekir. Bu koşulların sağlanıp sağlanmadığını belirlemek için değişkenleri temsil eden serilere ADF testi uygulanmıştır. Tablo 3.4’de görüldüğü üzere değişkenlerin birinci dereceden durağan oldukları tespit edilmiştir. Bu durumda, söz konusu değişkenler arasında eş bütünleşme yönteminin uygulanması için gerekli koşullar sağlanmıştır.

Tablo eş bütünleşme sınavının tahmin sonuçlarını gösterir.

Tablo 3.4. Eş bütünleşme Sınama Sonuçları (1962-2014)

Inth = f(lngsyih,k1989)		
Değişkenler	Katsayılar	t- İstatistik
Sabit terim	2.238852	2.712419
Lngsyih	0.740905	8.605907
k1989	1.148114	2.679630
Model doğrulama Test Sonuçları		
R^2 : 0.78	LM Testi: $F(2,48) = 0.2890$	
CRDW : 2.00	$\chi^2_{LM}=0.2630$	
ADF: [1] -7.858614	$\chi^2_{JBN}= 49.89427$	
F istic : 93.33320		

Not: Yapılan analizde χ^2_{LM} ve χ^2_{JBN} sırasıyla LM testi ve Jarque Bera normallik testi istatistikleridir.

Söz konusu değişkenler arasında eş bütünleşmenin olması için ADF test istatistiğinin Engle Granger tablo değerinden büyük olması gerekir. ADF test istatistiğinin mutlak değeri %5 önemlilik düzeyindeki tablo değerinden (3.17) büyük çıktığı için eş bütünleşme hata terimleri serisi durağan çıkmıştır. Sonuç olarak tüketim harcamaları ve gelir değişkeni eş bütünleşiktir ve değişkenler uzun dönemde birlikte dengeye gelmektedir. Bu sonuç aynı zamanda CRDW testi ile de desteklenmiştir. Analiz sonucuna göre CRDW istatistik değeri 2.00 bulunmuştur. Bu değer %5 önemlilikteki Engle Granger tablo değerinden (0.32) değerinden büyüktür. Dolayısıyla hem ADF hemde CRDW sonucuna göre eş bütünleşmenin olduğu sonucuna varılmıştır.

Tahmin edilen eş bütünleşme regresyon denklemi sonucuna göre, Türkiye’de tüketim harcamaları ile gayri safi yurt içi hasıla arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Gayri safi yurt içi hasıladaki %1 lik bir artış tüketim harcamaları değerinde % 0.74’lük bir artışa yol açar. Bu sonuç Türkiye’de yaşayan bireylerin marjinal tüketim eğilimi yansıtır. 0.74 olarak bulunan marjinal tüketim eğilimi bireylerin tüketim alışkanlıklarının yüksek olduğunu ve diğer toplumlarla benzerlik gösterdiğini söylebiliriz. Bu sonuç çalışmamız açısından önemli

olup; diğ er yapılmış ampirik çalışmaları destekler niteliktedir. Ayrıca ampirik bulgulara göre Türkiye'nin marjinal tasarruf eğilimi ise 0.26 olduğu sonucuna varılır. Bu durum Türkiye toplumunun gelişmekte olan bir ÷lke olarak ortalama gelirin yetersiz oluşuna bağlı olarak tüketim eğiliminin yüksek olduğu ve tasarruf eğiliminin düşük olduğu yönünde bir kanıt teşkil eder.

Keynes tarafından ileri sür÷len Mutlak Gelir Hipotezinde tüketim fonksiyonunun temel belirleyicisi gelir değişkenidir. Teoride bireylerin geliri arttıka yapmış oldukları harcamaları artar. Yapılmış analizde Türkiye'de yaşayan bireylerin harcamaları da teoriye uygunluk gösterir. Ayrıca Mutlak Gelir Hipotezinde yer alan otonom tüketim harcamaları yani bireylerin geliri olmasa bile borçlanarak tüketim yapar. Elde edilen analize göre bireylerin geliri olmasa bile % 2.23 oranında tüketim harcamasına sahiptir.

