

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

137423

KOCAELİ İLİNDE

(KIR-KENT AYRIMINDA)

HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARININ
ANALİZİ

T.C. YÖRSEKÖBRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

DOKTORA TEZİ

137423

ŞADAN ÇALIŞKAN

ANABİLİM DALI : İKTİSAT
PROGRAMI : İKTİSAT POLİTİKASI

TEZ DANIŞMANI : PROF.DR. RECEP TARI

KOCAELİ, 2003

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KOCAELİ İLİNDE
(KIR-KENT AYRIMINDA)
HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARININ
ANALİZİ

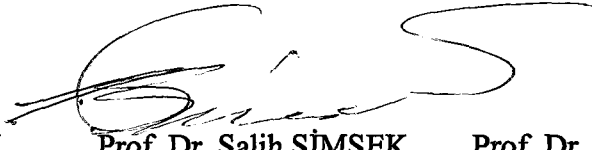
DOKTORA TEZİ

Tezi Hazırlayan: ŞADAN ÇALIŞKAN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Tarih ve No: 12.11.2003, 2003/16



Prof. Dr. Recep TARI



Prof. Dr. Salih ŞİMŞEK



Prof. Dr. Mehmet DUMAN



Doç. Dr. Zekai ÖZDEMİR



Yrd. Doç. Dr. M. Kemal AYDIN

KOCAELİ, 2003

ÖNSÖZ

Kocaeli İlinde, Kır-Kent ayırımında hanehalkı tüketim harcamalarının iktisadi ve ekonometrik analizini konu alan bu çalışmanın ortaya çıkmasında en büyük katkı; konunun belirlenmesinden en son aşamaya kadar, bütün safhalarda rehberlik ve desteğini gördüğüm, gerek teorik ve gerekse uygulama kısmında karşılaştığım sorunların çözülmesinde görüşlerinden istifade ettiğim, hocam Sn. Prof. Dr. Recep TARI'ya aittir. Değerli hocama, araştırma boyunca göstermiş olduğu ilgi, anlayış ve destekten dolayı, en içten teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, kariyerimin değişik aşamalarında kendileriyle birlikte çalışma fırsatına sahip olduğum, teşvik ve desteklerini gördüğüm hocalarım; Sn. Prof. Dr. Ş.Şule ERÇETİN ve Sn. Doç. Dr. İsmail ÖZSOY'a şükranlarımı arzlemeyi bir borç bilirim.

Araştırma sürecinin her aşamasında yardımlarını esirgemeyen, Sn. Yrd. Doç. Dr. Yusuf BAYRAKTUTAN'a ve ekonometri paket programının kullanımı sırasında, bilgiyi paylaşmadaki cömertliğinden dolayı, Sn. Yrd. Doç. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ'a teşekkür ederim.

Uygulama kısmında, anket evrenine ulaşmada katkıda bulunan, başta Sn. Yrd. Doç. Dr. Abdülkadir ŞENKAL olmak üzere, Selüloz-İş'in Değerli Yetkilileri; Av.Murat ÖZVERİ, Erdoğan ÖZGEN, Adnan UYAR, Hüseyin CANBAL ve Yavuzhan URAY Beyefendilere, Gebze Cezaevi Bölük Komutanı Sn. Selçuk YILDIRIM'a, değerli araştırma görevlisi arkadaşlarım; M.Hilmi ÖZKAYA, Adnan AYVAZ, Fatih DEMİR, Hülya ZENGİN, Dilara MEHMETOĞLU, Yüksel BAYRAKTAR ve Arzu ÖZSOY'a, Kandıra MYO öğretim görevlisi Benan YÜCEBALKAN'a ve Eğitim-Bir-Sen yetkililerine teşekkür ederim.

Ayrıca, araştırmanın hazırlanması boyunca, büyük anlayış, sabır ve özveri göstererek, uygun çalışma ortamı sağlayan eşim Sena Nur, kızlarım Ayşe Nur ve Esmâ Gül'e teşekkür ederim.

İzmit, Ekim 2003

Şadan ÇALIŞKAN

İÇİNDEKİLER**ÖNSÖZ**

İÇİNDEKİLER	I
ÖZET.....	V
ABSTRACT	VII
KISALTMA VE SEMBOLLER.....	IIIX
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI

Birinci Bölüm**TÜKETİM TEORİSİ**

1.1 Giriş	1
1.1.1 Araştırmanın Konusu.....	1
1.1.2 Araştırmanın Önemi.....	1
1.1.3 Araştırmanın Amacı.....	4
1.1.4 Araştırmanın Kapsamı	5
1.2 Tüketim Harcamaları	6
1.2.1 Tüketim ve Ekonomideki Yeri	6
1.2.1.1 İhtiyaçlar, Kıtık ve Seçim.....	6
1.2.1.2 Tüketim ve Tüketici	7
1.2.1.3 Tüketim, Tasarruf ve Yatırım.....	9
1.2.1.4 Tüketim-Ekonomik Büyüme ve İstihdam İlişkisi	11
1.3 Tüketim Harcamalarını Belirleyen Faktörler	13
1.3.1 Ekonomik Faktörler	13
1.3.1.1 Gelir.....	13
1.3.1.2 Gelir Dağılımı.....	15
1.3.1.3 Servet.....	18
1.3.1.3.1 Finansal Aktifler	19
1.3.1.3.2 Dayanıklı Mal Stoku.....	21
1.3.1.4 Geçmiş Tüketim	22
1.3.1.5 Fiyatlar ve Para Aldanımı.....	23
1.3.1.6 Beklentiler	26
1.3.1.7 Faiz Haddi	28
1.3.1.8 Tüketici Kredileri	30
1.3.1.9 Enflasyon.....	32
1.3.1.10 Vergilerdeki Değişiklikler	33

1.3.2 Demografik Faktörler.....	34
1.3.2.1 Eğitim	35
1.3.2.2 Meslek	36
1.3.2.3 Yaş.....	37
1.3.2.4 Hanehalkının Bileşimi ve Büyüklüğü	39
1.3.2.5 Ülke Nüfusunun Büyüklüğü.....	40
1.3.2.6 Hanehalkının Yaşadığı Yerleşim Birimi	41
1.3.3 Davranışsal (Psikolojik) Faktörler	42
1.3.3.1 Motivasyon.....	42
1.3.3.2 Algılama	43
1.3.3.3 Öğrenme	44
1.3.3.4 Tutum ve İnançlar	45
1.3.3.5 Gösteriş Etkisi	46
1.3.3.6 Tasarruf Motifleri	47
1.3.3.7 Kişisel ve Ulusal Özellikler.....	49
1.3.4 Sosyo-Kültürel Faktörler	51
1.3.4.1 Kültür ve Alt Kültür	51
1.3.4.2 Sosyal Sınıf.....	53
1.3.4.3 Örnek Alma Grupları.....	54
1.3.4.4 Sosyal Statüler ve Roller	55
1.3.4.5 Aile	56
1.4 Tüketimin Fonksiyonel İfadesi	57
1.4.1 Tüketim Fonksiyonu	57
1.4.1.1 Tüketim Fonksiyonunun Tanımlanması.....	57
1.4.1.2 Tüketim Fonksiyonu Çeşitleri	59
1.4.2 Tüketimin Gelir Hipotezleri	60
1.4.2.1 Tüketim Bulmacası ve Durgunluk Tezi.....	60
1.4.2.2 Tüketimin Kısıtlayıcıları ve Zamanlararası Tüketim Tercihi.....	63
1.4.2.3 Mutlak Gelir Hipotezi	69
1.4.2.4 Nisbi Gelir Hipotezi	73
1.4.2.5 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi	78
1.4.2.5.1 Sürekli Gelir Hipotezi.....	79
1.4.2.5.2 Ömür Boyu Gelir Hipotezi	88
1.4.2.6 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi Üzerindeki Tartışmalar	97
1.4.2.7 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi ve Ekonomik Politika.....	101

İkinci Bölüm

MATERYAL, YÖNTEM ve İKTİSADİ ANALİZ

2.1 Veri Seti Ve Düzenlenmesi	107
2.1.1 Genel Veri Problemleri.....	107
2.1.1.1 Tüketici Birimi.....	107
2.2.1.2 Gelirin Tanımlanması.....	108
2.1.1.3 Fiili Tüketim ve Tüketim Harcamaları Ayrımı.....	111
2.1.1.4 Mal ve Hizmetlerin Tüketiminin Ölçülmesi	112
2.1.2 Harcamaların Kapsamı	113
2.1.3 Anket Çalışması.....	114
2.1.3.1 Anketin Amaç, Kapsam ve Yöntemi	116
2.1.3.2 Örneklem Kümesinin Demografik Özellikleri	117
2.2 Anket Sonuçlarının İktisadi Analizi.....	120
2.2.1 Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bileşimi İçindeki Paylarının Analizi	120
2.2.1.1 Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Tüketim Bütçesi İçindeki Payları.....	121
2.2.1.2 Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Reel Tüketim Bileşimi İçindeki Payları	126
2.1.2.3 Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları ...	130
2.1.2.4 Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Reel Tüketim Bileşimi İçindeki Payları.....	132