1989 yılından sonra Türkiye toplumunun uygulanan 32 sayılı karar ile tüketimin niteliği değişmiştir. Tüketim davranışlarında yapısal bir kırılmaya yol ačan bu süreç bireylerin gelirinden fazla tüketmesine yol açmıştır. Nitekim 1989'dan sonra sermaye hareketleri üzerindeki kısıtların kaldırılmasıyla rahat uluslararası kaynağa ulaşma imkanının doğmuş olması kriz kuklasının katsayısından da gör÷ldüğü üzere, tüketim %1.148 oranında artmıştır. Bu bulgu tüketimin gelire çok fazla esnek olduğunu gösterir. Cari işlemler açığıının ilerleyen dönemlerde artışına yol ačan bu süreç dış ticaret dengesini bozarak açık vermesine neden olur ve ÷lke ekonomisinin kısır döngüye girmesine sebep olur. Sürekli olarak ekonominin ürettiğinden daha fazla kaynak bulması zorunluluğu gibi bir sorunsal ortaya çıkarır. Türkiye ekonomisinde belli dönemler itibariyle krizlerin olması ve kriz dinamiklerinin uyarılmasıyla dış dengedeki ya da cari işlemler açığıındaki artışa bağlıdır.

3.3.3. Hata Düzeltme Modeli Kısa Dönem Analizi

Uzun dönemde birlikte hareket eden değişkenler arasındaki sapmanın araştırıldığı kısa dönem analizi tablo 3.5'de sunulmuştur.

Tablo 3.5. Kısa Dönem Tahmin Sonuçları (1962-2014)

$\Delta \ln th = f(\Delta \ln gsyih, EC_{t-1})$		
Değişkenler	Katsayılar	t- İstatistik
Sabit terim	0.097617	0.707514
Lngsyih	0.166797	1.528339
EC _{t-1}	-0.779354	-6.138107
Tanımsal Test Sonuçları		
R ² : 0.440030	LM Testi: F(2,47) = 0.7938	
CRDW : 2.05	$\chi^2_{BGAB} = 0.7755 (0.7938)$	
	$\chi^2_{WDV} = 0.9889 (0.9909)$	
F istatistic : 19.25237	$\chi^2_{JBN} = 210.9412 (0.0000)$	

Not: Yapılan analizde $\chi^2_{BGAB} = 0.7755$, $\chi^2_{WDV} = 0.9889$, $\chi^2_{JBN} = 210.9412$ sırasıyla Breusch-Godfrey ardışık bağımlılık, White değişen varyans, Jarque-Bera normallik testini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler prob değerlerini göstermektedir.

Hata düzeltme teriminin katsayısı beklentiler yönünde teoriye uygun olarak negatif çıkmış ve istatistiki olarak anlamlı ve yorumlanabilir bir büyüklüktür. Hata düzeltme katsayısı 0 ile -1 arasında olması beklenir. Buna göre hata düzeltme terimi kat sayısının -0.78 bulunmuş olması, değişkenler arasındaki kısa dönem sapmalarının her dönem %78'inin uzun dönem denge düzeyine yakınsayacağı anlamına gelir ve tüketim ile gelir arasındaki sapmalar 1.3 dönem sonunda ortadan kalkar.

Hata düzeltme teriminin katsayısının negatif ve anlamlı olması bir başka açıdan daha önem arz eder: söz konusu değişkenler arasında hem nedensellik ilişkisinin doğru kurulduğu hem de yapılan analizin güvenilir olduğu yönünde bir kanıt teşkil eder.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bir ülkenin içerisinde bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması için ekonomik piyasaların doğru çalışması gerekir. Ekonomik sistem içerisindeki temel döngü mal ve hizmetlerin insanların ihtiyaçlarını karşılama ve giderilmesine yönelik için üretilmesi ve piyasaların devamlılığı sürmesi için üretilen mal ve hizmetlerin tüketilmesi gerekir. Tüketim iktisat teorisinin en önemli ve temel değişkenlerinden biridir. Tüketim ekonomik faaliyetlerin temel amacıdır. Bireylerin ihtiyaçlarını gidermeye yönelik mal ve hizmete yaptığı harcamalara ise tüketim harcamaları denilir.

Toplum içerisinde bulunan bireylerin geliri, serveti, piyasada gerçekleşen faiz oranı, geçmişte ulaşılan maksimum tüketim seviyesi, ekonomik sistem içerisinde gerçekleşen enflasyon oranı, ve devletin uyguladığı vergiler gibi birçok değişken bireylerin tüketim harcamalarını etkiler. Ayrıca tüketim kalıpları dikkate alındığında genel özelliklerin yanı sıra sübjektif nitelikler kişinin mesleği, yaşam koşulları, bulunduğu çevre, yaşı, cinsiyeti de tüketim düzeyini, tüketim alışkanlıklarını belirlemede önemli bir rol oynar. Ancak tüm bu değişkenlerin en önemlisi anlamlısı ve tüketimi belirlemede etkili olan değişken bireylerin sahip olduğu gelir düzeyidir.

Tüketim ile ilgili çalışma yapan hemen hemen bütün iktisatçılar tüketim harcamalarını açıklamak için gelir değişkenini kullanmışlar aralarında oluşan fark ise gelirin nasıl elde edildiği ve nasıl tahmin edildiği olmuştur. Gelir ile tüketim arasında ki ilişkiyi gösteren ilk teori Keynes'in çalışması olan Mutlak Gelir Teorisi, ikinci olarak Nispi Gelir Teorisi daha sonrasında Fisher'in Zamanlar arası tüketim üzerine yapmış olduğu analiz, Ömür Boyu Gelir Teorisi ve son olarak Sürekli Gelir Teorisi bireylerin tüketim harcamalarına yönelik çalışmalardır.

Türkiye'de makro ekonomik tüketim fonksiyonunu belirleyen faktörlerin araştırıldığı bu çalışmanın birinci bölümünde tüketimin olgusunun tanımı, ihtiyaç kavramı, tüketim kültürü ve tüketimi yaygınlaştıran faktörler ele alınmış Türkiye'de tüketim olgusunun tarihi incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde tüketim teorileri iktisadi olarak ele alınmış Dünya'da ve Türkiye'de literatür taraması yapılmıştır. 1857 Yılında tüketicilerin gelir ve harcama verileri ile Engel tarafından ortaya atılan ilk çalışmadan günümüze dek Gelir ve Tüketim ilişkisi üzerine makro ve mikro düzeyde yüzlerce çalışma yapılmıştır. Türkiye için bakıldığında tüketim fonksiyonun elde edilmesi için daha çok mikro düzeyde çalışmalar

yapıldığı makroekonomik bağlamda nispeten daha az çalışma olduğu görülmüştür. Mikro düzeyde yapılan çalışmaların ise birçoğu il bazında ele alınmıştır. Bu yüzden bu çalışmada Türkiye'nin tüketim fonksiyonunu açıklamaya yönelik tüm ülke verilerini dikkate alınmış ve makro ekonomik tüketim teorileri analiz edilmiştir.

Tüketim teorilerinin her birinde gelir değişkeni farklı biçimlerde ve yöntemler ile elde edilerek kullanılmıştır. Teorilerde kullanılan gelir değişkenleri ;

Keynes' in Mutlak Gelir Teorisinde bireylerin gelirini reel kullanılabilir gelir olarak ele almış ve reel tüketimin reel gelirin kararlı bir fonksiyonu olduğunu ifade etmiştir. Mutlak Gelir Teorisinde bireylerin sahip olduğu gelir arttıkça tüketim harcamaları da artar ancak tüketimdeki artış gelirdeki artıştan daha az gerçekleşir.

Duesenberry'nin Nispi Gelir Teorisinde ise bireylerin içinde bulunduğu topluma göre nispi gelir düzeyini değişken olarak ele almıştır. Nispi Gelir Teorisinde tüketim düzeyi bireyin daha önce ulaştığı en yüksek tüketim düzeyi ve cari gelir arasındaki ilişkiyle hareketle elde edilir.

Friedman'ın Sürekli Gelir Teorisinde bireylerin geçici gelir ve sürekli gelirin toplamını temel değişken olarak analizine dahil etmiştir. Modigliani ise Hayat Devresi Teorisinde bireylerin yaşamı boyunca elde edeceği geliri önceden tahmin ederek tüketimin bu düzeye göre gerçekleştiğini belirtmiştir. Yaşam boyu gelir teorisinde tüketim cari gelire beklenen ortalama gelir düzeyi ve bireyin cari dönem servetine bağlıdır.