Üçüncü Bölüm

KOCAELİ İLİNDE

HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

3.1 Model Spesifikasyonu	136
3.1.1 Tahmin Yöntemi	136
3.1.2 Tahmin Edilen Matematiksel Kalıplar	136
3.1.3 Yapılan Tahminlerin Test Edilmesi.....	138
3.1.3.1 İktisadi Kriterlere Göre Yapılan Testler.....	142
3.1.3.2 İstatistikî Kriterlere Göre Yapılan Testler	145
3.1.3.3 Ekonometrik Kriterlere Göre Yapılan Testler	150
3.1.4 Test Sonuçlarının Birlikte Değerlendirilmesi ve Model Spesifikasyonu.....	157
3.1.4.1 Doğrusal ve Çift Logaritmik Kalıp Arasında Tercih.....	158

3.2 Yapay Değişkenlere Göre Model Tahminleri.....	160
3.2.1 Yerleşim Birimi Faktörü.....	160
3.2.1.1 Kentleşme Faktörü	161
3.2.1.2 Yerleşim Birimi Faktörü (Kır İçin)	162
3.2.1.3 Semt Faktörü (Kent İçin).....	163
3.2.2 Cinsiyet Faktörü	165
3.2.3 Meslek Faktörü.....	166
3.2.4 Çalışan Sayısı Faktörü	167
3.2.5 Hanehalkı Büyüklüğü Faktörü.....	168
3.2.6 Yaş Faktörü.....	170
3.2.7 Emeklilik Faktörü.....	173
3.2.8 Eğitim Faktörü.....	175
3.2.9 Sosyal Güvence Faktörü.....	177
3.2.10 Servet Faktörü.....	177
3.2.10.1 Gayri Menkul Varlığı Faktörü.....	178
3.2.10.2 Ev Mülkiyeti Faktörü	179
3.2.10.3 Dayanıklı Mal Stoku Faktörü	180
3.2.10.4 Otomobil Varlığı Faktörü.....	181
3.2.10.5 Menkul Varlığı Faktörü.....	182
3.2.11 Gelir Değişikliği Faktörü.....	182
3.2.12 Gelir Yeterliliği Faktörü	183
3.2.13 İktisadi Beklenti Faktörü	184
3.2.13.1 Genel İktisadi Beklenti Faktörü.....	184
3.2.13.2 Bireysel İktisadi Beklenti Faktörü.....	186
3.2.14 Hissedilen (Algılanan) Sosyal Konum Faktörü	187
3.2.15 Gösteriş Tüketimi Faktörü	188
3.2.16 Çevre Etkisi Faktörü	189
3.2.17 Gelecek Planı Yapma Faktörü.....	190
3.2.18 Likidite Kısıtı Faktörü.....	191
3.3 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi Üzerine Bir Değerlendirme.....	192
GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....	196
EK.....	212
KAYNAKÇA	221

ÖZET

Tüketim harcamaları, iktisat teorisinin en popüler konularından birisidir. Tüketim harcamaları ile ilgili çalışmaların başlangıcı, 18.Yüzyılın sonlarına kadar gitmekle birlikte; iktisatçıların tüketim konusu üzerinde yoğunlaşmaları Keynes'in Genel Teorisi'ni yayınlamasından sonradır.

Keynes'in mutlak gelir hipotezini ortaya koymasından sonra, gelir tüketim ilişkisinin açıklanmasına yönelik değişik hipotezler ortaya atılmıştır. Bunlar; Duesenberry'in nisbi gelir hipotezi, Modigliani, Ando ve Brumberg tarafından ileri sürülen ömür boyu gelir hipotezi ile Friedman'ın sürekli gelir hipotezidir. İktisatçılar arasında gelir tüketim ilişkisi hakkında henüz tam bir görüş birliği sağlanamamıştır. Bunun nedeni; ileri sürülen hipotezlerin varsayımları ile gerçek hayattaki tüketici davranışlarının birbirinden farklı olmasıdır. Gerçek hayatta tüketici davranışları, hipotezlerin öngördüğünden çok daha karmaşıktır. Tüketici davranışlarının bu karmaşık yapısı, teorik olarak tüketici davranışlarının ortaya konulmasını zorlaştırmış ve farklı hipotezlerin aynı anda benimsenmesine neden olmuştur.

Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını konu alan bu çalışmada, Kocaeli İli kırsal ve kentsel alanında yaşayan hanehalklarının tüketim davranışları mümkün olduğunca detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Araştırmada, örneklem kümesine yüzyüze mülakat tekniği ile uygulanan "Kocaeli İli Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi"nden elde edilen veriler kullanılmıştır. Anket verileri kullanılarak, hem çeşitli harcama gruplarının hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payları analiz edilmiş, hem de bir bütün olarak hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde etkili olan faktörler, yapay değişkenler kullanılmak suretiyle ortaya konulmuştur.

Bu çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde teorik çerçeve ortaya konulmuş; tüketim harcamalarının mahiyeti, tüketim harcamalarını belirleyen iktisadi, demografik, davranışsal ve sosyo-kültürel faktörler ile tüketimin gelir hipotezleri konusu analiz edilmiştir. Bölümün sonunda geleceğe dönük tüketim teorisi üzerindeki tartışmalar ve bu teorinin iktisadi politika açısından doğurduğu sonuçlar ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, materyal ve yöntem belirlenmiş, genel veri problemleri izah edildikten sonra, bu çalışmada kullanılacak veriler ve verileri elde etmek amacıyla uygulanan anketin hazırlanması ve uygulanmasına ilişkin bilgiler sunulmuştur. Bölümün ikinci kısmında ise; anket verilerinin iktisadi analizi yapılmıştır. Bu kısımda harcama gruplarının hanehalkı tüketim bileşimi içindeki payları, kırsal, kent ve ana evren için, hem harcama bütçesi, hem de reel tüketim bileşimi için ayrı ayrı hesaplanmış ve analiz edilmiştir.

Çalışmanın ekonometrik analiz kısmını oluşturan üçüncü bölümde ise; önce farklı gelir tüketim hipotezleri için model tahminleri yapılmıştır. Yapılan tahminler iktisadi, istatistiki ve ekonometrik testlere tabi tutulduktan sonra, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim davranışını en iyi açıklayan model belirlenmiştir. Ekonometrik analizlerde, hanehalkı tüketim harcamaları bağımlı değişken, gelir ve tüketim harcamalarını etkileyen diğer faktörler açıklayıcı değişken olarak kullanılmıştır. Bölümün ikinci kısmında ise, belirlenen en uygun model yardımıyla, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen faktörler, yapay değişken olarak kullanılmak suretiyle, model tahminleri yapılmıştır. Yapay değişkenli modeller tahmin edilirken, kullanılan yapay değişkenlerin sadece tüketime başlama noktası üzerinde değil, marjinal tüketim eğilimi üzerinde de etkili olduğu varsayılarak; hem tüketime başlama noktası, hem marjinal tüketim eğilimi farkının istatistiki açıdan anlamlı olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmanın sonunda ise, elde edilen temel bulgular, sonuç ve genel değerlendirme başlığı altında toplu olarak sunulmuştur.

Gerek yapay değişkenli modeller, gerekse harcama gruplarının hanehalkı tüketim bileşimi içindeki payları analiz edilirken, sadece yalın sonuçlar verilmekle yetinilmemiş, gerektiğinde, ortaya çıkan sonuçların nedenleri –anket uygulaması sırasında elde edilen bilgiler, Kocaeli İlinin özellikleri ve ülkeye ait gerçekler de dikkate alınarak- yorumlanmıştır.

ABSTRACT

Consumption expenditures is among the most popular issues of economic theory. Although the beginning of studies related to consumption expenditures dates back to the late 18th century, economists began to concentrate on the issue of consumption only after Keynes's publication his General Theory.

After Keynes suggested his absolute income hypothesis, various assumptions towards explaining the income-consumption relationship have been developed. These are Duesenberry's relative income hypothesis, Modigliani, Ando and Brumberg's life-cycle income hypothesis, and Friedman's permanent income hypothesis. Economists have not yet agreed upon a single viewpoint on the relationship between income and consumption. This is due to the difference between the assumptions of these hypotheses on consumption behavior and those observed in the real life. In the real life, consumption behavior is much more complicated and difficult than the hypotheses envisage. This complex structure of consumption behavior complicated the issue of introducing consumption behavior and resulted in adopting different hypotheses simultaneously.