Görüldüğü üzere yapılan tüm iktisadi çalışmalarda temel bağımsız değişken gelir düzeyidir. Ancak bu teorilerin ülkelerin tüketim düzeyini tahmin etmek için en uygun teorinin hangisi olduğu konusunda ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye, bireylerin yaşam düzeyleri, tüketim kalıpları gibi birçok özellik farklılık gösterdiği için bir karara ulaşılamamıştır. Temel olarak tüm tüketim teorisi çalışmalarının ve tahmin edilen, kurulan modellerin hemen hepsi Mutlak Gelir Teorisini esas alarak uzun dönem tüketim fonksiyonunun belirleyicileri üzerinde durmuştur.

Çalışmanın son bölümünde ise; 1962-2014 yılları verileri kullanılarak Türkiye'de tüketim fonksiyonu tahmin edilmiştir. İktisat teorilerinin hemen hepsinin ampirik çalışmasında olduğu gibi Türkiye'de gerçekleşen tüketim harcamalarını bulmak için gayri safi yurt içi hasıla ve nihai tüketim harcamaları değişkeni kullanılmıştır. Türkiye için tüketim

fonksiyonunu tahmin etmek için yöntem olarak Engle Granger eş bütünleşme analizi kullanılmıştır ve şu teorik ve amprik sonuçlara ulaşılmıştır;

Teorik sonuçlara göre Türkiye’de ekonomik karar birimlerinin tüketim harcamaları ile gayri safi yurt içi hasıla arasında güçlü bir ilişki bulunmuştur. Eş bütünleşme regresyon denklemi sonucuna göre ; gayri safi yurt içi hasıladaki %1’lik artış tüketim harcamaları değişkeninde %0.74’lük bir artışa yol açmıştır. Teorik beklentilerimizle uyumlu bir biçimde iki değişken arasında anlamlı ve uyumlu bir sonuca ulaşılmıştır. İstatistiki olarak yorumlanabilen bu katsayı yani gayri safi yurt içi hasıla değişkeninin katsayısı Türkiye’de tüketim harcamalarına ilişkin önemli bir çerçeve sunar. Ayrıca analiz bulgularına göre Türkiye’de yaşayan bireylerin marjinal tüketim eğiliminin yüksek diğer toplumlarla benzer ve Mutlak Gelir Teorisine de uygun olarak 0 ile 1 değeri arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç iktisadi açıdan ve çalışmamız açısından önemli olup diğer amprik çalışmaları destekler niteliktedir.

Yapılan analiz ve iktisadi bilgilerimizden hareketle marjinal tüketim eğilimi ve marjinal tasarruf eğiliminin toplamının 1 olduğu teorisinden hareketle analizde Türkiye için marjinal tasarruf eğilimi de %0.26 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum ise Türkiye’de gerçekleşen tasarruf düzeyinin düşük olduğunu gösteren bir kanıt niteliği de taşır.

Mutlak Gelir Hipotezinin Türkiye için test edilmesi sonucu elde edilen bulgulara göre Türkiye toplumunun teoriye uygun olarak sonuçlar verdiği ve kişisel reel gelirinde bir artış yaşanması sonucu tüketimlerinin arttığı görülmüştür. Ayrıca Mutlak Gelir Teorisinin temel varsayımlarından biri olan bireylerin geliri olmasa dahi gerçekleştirdikleri gelirden bağımsız tüketim düzeyini gösteren otonom tüketim yapılan analizin sonucuna göre %2.23 olarak bulunmuş ve beklendiği gibi pozitif ve anlamlı çıkmıştır.

Çalışmada Türkiye için tüketim tarihinin anlatıldığı ilk literatür bölümünde Türkiye’de tüketimin 1980’li yıllardan sonra başladığı ve artış yaşandığı belirtilmiştir. Yapılan analizde 1989 yılı sonrası için Türkiye’de uygulanan 32 sayılı karar ve buna bağlı tüketim düzeyinde nasıl bir değişme meydana geldiğini ölçmek amacıyla 1989 yılı için kukla değişken kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre katsayı iktisadi olarak anlamlı bulunmuş ve 1989 yılından sonra Türkiye’nin tüketim düzeyinde yapısal bir kırılma yaşanmıştır. Bu dönem içerisinde bireyler elde ettiği gelirin büyük bir kısmını tüketime ayırmıştır. Ve kriz

kuklasından da ulaşılan sonunca göre bireylerin tüketimi %1.148 oranında artmıştır. Bu sonuca göre tüketim düzeyi gelire çok fazla esnek olarak yorumlanabilir.