In this study, which concentrates on household consumption expenditures in the province of Kocaeli, the consumption behaviors of households living in the rural and urban areas of Kocaeli have been analyzed, as detailed as possible. We utilized a survey titled "Kocaeli Province Household Consumption Expenditures Survey" to obtain statistical data, using face-to-face interview technique. Through the survey data both the shares of various expenditure groups within household consumption budgets, and the factors effecting household consumption expenditures as a whole, were analyzed. For this end, dummy variables have been utilized.

This study is composed of three parts. In the first part, the theoretical framework is put forward and the nature of consumption expenditures, the economic, demographic, behavioral and social-cultural factors determining consumption behaviors and the issue of income hypothesis have been analyzed. The second chapter of this part, deals with the debates on forward looking theory of consumption and its consequences with regard to economy policies.

In the second part of the study, materials and methods are determined, after data problems in general were explained, information related to the preparation and implementation of the survey rendered in order to obtain the data was presented. In the second chapter of this part, economic analysis of the data were done statistically. In this chapter, the shares of the expenditure groups in household consumption composition were calculated and analyzed separately for both expenditure budget and real consumption composition, in terms of rural, urban and Kocaeli Province in general.

In the third part of the study, covering the econometric analysis; firstly model estimations were carried out for different income consumption hypothesis. After the estimations were tested economically, statistically and econometrically, the best model explaining the household consumption behavior in Kocaeli was determined. In econometric analysis, household consumption expenditures were used as dependent variable, income and other factors influencing the consumption expenditures were used as explanatory variable. In the second chapter of the part, model estimations were carried out by using factors influencing the household consumption expenditures as dummy variables with the help of the most appropriate model determined. While the models with dummy variables were being estimated, both starting point for the consumption and the distinction of marginal propensity to consume were analyzed to see if they are statistically significant; on the assumption that dummy variables not only influence the starting point, but they also influence the marginal propensity to consume.

At the end, the main findings acquired were presented under the heading, result and general evaluation collectively.

While analyzing both models with dummy variables and the shares of expenditure groups within the household consumption composition, not only the basic results were given but also the reasons of the results obtained were interpreted, taking the information received during the survey, and the peculiarities of Kocaeli Province and the national realities into consideration.

KISALTMA VE SEMBOLLER

APC	: Ortalama Tüketim Eğilimi
c	: Marjinal Tüketim Eğilimi
C	: Tüketim
C ₀	: Otonom Tüketim
C _L	: Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu
C _M	: Belirli Bir Dönemdeki Tüketim
C _P	: Sürekli Tüketim
C _S	: Kısa Dönem Tüketim Fonksiyonu
C _T	: Geçici Tüketim
DEST	: Doğrusal En İyi Sapmasız Tahminci
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DW	: Durbin Watson İstatistiği
EKK	: En Küçük Kareler Yöntemi
F	: F Testi İstatistiği
HHR	: Hanehalkı Reisi
I	: Farklılık Eğirisi
IMF	: Uluslararası Para Fonu
İLO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
k	: Sürekli Göre Marjinal Tüketim Eğilimi
MPC	: Marjinal Tüketim Eğilimi
r	: Reel Faiz
R ²	: Belirlilik Katsayısı
\bar{R}^2	: Düzeltilmiş Belirlilik Katsayısı
s	: Standart Hata
S	: Tasarruf
s _y	: Bağımlı Değişkenin Standart Sapması
Y	: Gelir
\bar{Y}	: Ortalama Gelir
Y _D	: Harcanabilir Gelir
Y _h	: Daha Önce Ulaşılan En Yüksek Gelir Seviyesi
Y _M	: Belirli Bir Dönemdeki Cari Gelir
Y _P	: Sürekli Gelir
Y _T	: Geçici Gelir

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Demografik Özelliklerine Göre Kır-Kent Ayrımında Hanehalklarının Dağılımı.....	118
Tablo 2: Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları	121
Tablo 3. Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Reel Tüketim Bileşimi İçindeki Payları...	127
Tablo 4: Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları	131
Tablo 5: Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları	133
Tablo 6: Kocaeli Ana Evreni İçin Tüketim Fonksiyonu Tahminleri	139
Tablo 7: Kır İçin Tüketim Fonksiyonu Tahminleri	140
Tablo 8: Kent İçin Tüketim Fonksiyonu Tahminleri.....	141



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Tüketim Fonksiyonu.....	58
Şekil 2: Kısa ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonları	62
Şekil 3: Zamanlararası Tüketim Tercihi	67
Şekil 4: Keynesyen Tüketim Fonksiyonu	71
Şekil 5: Nisbi Gelir Hipotezine Göre Tüketim Fonksiyonu	76
Şekil 6: Sürekli Gelir Hipotezine Göre Tüketim Fonksiyonu.....	86
Şekil 7: Ömür Boyu Gelir Hipotezine Göre Tüketim Fonksiyonu	91



Birinci Bölüm

TÜKETİM TEORİSİ

1.1 GİRİŞ

1.1.1 Araştırmanın Konusu

İktisat biliminde teorilerin gerçeklere uygunluğunun ortaya konulabilmesi için, söz konusu teorilerin, kantitatif bir mahiyet kazanması gerekir. Ekonometri ve istatistik disiplinlerinde yakın dönemde kaydedilen gelişmeler, önceleri sadece kalitatif mahiyette kalmış olan iktisadi analizleri ve bu arada tüketim harcaması konusunu kantitatif olarak incelemeyi mümkün kılmıştır. Özellikle, istatistik ve ekonometri bilgisayar paket programlarının kullanılması sayesinde, tüketim harcamaları uygulamalı ekonometrik çalışmaların popüler konularından birisi haline gelmiştir.

Tüketim harcamaları, iktisadi olayların çok karmaşık olanlarından ve en fazla ilgi duyulan konularından birisidir. İktisadi faaliyetlerin gayesi insan ihtiyaçlarını tatmin etmek olduğuna göre, iktisadi faaliyetin son safhası olarak tüketim harcamalarını kabul etmek mümkündür. Tüketim harcamaları; mikroekonomik bazda tüketicinin fayda maksimizasyonu açısından, makroekonomik bazda ise istihdamı ve milli geliri belirleme noktasında toplam talebin en büyük kısmını oluşturması bakımından iktisatçıların ilgisini çekmiştir.

Bu çalışmada, milli gelir ve istihdam çarkını döndürücü bir kuvvet olarak, toplam talebin en önemli bileşeni olan tüketim harcamaları, Kocaeli İli özelinde analiz edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, makro iktisadın mikro iktisadi temelini konu olan bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

1.1.2 Araştırmanın Önemi

Makro iktisattaki ana sorunlardan biri; hanehalklarının gelirlerini tüketim ve tasarruf arasında nasıl taksim ettiği'dir. Bu karar, insanların verdiği anahtar ekonomik kararlardan birisidir. Hanehalkı düzeyinde alınan bu karar, zamanla onun iktisadi refahını etkiler. Toplam ekonomi düzeyinde, hanehalklarının tüketim ve tasarruf kararlarının kümülatif etkisi, ekonominin büyüme oranı, dış ticaret dengesi ile üretim ve istihdam seviyesinin belirlenmesinde etkili olur.

Tüketim harcamaları, son derece önemli bir makroekonomik değişkendir; çünkü, marjinal tüketim eğilimine bağlı olarak bir ülkenin milli gelirinin ortalama %70-80'lik kısmını tüketim harcamaları oluşturmaktadır. GSMH'nın bu kadar önemli bir unsuru olan tüketim harcamaları ile ilgili pek çok teorik ve uygulamalı çalışma yapılmıştır. Tüketimin bir araştırma konusu olarak ele alınmasının oldukça eski bir geçmişi vardır. 1797'de Eden'in, 1850'de Le Play'in araştırmalarını Ducpetiux'un çalışmaları izlemiştir. Le Play ve Ducpetiux'un çalışmalarından yararlanarak tüketimle ilgili araştırmaların modern iktisadi düşüncedeki önemli yerini ortaya çıkaran ise Engel olmuştur. Engel'den sonra da tüketim konusu, pek çok iktisatçının ilgisini çekmiştir. Tüketim konusu, makro ekonomik perspektifte ise, ilk defa Keynes tarafından 1936'da yayınlanan meşhur eseri Genel Teori'de ele alınmış ve daha sonra değişik iktisatçılar tarafından farklı modellerle incelenmiştir.

Bireyler, tüketici, üretici ya da üretim faktörü olarak iktisadi hayatta yer alırlar. İktisadi ihtiyaçların kaynağı olan bireylerin tümü, zorunlu olarak tüketicidir. Dolayısıyla bireylerin tüketici olarak aldıkları her türlü karar, iktisadi hayatı etkilemektedir. Bu nedenle, ekonomi yönetiminden sorumlu olanların, tüketicilerin davranış ve karar verme biçimlerini bilmeleri bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketici davranışları konusunda yararlanılan bilgilerin başında, tüketim kalıpları ya da daha geniş bir perspektifle bakıldığında hanehalkı bütçe analizi çalışmaları gelmektedir.

Tüketimle ilgili çalışmaların bir diğer önemi, hanehalkı tüketim kalıbını ortaya koymasından kaynaklanır. Hanehalkı tüketim harcamalarının bileşimi, bir ekonominin gelişme aşamasını gösteren önemli göstergelerden biridir. Hanehalkları en önce, temel ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde olduklarından, bu tür ihtiyaçlar için yapılan harcamaların, hanehalkı tüketim harcamaları içinde düşük bir oranda olması, yüksek hayat standardının göstergesi olarak kabul edilmektedir¹. Hanehalkı refah düzeyinin en iyi göstergesi tüketim harcamalarıdır. İnsanlar gelirlerinin yalnızca

¹Jennifer Cassar and Gordon Cordina, "Consumption Expenditure in Malta: Behavioral Trends During The 1990s", *Bank of Valletta Review*, No.23, Spring 2001, s.29.

tüketilen kısmından doğrudan fayda elde ederler. Bu nedenle tüketim harcamaları miktar ve bileşiminin incelenmesi önem arz etmektedir².

Tüketim harcamalarının milli gelir açısından önemini üç maddede özetlemek mümkündür³:

Birincisi, tüketim harcamaları GSMH içinde en büyük harcama kategorisini oluşturmaktadır. Toplam tüketim harcamaları bir ekonomideki toplam harcamaların yaklaşık olarak üçte ikisini kapsamaktadır.

İkincisi, tüketim, harcama akımları arasında yalnızca en büyüğü değil aynı zamanda en istikrarlı olanıdır. Tüketim, iktisadi faaliyetin nihai hedefidir. Sosyal sistemde topyekun bir çökme olmadığı müddetçe, aileler asgari bir tüketim seviyesini muhafaza etmek zorundadır. Bu itibarla tüketim faaliyetleri, toplam iktisadi faaliyet seviyesi için bir nevi taban teşkil etmektedir. Yatırım ve hükümet harcamaları ani değişmeler ve dalgalanmalar gösterdikleri halde tüketim harcamaları zaman içinde nisbi olarak istikrarlı bir seyir izlemektedir. Ancak, tüketim harcamaları gösterdikleri bu istikrarlı seyre rağmen, zaman zaman dalgalanarak, ekonomik şokların nedeni de olabilmektedir.

Üçüncüsü, ikinci maddede bahsedilen istikrarlı seyre rağmen, tüketimin GSMH'ya oranı geniş dalgalanmalar gösterebilir. GSMH'ya oran olarak ortaya çıkan bu dalgalanmanın nedeni, tüketim harcamalarının bizatihi kendi istikrarsızlığından değil, yatırım ve hükümet harcamalarının nisbi önemindeki değişmelerden kaynaklanmaktadır. Örneğin, Büyük Depresyonda yatırım harcamaları düştüğü zaman, tüketimin GSMH içindeki nisbi payı yükselmiştir. Arkasından savaş döneminde hükümet harcamaları arttıkça tüketimin nisbi önemi azalmıştır.

Bütün önemine rağmen, tüketim harcamalarının GSMH'nın yaklaşık olarak üçte ikisini aşmadığı da hatırlanmalıdır. Ekonominin tam istihdam seviyesine ulaşabilmesi

²Orhan Şener, *Kamu Ekonomisi*, 6.Baskı, İstanbul: Alkım Yayınları, 1998, s.263.

³N.Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, New York: Worth Publishers, 1992, s.293;

Robert L.Hellbroner, *İktisadi Sorun II*, Çev. Demir Demirgil, İstanbul: Çağlayan Kitabevi, 1974, ss.241-242;

Rudiger Dornbusch and Stanley Fisher, *Makroekonomi*, Çev. Salih Ak ve Diğerleri, İstanbul: McGraw-Hill-Akademi, 1998, s.331.

için tüketim harcamaları tek başına yeterli değildir. Gelir-harcama devresinin kapanabilmesi için; yatırım harcamaları ile hükümet harcamalarının yeterli düzeyde gerçekleşmesine de ihtiyaç vardır.

1.1.3 Araştırmanın Amacı

Modern iktisadi düşüncenin gelişmesi, özellikle Keynesyen Devrim sonrası, tüketim harcamaları konusunda yapılan çalışmaları sadece fakir işçi ailelerini ilgilendiren bir konu olmaktan çıkarmıştır. Günümüzde, artan bir ilgiyle, toplumun bütün sınıflarının tüketim harcamalarını konu alan çalışmalar yapılmaktadır.

Günümüzde tüketim harcamaları konusunda yapılan araştırmalar, başlıca aşağıdaki amaçlara ulaşmak için yapılmaktadır:

- Toplumun farklı sınıflarının hayat standardını, tüketim kalıplarını ortaya koymak,
- Tüketim fonksiyonlarını formüle ederek, tüketim harcamalarına etki eden faktörleri ortaya koymak,
- Hanehalklarının harcama alışkanlıklarında zaman içinde meydana gelen değişimi ortaya koymak,
- Tüketim mallarına ilişkin talep tahminlerinde bulunmak,
- Milli geliri tüketim yoluyla hesaplamak,
- Geçinme indeksleri hazırlanması için gerekli tartıları elde etmek,
- İstenilen mallar için piyasa etüdü yapmak, vb.

Bu çalışmanın amacı ise; Kocaeli İli kırsal ve kentsel alanında uygulanan hanehalkı tüketim harcamaları anketinden elde edilen bilgilerden yola çıkarak, hanehalkı tüketim davranışları ile ilgili mümkün olduğunca detaylı bir analiz gerçekleştirmektir. Bu çalışmada ulaşılmak istenilen amaçları aşağıdaki başlıklar altında toplamak mümkündür:

-Kocaeli ili kırsal ve kentsel alanında yaşayan hanehalklarının harcamalarını hangi mal gruplarına yönlendirdiklerini belirlemek. Çeşitli harcama gruplarının hanehalkı tüketim bütçesi ve reel tüketim bileşimi içindeki paylarını analiz etmek.

-Gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla ileri sürülen tüketimin gelir hipotezlerinden Kocaeli'ndeki tüketici davranışını en iyi açıklayan hipotezin en uygun modelini belirlemek.

-Kocaeli ili kırsal ve kentsel alanında yaşayan hanehalkları için tüketim fonksiyonlarını formüle etmek.

-Yapay değişkenli model tahminleri ile, Kocaeli İlinde, gelir dışında hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde etkili olan faktörleri ortaya koymak.

1.1.4 Araştırmanın Kapsamı

Araştırmada esas itibariyle, Kocaeli ili kırsal ve kentsel alanında, gelir ile tüketim arasındaki fonksiyonel ilişki ortaya konulmuştur. İktisadi ve ekonometrik analizler, Kocaeli ili kırsal ve kentsel alanında, birebir, yüz yüze mülakat tekniği ile uygulanan hanehalkı tüketim harcamaları anketinden elde edilen yatay kesit veriler kullanılarak yapılmıştır.

1930'lara kadar yapılan tüketim çalışmalarında genellikle fakir halk tabakalarının ya da işçi sınıfının tüketim harcamaları analiz edilmiştir. Bunun nedeni, araştırmacıların, sanayi toplumu ile ortaya çıkan işçi sınıfının içinde bulunduğu sefalet şartlarını ortaya koyma amacıdır. Bu nedenle toplumun diğer sınıflarının tüketim harcamaları üzerine yapılan çalışmalar ancak modern iktisadi düşüncenin ortaya çıkmasından sonraki dönemde mümkün olmuştur.