Bu çalışmanın sonucu olarak Türkiye’de bireylerin gelir düzeyinde yaşanan gelişme ve değişmeler kişilerin tüketim harcamalarını etkilediği görülmüştür. Hane halklarının nihai tüketim harcamaları Dünya’da yaşanan krizler dolayısıyla gelir seviyesinde yaşanan değişmeler nedeniyle buna ek olarak ülke içinde gerçekleşen enflasyon dönemlerinde veya faiz oranlarının yüksek olduğu dönemlerde etkilenmiştir. Türkiye’de tüketim konusunda yaşanan gelişmeler teorilerle uyumlu yönde gerçekleşmiştir. Türkiye toplumu elde etmiş olduğu gelirin büyük bir çoğunluğunu tüketmiş hatta bazı dönemlerde elde ettiği gelirden daha yüksek bir tüketim düzeyi gerçekleştirmiştir.



5. KAYNAKLAR

- Ahumada, Hildegart A. and Maria Lorena GAREGNANÍ (2003). Wealth Effects in the Consumption Function of Argentina: 1980-2000. *VIII Meeting of the Research Network of Central Banks of the Americas*. Caracas, Venezuela. pp.1-25.
- Aktan, C. C. (2000). 'li Yıllarda Yeni Yönetim Teknikleri (2) Stratejik Yönetim. *İstanbul: TUGİAT Yayınevi*.
- Alper, Y. Tokol A. (2012). *Sosyal Politika*, Bursa: DORA Yayıncılık
- ALTINIŞIK, İ., & Peker, H. S. (2008). Eğitim ve gelir dağılımı eşitsizliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2008(2), 101-118.
- Arabacıoğlu F. P. ve Aydemir I. (2007). Tarihi Çevrelerde Yeniden Değerlendirme Kavramı. *YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi*, 2 (IV), 204-212.
- Aslan İ.Y. (1996). *Tüketici Hukuku (ve İlgili Mevzuatı)*, Bursa: Ekin Kitapevi Yay
- Atay, T. (2004b). Yaşasın Meşhuriyet Çağı. Popüler Kültürden Kitle Kültürüne Türkiye İzlenimleri. Epsilon Yayınları. İstanbul
- Atiker, E. (1998), *Modernizm ve Kitle Toplumunu*, Vadi Yayınları, İstanbul.
- Atiker, Erhan; (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumunu*. İstanbul: Vadi Yayınları, İstanbul.
- Aydoğan, F. (2000), *Medya ve Serbest Zaman*, İstanbul: Om.
- Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2010). *Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?*, (Çev: F. Çoban-İ. Katırcı), De Ki Yayınları, Ankara.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu:“Tüketiyorum Öyleyse Varım”. *Sosyoloji Konferansları*, (43), 221-248.
- Bocock, R. (2005). Tüketim. 2.Basım, Ankara:Dost Kitabevi.
- Chaney, David, (1999). *Yaşam Tarzları*, (çev.) İrem Kutluk, Ankara:Dost
- Cilasun, S. M., & KIRDAR, M. G. (2009). Türkiye’de hanehalklarının gelir, tüketim ve tasarruf davranışlarının yatay kesitlerle bir analizi. *Iktisat Isletme ve Finans*, 24(280), 9-46.
- Clodfelter, C.T. (1984). Tax Cut Meets Bracket Creep, The Rise and Fall of Marginal Tax Rates, 1964-1984, *The Finance Quarterly*, 12, April, 131-152.
- Clodfelter, I. (1984). Student Living Environments and Their Perceived Impact on Academic Performance. *Journal of College and University Student Housing*, 14(1), 18-24.
- Çetinkaya, Y. (1992). *Reklamcılık*, Ağaç Yay., İstanbul.