Bu çalışmada, meslek, gelir, eğitim, yaş vb. herhangi bir ayrıma tabi olmaksızın, Kocaeli İli kırsal ve kentsel alanında yaşayan, TC uyruklu tüm hanehalklarının tüketim harcamaları araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

1.2 TÜKETİM HARCAMALARI

1.2.1 Tüketim ve Ekonomideki Yeri

1.2.1.1 İhtiyaçlar, Kıtlık ve Seçim

İhtiyaç, karşılandığı zaman insana bir haz, zevk, tatmin veren, karşılanmadığında acı, huzursuzluk ve üzüntü veren öğeler olarak tanımlanabilir. Diğer bir tanıma göre ise, insanın maddi ve manevi benliğinde hissettiği ve gidermeye çalıştığı bir yoksunluk duygusudur. İnsanın çeşitli ihtiyaçları vardır. İhtiyaçlar farklı biçimlerde tasnif edilebilir; zorunlu, zorunlu olmayan, maddi, fizyolojik, psikolojik, kültürel vb. gibi. Genel olarak kabul edileni ise, insanın hayatta kalabilmesi için gerekli olan ihtiyaçları zorunlu (hayati-biyolojik), böyle olmayanları zorunlu olmayan (kültürel) olarak kabul eden genel tasniftir. Hayati ihtiyaçlar bütün insanlar için hemen hemen ortak olduğu halde, kültürel ihtiyaçlar toplumsal ve doğal çevreden etkilenir. Hatta hayati ihtiyaçlar bile kültürel ve doğal çevreden etkilenir⁴.

İhtiyaçların çeşitli nitelikleri vardır. Bunlardan biri, ihtiyaçların çok çeşitli ve sınırsız olmasıdır. Zamanla ihtiyaçlar değişmekte ve artmaktadır; toplumun gelişmesi, teknolojik ilerlemeler ve insanların zevk ve tercihlerinin zamanla gelişmesi sonucu insan ihtiyaçları artmaktadır. Bu artış, toplumların içinde buldukları gelişmişlik düzeyine göre değişir. Hayat standardı düşük ülkelerde ihtiyaçların sayısı, iktisaden gelişmiş ülkelere oranla daha düşüktür. İhtiyaçların bir diğer özelliği periyodik olmaları yani devamlılık arzetmeleridir. Bu nedenle bazı ihtiyaçların tekrar tekrar giderilmeleri gerekir, yeme-içme ihtiyacı gibi. Bir diğer özellik, ihtiyaçların tatmin edildikçe şiddetini kaybetmesidir⁵.

İktisat biliminin varoluş nedeni; insanların ihtiyaçlarına nazaran kaynakların kıt oluşu ve bu kıt kaynakların farklı ulusların ya da insan gruplarının çeşitli ihtiyaçlarından bir kısmını ya da diğerlerini karşılamak amacı ile “alternatif

⁴J.F.Engel, R.D.Blackwell and P.W.Miniard, **Consumer Behavior**, Seventh Edition, Philadelphia: The Dryden Press, 1993, s.280;

Erdal M.Ünsal, **Mikro İktisada Giriş**, Ankara: Turhan Kitabevi, 2003, s.5-6.

⁵İlhan Uludağ, Erişah Arıcan ve Suna Oksay, **İktisada Giriş (Mikro Analiz)**, İstanbul: Beta Yayınları, 1998, ss.5-6.

kullanma” imkânlarının bulunmasıdır. Kaynakların kıt, buna karşılık, ihtiyaçların sonsuzluğu ve alternatif kullanım imkânlarının varlığı “tercih” sorununu doğurmaktadır. İhtiyaçların şiddet derecesine göre sıralanması, mal ve hizmetlerin faydasının hangi gruplara öncelikle yönelik olacağı ve kıt kaynakların alternatif kullanma yerleri arasında bir seçim yapılması zorunluluğu iktisadi sorunun varlığına işaretler. Bu nedenle, kıtlık ve tercih problemi iktisadi problemlerin merkezinde yer alır⁶.

1.2.1.2 Tüketim ve Tüketici

Tüketim kavramı, akademik topluluk, hükümetler ve bireyler arasında farklı anlamlarda kullanılabilir⁷. Bu nedenle, tüketimi belirleyen çeşitli etkenleri analiz eden tüketim teorilerine geçmeden önce tüketimin açıklanması gerekmektedir.

Tüketim, insan istek, ihtiyaç ve arzularının tatmin edilmesi amacıyla, nihai mal ve hizmetlerin kullanılmasıdır. Bu mal ve hizmetlerin sağlayacağı fayda, dolaysız yani doğrudan olmalıdır. Bu anlamda tüketim, tüketim eyleminde normal olarak mal ve hizmetler yok edildiğinden “negatif üretim”dir⁸.

Tüketim kavramı iktisat biliminde başlangıçtan beri üç manada kullanılmaktadır⁹:

Birincisi; bir malı kullanan tüketicinin elde edeceği tatmin duygusudur, marjinalistler bu anlamda kullanılmaktadır.

İkincisi; tüketiciye mal ve hizmet biçiminde akıp gelen, sahip olduğu reel tüketim araçlarıdır. Bu tanım, toplumun mülkiyetinde bulunan malların tüketim ve yatırım malları olarak envanterinin çıkarılması noktasında önem taşır. Bu anlamda tüketim, mal ve hizmetlerin şimdiki ihtiyaçlar için kullanılmasıdır. Bir kısım mal ve

⁶Richard G.Lipsey, Peter O.Steiner and Douglas D.Purvis, *Economics*, Seventh Edition, New York: Harper&Row Publisher Inc., 1984, ss.6-7.

⁷Tim Miller, “Explaining Keynes’ Theory of Consumption, and Assessing its Strengths and Weaknesses”, from <http://www.economic-truth.co.uk>, 1996, s.1.

⁸Ünsal, *Mikro İktisada Giriş*, ss.7-8;

http://members.shaw.ca/elementalconomics/mac_2_2.html.

⁹*Dictionary of Business*, Oxford University Press, © Market House Books Ltd, 1996, from <http://xrefer.com>;

Sabri Ülgener, *Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme*, 7.Baskı, İstanbul: DER Yayınları, 1991, s.158.

hizmetlerin kullanılıp bitirilmesi şeklinde tanımlanan bu tip tüketime, **maddi tüketim** ya da **fili tüketim** adı verilmektedir.

Üçüncüsü; tüketim malları için nakdi olarak harcanan para miktarıdır. Tüketim mal ve hizmetlerinin alımı için yapılan harcamalar olarak kullanılan bu tip tüketim kavramı **iktisadi tüketim** ya da **tüketim harcaması** olarak adlandırılmaktadır. İktisatçılar daha çok bu anlamdaki tüketim kavramı üzerinde yoğunlaşırlar.

Tüketimi, insan ihtiyaçlarını gidermek amacıyla belirli bir zaman aralığı içinde, mal ve hizmetlerin kullanımını olarak tanımladıktan sonra, bu tanımda üç unsuru birbirinden ayırmak mümkündür¹⁰:

Öncelikle tüketim amacıyla bazı mal ve hizmetler seçilmektedir. Bunlar çok çeşitli olabilir: Gıda maddeleri, giyim eşyaları gibi mallar; doktor muayenesi, traş olma gibi hizmetler örnek olarak verilebilir.

İkinci olarak bu mal ve hizmetler kullanılmaktadır. İnsanların tercih ettikleri mal ve hizmetleri kullanmaları farklı şekillerde olabilmektedir. Bazı malların kullanılmaları onların kısa zaman içinde ortadan kaldırılmaları şeklinde olmaktadır. Gıda maddelerinin çoğu ve hizmetler bu gruba girer. Bazı malların kullanılması ise uzunca bir zaman diliminde gerçekleşmektedir; buzdolabı, çamaşır makinası, bilgisayar, otomobil gibi dayanıklı tüketim malları bu sınıfa girer.

Tüketimin üçüncü unsuru, mal ve hizmetlerin kullanılması sonucunda bir tatmin sağlanmasıdır. Tatmin ise insanların ihtiyaçlarını karşıladıklarında duydukları hazdır. Burada söz konusu olan tatmin, tüketicilerin nihai mal ve hizmetleri doğrudan kullanmaları sonucu elde ettikleri tatmindir, üretim aracı olarak değil.

Tüketici, ihtiyaçlarını gidermek ya da tatmin sağlamak amacıyla mal ve hizmetleri kullanan kişi ya da topluluktur. Piyasada mal ve hizmet talep eden birimlere tüketici denir. İktisat teorisinde tüketici birimi olarak, genellikle en küçük örgütlü toplum birimi olan aile (hanehalkı) baz alınır. Ancak aile içinde tüketimle

¹⁰The Columbia Encyclopedia, Sixth Edition, 2001; from <http://xrefer.com>;
The Oxford English Reference Dictionary, © Oxford University Press 1996, from <http://xrefer.com>;
Zeki Avrahoğlu, Üç Şehirde Tüketim Fonksiyonları, Ankara: Ankara Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1976, s.12.

ilgili kararların nasıl alındığı dikkate alınmaksızın, bu kararlar sanki tek kişinin kararlarıymış gibi ifade edilir¹¹. Mikro iktisadi analizlerde, tüketicinin piyasada karşılaştığı mal ve hizmet arzı karşısında elde ettiği faydayı arttıracak şekilde davrandığı varsayılmaktadır. Tüketicinin nihai hedefi, malların piyasa fiyatları veri ve geliri sabitken faydasını maksimum kılmaktır.

Mal ve hizmetler tüketiciler tarafından fayda sağladıkları için talep edilmektedirler. Fayda, bir mal ya da hizmetin insan ihtiyacını tatmin etme özelliğidir. Gıda maddelerinin doyurucu, besleyici özelliği, bir komedi filminin eğlendirici özelliği, bir ney taksiminin verdiği haz fayda kavramına girer. İktisadi analizlerde fayda konusunda toplumun değer yargıları hesaba katılmaz. Önemli olan bir malın onu kullanan kişi tarafından bir tatmin elde etmek amacıyla talep edilmesidir.

1.2.1.3 Tüketim, Tasarruf ve Yatırım

Hanehalkları gelirleri ile üç şey yapabilirler; mal ve hizmet satın almak için harcayabilir, tasarruf edebilir ya da vergi öderler. Harcanabilir gelir, vergiler ödendikten sonra kalan bakiyedir; tüketim harcamaları ve tasarrufun toplamına eşittir.

Her ne sebeple olursa olsun tüketim için harcanmayan gelir tasarruf edilmiştir. Tüketim harcamalarının bir bileşeni olmamasına rağmen tasarruftan bahsedilmesinin nedeni, tasarrufun harcanabilir gelirin "tüketilmeyen kısmı" olarak tanımlanmasındandır; bu nedenle geliri harcamadan alıkoyan saikleri, tasarruf saikleri olarak kabul etmek mümkündür¹².

Teker teker ele alındığında kişisel tüketimler ve tasarruflar hakkında ortak bir takım esaslar çıkarmak güçtür. Fakat büyük kitleler incelendiği zaman tüketimlerde ve tasarruflarda bazı eğilimler tesbit edilebilir.

Gelirler kimin eline geçmiş olursa olsun ve hangi hizmetin karşılığı olarak elde edilirse edilsin, iki amaç için harcanacaktır; günlük ihtiyaçları karşılamak için, yani tüketim harcamaları olarak, ya da yeni üretim kapasitesi yaratmak için, yani yatırım

¹¹Orhan Türkay, *Mikro İktisat Teorisi*, 3.Baskı, Ankara: Adım Matbaacılık, 1993, s.8.

¹²William Boyes and Michael Melvin, *Macroeconomics*, Boston: Houghton Mifflin Company, 1991, s.210.

harcamaları için. Tüketim harcamaları, insanların cari ihtiyaçlarını karşılamak için yapmış oldukları harcamalardır. Yatırım harcamaları ise, tüketim harcamaları dışındaki tüm harcamaları kapsamaktadır. Bu nedenle istihdam teorisi bakımından, yatırımların mutlaka sermaye birikimini artıran bir harcama olması gerekmez¹³.

Tüketim ve yatırım harcamaları ayrı mahiyette harcamalar olmakla beraber bunları birbirinden ayırmak oldukça zordur. Yukarıda bahsedildiği gibi, tüketim harcamaları nihai bir malın kullanılıp bundan tatmin sağlanması ile ilgilidir. Yatırım harcamaları ise sermaye mallarında ve stoklarda artış sağlayıcı mahiyette harcamalardır. Diğer bir ifadeyle, iki tip harcamayı birbirinden ayırmak için harcama konusu malın fiziki özelliklerine değil, onun iktisadi fonksiyonlarına bakmak gerekir. Bir mal için yapılan harcama, eğer bu mal bireysel bir tatmin hissi duymak amacıyla kullanılıyor ise tüketim harcaması sayılmalı, eğer bu mal diğer bir mal ya da hizmetin üretiminde kullanılıyor ise yatırım harcaması sayılmalıdır¹⁴. Örneğin; bir dikiş makinası evde dikiş dikmek için satın alınmışsa tüketim malı, konfeksiyon atölyesinde kullanılmak için satın alınmışsa yatırım malı olarak tasnif edilmelidir.

Tüketim ve yatırım arasındaki asıl önemli bağ, tüketilmeyen gelirin yani tasarrufların yatırımların finansman kaynağını oluşturmasıdır. Uzun dönemde, ekonomik büyüme üzerinde yatırım harcamalarının finansmanı açısından tasarruflar hayati bir öneme sahiptir¹⁵. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelirin tüketimle tasarruf arasında bölüşümü bu açıdan sürekli tartışma konusu olmaktadır. Bu tip ülkelerde, kalkınmanın finansmanı için gelirin mümkün olduğunca büyük kısmının tasarruf edilmesi arzulanır, bunun bir yolu olarak ta gelir dağılımındaki adaletsizliğin artarak devam ettirilmesi görülür. Karşı tezi savunanlar ise, kalkınmanın yükünün dar gelirli ve ücretli sınıfın aleyhine gerçekleştirilmesinin sosyal adalet ilkesi ile bağdaşmadığını iddia ederler.

Ulusal tasarrufun, uzun vadede, emeğin verimliliği ve büyümesini kontrol eden, üretimin çok önemli temel bir faktörü olan sermaye arzının kaynağını oluşturmasından dolayı, bireysel tasarruf ve tüketim, toplam tüketim ve tasarruf ve servetle ilgili çalışmalar uzun zamandır iktisatta önemli bir yer tutar. Üretken

¹³Besim Üstünel, *Makro Ekonomi*, İstanbul: Mısırlı Matbaacılık, 1990, s.193;

Sadun Aren, *İstihdam, Para ve İktisadi Politika*, 10.Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1992, s.37.

¹⁴Avraloğlu, a.g.e., s.13.

¹⁵Cassar and Cordina, a.g.m., s.28.

sermaye ve tasarruf arasındaki bu ilişkiden dolayı; uzun zaman bireysel tasarruf erdemli ve topluma faydalı bir davranış olarak değerlendirilmiştir. Ancak, Büyük Depresyonun etkisi altında Keynes'in ortaya koyduğu yorumun etkisiyle, tasarrufa ekonomiye ve toplumsal refaha zarar verme potansiyeli taşıyan bir unsur olarak bakılmaya başlanmıştır. Tasarruf potansiyel bir tehdit taşıyordu çünkü; sistematik ve otomatik olarak yatırımı artırmadan, toplam talebin bir unsuru olan tüketimi azaltıyordu. Bundan dolayı talep yetersizliğine yol açıyor ve böylece ekonominin kapasitesinin altında seyretmesine neden oluyordu. Büyük bunalımda sadece aşırı tasarrufun bir rol oynadığı düşünülmele kalmıyor fakat ilaveten, problemin savaş sonrası dönemi de etkileyeceğine dair yaygın bir kanaat oluşuyordu. Bu korkular gelecekte, daha fazla sermaye birikimine ihtiyaç duyulmamakla birlikte, tasarrufun gelirden çok daha hızlı artacağına yönelik yaygın inanç tarafından beslenmiştir. Bu kombinezon er ya da geç tasarrufun sermaye ihtiyacını aşması ile sonuçlanacaktı¹⁶. Durgunluk tezi olarak adlandırılan bu durum, tüketim bulmacası başlığı altında açıklanmıştır.

1.2.1.4 Tüketim-Ekonomik Büyüme ve İstihdam İlişkisi

Modern istihdam teorisinde, efektif talep, gelir ve istihdam seviyesinin belirlenmesinde anahtar determinanttır. Bunun nedeni ise, üretim kapasitesinin tam veya noksan kullanılmasının toplam talep tarafından belirlenmesidir. Efektif talep ise, yatırım ve tüketim harcamalarından oluşmakta olup en önemli kısmını tüketim harcamaları oluşturmaktadır. Bu nedenle tüketim harcamalarını belirleyen faktörlerin analiz edilmesi modern istihdam teorisi açısından ayrıcalıklı bir öneme sahiptir. Keynes, bu hususu, tüketim harcamalarının analizine giriştiği kısmın başında şu ifadelerle arzetmektedir "...bizim analizimizin nihai amacı, istihdam hacmini neyin belirlediğini ortaya koymaktır..."¹⁷.

Tüketimin harcama yolu ile ekonomide gelir ve istihdam yaratıcı bir kuvvet olarak ele alınması oldukça yeni sayılabilecek bir gelişmedir. İktisat teorisinde klasik

¹⁶Franco Modigliani, "Life Cycle, Individual Thrift and The Wealth of Nations", *Economic Science* 1985, ss.150-151.