- Çınar, R., & Çubukçu, İ. (2009). Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları-Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 277-300.
- Dağtaş, E., (2004). *Magazin Eklerinde Yaşam Tarzlarının Yeniden Üretimi*. Eğitim, Sayı. 57.
- Demir, E. (1994). 1980 Sonrası Türkiye’de Uygulanan Ekonomi Politikalarının Kent Emekçi Ailelerinin Geçim Stratejileri Üzerine Etkisi. *Dünya’da ve Türkiye’de Güncel Sosyolojik Gelişmeler*. Cilt: I. s. 357-366.
- Demir, Ö. Acar M. (1993). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. İstanbul: Ağaç Yayınları.
- Duessenbery, J., & Brumberg, R. (1954). Utility Analysis and the Consumption Function: An interpretation of cross section data. *Post Keynesian Economics*.
- Düzgün, M. (2004). Popüler kültür ve Ürünlerin Oluşumunda Medyanın Rolü. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 57(5).
- Eğilmez, M. (2016). Tüketim Fonksiyonu ve Türkiye. <http://www.mahfiegilmez.com/2016/08/tuketim-fonksiyonu-ve-turkiye.html>
- Eke, A. E. (1982). *Anakent Yönetimi ve Yönetimlerarası İlişkiler*. AÜ SBF Basın ve Yayın Yük. Ok. Basımevi.
- Enders, W. (2004), "Applied Econometric Time Series", 2nd Edition, John Wiley&Sons Inc.
- Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 251-276.
- Fleck, Juergen (1994). *Macroeconomics. Sixth Edition*. McGraw Hill Companies, Inc: United States of America.
- Fletcher, C., & Williams, R. (1976). The influence of performance feedback in appraisal interviews. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 49(2), 75-83.
- Fletcher, C., & Williams, R. (1976). The influence of performance feedback in appraisal interviews. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 49(2), 75-83.
- Fowles, Jib, (1996). *Advertising and Popular Culture*, Sage: London
- Fowles, Jib, (1996). *Advertising and Popular Culture*, Sage: London
- Friedman, M. (1957): *A Theory of Consumption Function*, Princeton University Press, Princeton.
- GORDON, Robert J. (2003). *Macroeconomics. Ninth Edition*. Pearson Education, Inc.: Boston
- Gottidiener, M. (2000), “Approaches to Consumption: Classical and Contemporary Perspectives”, in (eds.) M. Gottidiener, J. Arditi, M. D. Bramlett and K. A. Cerulo (2000), *New Forms of Consumption: Consumers, Cultures and Commodification*, England: Rauman and Littlefield.
- Göle, Nilüfer (1993a): *Modern Mahrem*, 4.Baskı. İstanbul: Metis Yay.

- Gujarati, D. (1999). *Ekonometrika dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Güreşçi, G. (2006). Türkiye'nin Tüketim Fonksiyonu: Ekonometrik Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir*.
- Hailstones, T. J. 1982. *The Integration of Demand-Side and Supply Side Policies, Viewpoints On Supply-Side Economics*, Reston, Virginia: A Prentice-Hall Company.
- Kellner, Douglas (1991). *Reklam ve Tüketim Kültürü*”, Enformasyon Devrimi Efsanesi, (Der: Yusuf Kaplan). İstanbul: Rey Yay.,
- Kellner, L. (1982). *Will It Work? Viewpoints On Supply-Side Economics*, Reston, Virginia: A Prentice-Hall Company.
- Keynes, J. M. (1937). *The General Theory of Employment*. *The Quarterly Journal of Economics*, 51(2), 209-223.
- Kozanoğlu, C. (1996). 80'lerde Gündelik Hayat. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi. Yüzyıl Biterken. Cilt: 13. İletişim Yayınları. İstanbul Kuramsal Bir Yaklaşım. AÜ SBF Yay. Ankara
- Kyer, B.A. 1994. *Macro Economic Approach to Teaching Supply-Side Economics*, Journal of Economic Education, Winter, 25(1), 44-48
- Laffer, A.B. 1982. *What Went Wrong With Supply-Side” Economics*, Viewpoints On Supply-Side Economics, A Reston, Virginia: Prentice-Hall Company.
- Lasch, C. (2006). *Narsisizm Kültürü*, (Çev: S. Öztürk-Ü.H.Yolsal), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Lasch, C. (2006): *Narsisizm Kültürü*, (Çev: S. Öztürk-Ü.H.Yolsal), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Leiss, W, S. Kline ve S. Jhally, (1990). *Social Communication in Advertising, Persons, Product and Images of Well-Being*, London Routledge.
- Leiss, W, S. Kline ve S. Jhally, (1990). *Social Communication in Advertising, Persons, Product and Images of Well-Being*, London Routledge.
- Mankiw, N. Gregory (1992). *Macroeconomics*. Worth Publishers, Inc.: United States of America.
- Marshall, Gordon (1999): *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev: O.Akınhay- D. Kömürcü), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara
- Miller, Tim (2004). “Explaining the Keynes’ Theory of Consumption, and Assessing its Strengths and Weakness”. Erişim: 10.08.2004. <http://www.economic-truth.co.uk/bsc/keynesconsumption>.
- Mills, K. C. (1974). *Thermodynamic data for inorganic sulphides, selenides and tellurides*.
- Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim kültürü: yetinen toplumdaki tüketen topluma*. Sistem Yayıncılık.