¹⁷John Maynard Keynes, *General Theory of Employment Interest and Money*, London: Macmillan And Co. Ltd, 1936, s.89.

doktrinden beri temel hadise olarak, üretim ve paylaşım üzerinde durulmuş, gelişme konusunda da sermaye birikimi üzerinde durulmuştur. Tüketim, her ne kadar üretimin varacağı son durak olarak kabul edilmişse de bunun tamamen şahsi bir tercih meselesinden ibaret olduğu farzedilmiş, ancak üretim ve paylaşım ile bağlantısı nisbetinde tüketime değinilmiştir. Dikkatleri tüketici davranışına çeken marjinalist okul dahi tüketimi iktisadi tahlilde bir basamak gibi ele almıştır. Gelir ve istihdam çarkını döndürücü bir kuvvet olarak tüketim harcamalarının analizi, modern istihdam teorisi ile mümkün olmuştur¹⁸.

Hatırlanacağı üzere; Keynes, yapısal ya da arizi işsizlikleri bir kenara bırakıp, daha çok talep yetersizliğinden doğan devrevi -yani gelip giden ve bazan da müzminleşen- işsizlik üzerinde durmuştur. Bu çeşit bir işsizliğin bulunup bulunmaması ve dolayısıyla bir milli ekonomide yüksek istihdam seviyesine ulaşıp ulaşılmaması, Keynes'e göre tamamen o ekonomideki gelir ve harcama akımlarına bağlıdır. Bir ekonomide gelirler yüksek ise istihdam düzeyi de yüksek olacaktır; gelir ve harcama az ise istihdam da düşük olacaktır. Oysa; bir milli ekonomide gelir düzeyinin kendisi, halkın ve devletin o dönem içerisinde yaptıkları tüketim harcamalarının seviyesine bağlıdır. Keynes'in istihdam teorisini tartışırken en önemli nokta, bu toplam gelir seviyesinin ve onu tayin eden tüketim, yatırım ve devlet harcamaları gibi akımların neden yüksek ya da düşük seviyelerde olduğunu araştırmak olacaktır. Başka bir deyişle, çeşitli harcama akımlarını etkileyen temel faktörleri araştırmakla, bir taraftan gelir teşekkülü incelemiş olacak, diğer taraftan da Keynes'in istihdam teorisini daha iyi anlama fırsatı doğacaktır¹⁹. Keynes istihdam düzeyini efektif talebe, yani gelir ve harcamaların seyrine bağladıktan sonra, yatırım ve tüketim harcamalarını etkileyen temel faktörleri incelemiş ve bunların toplamı tam istihdamı sağlamak için yetersiz kaldığı zaman, devletin kamu harcamaları yoluyla işsizliği nasıl ortadan kaldırdığını göstermeye çalışmıştır.

Modern istihdam teorisinde milli gelirin belirlenmesinde tüketimin pasif bir rol oynadığı varsayılmaktadır. Tüketim harcamalarının en önemli özelliği ise, çok büyük sayısal değişiklikler göstermemeleri yani istikrarlı olmalarıdır. Bu normal bir

¹⁸Ülgener, a.g.e., ss.158-159.

¹⁹Üstünel, a.g.e., ss.185-186.

eğilim sayılabilir. Çünkü, tüketim ekonomik faaliyetlerin ana amacıdır. Ekonomi en azından insanların yaşamlarını sürdürme imkânı yaratmalıdır, bu onun birinci görevidir. Milli geliri artıran aktif unsur, yatırım harcamalarıdır. Yatırım harcamalarında meydana gelen bir artış çarpan prensibinin işlemesiyle milli geliri artırmakta, artan milli gelir sebebiyle tüketim artmakta, artan tüketim de hızlandıran prensibiyle yeni yatırımları teşvik etmekte ve böylece büyüme süreci meydana gelmektedir. Bu mekanizma çerçevesinde hareket etmekte olan bir ekonomide, herhangi bir nedenle tüketim harcamalarında meydana gelen bir azalış, yatırım ya da hükümet harcamaları ile telafi edilmezse, milli gelirin düşmesine neden olacaktır.

1.3 TÜKETİM HARCAMALARINI BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Tüketiciler, satınalma kararlarını, çok sayıda faktörün etkilerinin bileşimi sonucu vermektedirler. Bu kısımda, tüketim harcamaları üzerinde etkili olan bu faktörler analiz edilmiştir. Tüketim üzerinde etkili olan faktörleri, farklı biçimlerde tasnif etmek mümkün olmakla birlikte, bu çalışmada bu faktörler ekonomik, demografik, davranışsal ve sosyo-kültürel faktörler olarak tasnif edilmiştir.

1.3.1 Ekonomik Faktörler

Tüketim harcamaları üzerinde farklı değişkenlerin etkisi olmakla birlikte, bu değişkenler içerisinde en önemli olanları ekonomik faktörlerdir. Ekonomik faktörler içinde ise gelir, tüketim harcamalarını belirleyen ana determinant olarak kabul edildiğinden, tüketimle ilgili çalışmalar ağırlıklı olarak, gelir-tüketim ilişkisi üzerinde yoğunlaşmıştır.

1.3.1.1 Gelir

Tüketim harcamalarının seviyesini belirleyen temel etken, verili bir zaman diliminde, gelir düzeyidir. Hanehalkının geliri, genellikle cari harcanabilir gelir olarak ölçülmektedir. *Cari* kavramı, cari bir zaman diliminde (bugün, bu ay, bu yıl) elde edilen geliri kasetmek için kullanılmaktadır. Geçmiş ya da gelecek gelir muhakkak ki tüketimi etkilemektedir; fakat bunların tüketim üzerindeki etkisi

hanehalkının serveti yoluyla olmaktadır, geliriyle değil²⁰. Şüphesiz tüketim seviyesinin belirlenmesinde gelirin yanında diğer faktörler de etkilidir. Ancak, gelir tüketimi belirlemede diğer faktörlere göre stratejik bir öneme sahiptir.

Tüketim gelir seviyesine bağlı olduğu gibi, gelir seviyesini tayin eden faktörlerden biri de tüketimdir. Modern istihdam teorisinde birisinin tüketimi, diğerinin geliri anlamına gelmektedir. Yüzbinlerce insanın istihdam edildiği tüketim malı endüstrilerinin çarklarının dönmesi ancak yeteri kadar tüketim harcaması yapılması ile mümkündür²¹.

Gelirle tüketim harcamaları arasındaki ilişki ile ilgili çalışmaların geçmişi 18.yüzyılın sonlarına kadar uzanır. Gelirle tüketim arasındaki bağlantı, ilk defa açıkça Engel ve Schwabe tarafından ortaya kovanlar. Bunların tesbit ettikleri eğilimlere kendi adları verilmiştir. Engel Kanunu'na göre; gelirin zorunlu ihtiyaçlara harcanan kısmı, yüzde olarak, düşük gelir gruplarında yüksektir. Yani, fakir kimseler nisbi olarak gelirlerinin daha büyük bir kısmını zorunlu ihtiyaçları için harcarlar. Schwabe Kanunu'na göre ise; ev kirasının gelir içindeki nisbi payı, düşük gelir gruplarında daha fazla, yüksek gelir gruplarında daha azdır. Yani, fakirler gelirlerine oranla daha fazla kira ödemektedirler. Geçen yüzyılda yapılan bu gözlemler 20. Yüzyılda yapılan araştırmalarda da doğrulanmıştır. Gerçekten düşük gelirli sınıflar, gelirlerinin tamamını ya da büyük bir kısmını zorunlu ihtiyaçlarına sarfederler, sırası ile, beslenme, barınma ve giyim için harcarlar. Yüksek gelirli yani zengin sınıflarda durum tersinedir. Yüksek gelirli sınıflar, düşük gelirli sınıflara nazaran, hem nisbi hem de mutlak olarak daha fazla tasarrufta bulunurlar. Bu ilişkiler kısa dönemde kolay kolay değişmezler²².

Bu çalışmada esas olarak, gelir tüketim ilişkisi incelendiğinden, gelirin tüketim üzerindeki etkisi, tüketimin gelir hipotezleri başlığı altında ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

²⁰Boyes and Melvin, a.g.e., s.217;

http://members.shaw.ca/elementaleconomics/mac_2_2.html.

²¹Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, **Türkiye'de Gelir Dağılımı ve Tüketim Kalıpları**, Ankara: 1997, s.52.

²²Robert Ferber, "Research on Household Behavior", Survey of Economic Theory, **American Economic Association**, Vol. 3, 1972, s. 138;

Aziz Köklü, **Makro İktisat**, Ankara: S Yayınları, 1976, s.85.