- Oskay, Ü. (1982). XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri.
- Paya, M. (1997). Makro İktisat. Filiz Kitabevi: İstanbul.
- Polanyi, K., & Buğra, A. (2003). *Büyük Dönüşüm: Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri*. İletişim Yayınları.
- Pressman, A. (1997). *Switching Power Supply Design*. McGraw-Hill, Inc..
- Sachs, Jeffrey D. and Felipe B. LARRAÍN (1993). *Macroeconomics In The Global Economy*. Prentice-Hall: United States of America.
- Sarıbay, A. Y. (1993): "Postmodernite ve Kültür Olarak İslam-Kültürel Bir Çözümleme", *Türkiye Günlüğü*, Sayı:25, Ankara
- Schudson, M. (1984). *Advertising, The Uneasy Persuasion:It's Dubious Impact on American Society*. NewYork:Basic Books Inc. Publishers.
- Schudson, Michael, (1984). *Advertising, The Uneasy Persuasion:It's Dubious Impact on American Society*. NewYork:Basic Books Inc. Publishers.
- Singh, V. K., & Kristoffersen, T. (1971). Accelerated Ripening of Swiss Cheese curd. *Journal of Dairy Science*, 54(3), 349-354.
- Sivri, U. (2009). Mevsimler Rasyonel Beklentiler Yaşam Boyu Sürekli Gelir Hipotezinin Testi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(04), 175-193.
- Slater, D. (1997). *Consumer culture and modernity*. USA: Blackwell
- Slater, Dan, (1997). *Consumer Culture&Modernity*, Cambridge:Polity Press
- Swingewood, A., & Kansu, A. (1996). *Kitle Kültürü Efsanesi*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şahin, N. H., & Şahin, N. (1992). Reliability and Validity of the Turkish Version of the Automatic Thoughts Questionnaire. *Journal of Clinical Psychology*, 48(3), 334-340.
- Şaylan, G. (1999). *Postmodernizm*, Ankara: İmge.
- Şengül, H.T. (2001) "Sınıf Mücadelesi ve Kent Mekanı", *Praksis*, 2, 9-32.
- Şengül, H.Tarık (2001) "Sınıf Mücadelesi ve Kent Mekanı", *Praksis*, 2, 9-32.
- Tarı, R., & Çalışkan, Ş. (2005). Kocaeli İlinde Tüketimin Gelir Hipotezlerinin Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2).
- Tarı, R., Çalışkan, Ş., & Bayraktar, Y. (2006). Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir ve Tüketim İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme.
- Temurlenk, S. (1992), "Tüketim Fonksiyonu le İlgili Dört Hipotezin Türkiye Verileri Üzerinde Test Edilmesi", *Atatürk Üniversitesi, ..B.F.Dergisi*, 9 (1-2), ss.189-205.
- Thomas, R.L. (1993). *Introductory Econometrics: Theory and Applications*. Second Edition. Longman Economics Series: London, United Kingdom.

- Uluatam, Özhan (1987). Makro İktisat. 6. Baskı. Savaş Yayınları: Ankara.
- Ünsal, Erdal M. (2003). Makro İktisat. Genişletilmiş 5. Bası. Turhan Kitabevi: Ankara.
- Yanıklar, C. (2010). Tüketim kültürü, kapitalizm ve insan ihtiyaçları arasındaki ilişki üzerine bir tartışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.
- Yücel, İ. (1978). Makro Ekonomi. İktisadî ve Ticari İlimler Akademisi Yayını: Adana.
- Ziliak, J. P. (1997). Efficient Estimation With Panel data When Instruments are Predetermined: an Empirical Comparison of Moment-Condition Estimators. *Journal of Business & Economic Statistics*, 15(4), 419-431.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Fidan ATALAY

Doğum Yeri ve Tarihi : Gelibolu 01.01.1993

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Dokuz Eylül Üniversitesi İktisat Fakültesi

Lisansüstü Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi İktisat Fakültesi

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

İletişim

e-posta Adresi : fidan.atalay@hotmail.com

Tarih :29.06.2018