1.3.1.2 Gelir Dağılımı

Toplam harcanabilir gelir düzeyi, toplam tüketim harcamalarını belirleyen en önemli faktördür. Bununla birlikte, toplam harcanabilir gelirin dağılımı da, tüketim-gelir ilişkisinin belirlenmesinde önemli parametrik determinantlardan birisidir. Herhangi veri toplam harcanabilir gelir düzeyinde, tüketim harcamalarının seviyesi, bu gelirin, gelir grupları arasında az ya da çok adil dağılımından da etkilenmektedir²³.

Bilindiği gibi, zengin insanların tüketim eğilimi fakir insanların tüketim eğiliminden daha düşüktür. Zenginler gelirlerinin daha küçük, fakirler ise daha büyük kısmını tüketirler. Gelir dağılımındaki bir değişme, gelir elde edenlerin tüketim eğilimleri aynı olmadığında, toplam tüketim düzeyini etkiler²⁴. Tüketim harcamaları açısından, gelir dağılımının önemi, marjinal tüketim eğiliminin farklı gelir düzeylerinde aynı olmamasından kaynaklanır. Bütün gelir düzeylerindeki tüketicilerin marjinal tüketim eğilimleri aynı olsa idi, gelir dağılımının değişmesinin etkisi olmazdı. Gelir dağılımında, örneğin fakirlerin lehine bir değişiklik olursa, tüketim eğilimi artacaktır. Çünkü, zenginlerden fakirlere aktarılan her liranın, eskisine göre daha büyük bir kısmı tüketim için kullanılacaktır. Aksine, gelir dağılımı zenginlerin lehine değişirse, bu sefer tüketim eğilimi düşecektir. Ancak bir ülkenin gelir dağılımı, normal şartlar altında bugünden yarına, kısa sürede değişmez. Bu nedenle, kısa dönemde gelir dağılımını sabit varsaymak gerekir²⁵.

Daha eşit gelir dağılımının her zaman gelirin daha büyük kısmının tüketime tahsisine yol açacağı da her zaman doğru değildir. İlk bakışta böyle bir etki her zaman normal gibi görünse de, bunu sınırlandıran, hatta önemli ölçüde ortadan kaldıran bir kısım faktörler vardır. Bu faktörlerden²⁶:

²³Edward Sapiro, *Macroeconomic Analysis*, Third Edition, New York: Harcourt Brace Javonoich Inc, 1974, s.146.

²⁴John Lindauer, *Macroeconomics*, New York: John Wiley & Sons Inc. 1968, s.24;

Eugene A.Diulio, *Schaum's Outline of Theory and Problems of Macroeconomic Theory*, Çev. Ahmet Gökdere, 3. Baskı, İstanbul: Türkiye Ekonomi Kurumu, 1988, s.70.

²⁵Wallace C.Paterson, *Income, Employment, Economic Growth*, Sixth Edition, New York: W.W.Norton Company, 1988, ss.189-190;

Joseph P. Mc Kenna, *Makroekonomik Analiz*, Çev. K.Y. Zoral, T. Hatunoğlu, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları; 1979, s.91.

²⁶Sapiro, a.g.e., s.146-147.

Birincisi; gelir dağılımı sabit, durağan değildir, zaman içinde yavaş yavaş fakat sürekli bir biçimde değişmektedir. Kısa dönemde gelir dağılımındaki değişikliklerin etkisi azdır. Ücret farklılıkları, mülkiyet dağılımı, verimlilik farkları gibi gelir dağılımını belirleyen yapısal faktörler yıldan yıla küçük değişimler göstereceği için, buna bağlı olarak gelir dağılımındaki değişiklikler de küçük olacak ve harcanabilir gelirden tüketime giden kısımda küçük bir etki yapacaktır. Bu etki ancak uzun dönemde (on yıl ve üzeri) belirgin hale gelmektedir. Tabii kasıtlı olarak, hükümetin kamu politikalarıyla bu değişimi hızlandırabileceği gözardı edilmemelidir. Ancak, geçmiş gözlemler hükümet müdahalelerinin kısa dönemde pek başarılı olmadığını göstermektedir.

İkincisi; gelirin yeniden dağılımı sonucunda, bir kısım ailelerin geliri artarken diğer bir kısmınınki düşecektir. Farklı gelir düzeyindeki aileler, gelirlerini tüketim ve tasarruf arasında aynı şekilde bölüşürmezler. Farklı gelir düzeylerindeki ailelerin marjinal tüketim eğilimleri (MPC) ve ortalama tüketim eğilimleri (APC) farklıdır. MPC; artan gelirin ne kadarının tüketime gideceğini, APC ise, toplam harcanabilir gelirin ne kadarlık kısmının tüketime gideceğini gösterir. Bu ayrım önemlidir; çünkü değişik gelir seviyelerindeki hanehalklarının MPC'leri arasındaki fark, APC'leri arasındaki farka oranla çok daha azdır, hatta aynı sayılabilir. Eğer bu doğru ise, herhangi bir yeniden dağılımının toplam tüketim harcamaları üzerindeki etkisi, değişik gelir düzeylerindeki ailelerin APC'sinden çok MPC'lerine bağlı olacaktır. O zaman, yeniden dağılımın tüketim harcamalarını artırıcı etkisinin abartıldığı kadar güçlü olmadığı anlaşılacaktır.

Üçüncüsü; gelirin yeniden dağılımının tüketim harcamalarını artıracığı yönündeki görüş ancak, mutlak gelir hipotezi çerçevesinde doğrudur. Bu hipoteze göre, tüketiciler mal ve hizmetlerle ilgili karar verirken, diğer tüketicilerin tercihlerinden bağımsız hareket etmektedirler. Bu hipoteze göre, gelir kısa dönemde tüketimin tek determinantı olup, çeşitli tedbirler yardımıyla geliri yeniden dağıtılarak, hanehalkları farklı bir gelir dilimine yerleştirilebilirse, daha önce bu dilimde bulunanların gelir tüketim yapısına uymak durumunda kalacaklardır²⁷. Bu görüş şu varsayım ile desteklenmektedir; düşük gelir gruplarındaki tüketici birimleri için, ortalama tüketim eğilimi kadar marjinal tüketim eğilimi de yüksektir. Bu

²⁷Paterson, a.g.e., s.191.

varsayım doğru ise, depresyon yıllarında tüketim fonksiyonunu yukarı kaydırarak toplam talebi artırmak için nakdi gelir dağılımında daha fazla eşitlik sağlanması için çaba gösterilmelidir. Bu amaçla vergi ve transfer harcamaları kullanılabilir.

Gelirin yeniden dağılımı ile ilgili eleştiriler, mutlak gelir hipotezi yerine tüketicilerin mal ve hizmet tercihlerinde birbirlerinden bağımsız olmadıkları, aksine birbirleri ile ilişkili olduklarını iddia eden “nisbi gelir hipotezi”nin geliştirilmesine yol açmıştır. Bu hipoteze göre, herhangi bir ailenin ya da harcama biriminin tüketim seviyesi, diğer ailelerle ilgili olmak kaydıyla, kendi gelir seviyesine bağlıdır. Diğer bir ifadeyle, tüketim standartları diğerlerini taklit etme yapısına sahip olup, yalnız o harcama biriminin gelirine bağlı olmamakta, aynı zamanda üst gelir gruplarında yer alan harcama birimlerinin tüketim kalıplarına da bağlı olmaktadır. Eğer tüketici istekleri, birbirleri ile ilgili ve tüketim standartları yönünden taklit özelliği gösteriyorsa daha fazla eşitlik için gelirin yeniden dağılımı için alınacak tedbirler tüketim harcamalarını yükseltmeyebilir, aksine böyle bir yeniden dağılım tüketim harcamalarını düşürebilir. Ekonomik davranışları birbirlerine bağlı olan ve rekabet unsuru taşıyan bir toplumda, eğer üst gelir gruplarının gelir ve tüketimleri azalursa, düşük gelir gruplarındakilerin tüketim harcamalarını artırmaları yönündeki baskı azalmış olacaktır. Bu grupların amaç edindikleri tüketim standartları düşürülmüş olacak ve böylece kendi tüketim standartlarına yerleşmiş olacaklardır. Toplumun tamamı düşünüldüğünde, tüketim harcamalarında bir azalma olacaktır; çünkü düşük gelir grubundaki tüketicilerin özendiği yaşam standardı düşmüştür. Bu nedenle, gelir dağılımındaki eşitsizlik tüketimi kamçulamakta ve eşitlikçi bir gelir dağılımı ise tüketim artışını frenlemektedir²⁸.

Sürekli gelir hipotezine göre ise, gelirin yeniden dağılımı, tüketim harcamalarını etkilemez. Sürekli tüketimin sürekli gelire oranı, tüketici gelirinin her düzeyinde aynıdır ve geçici tüketimle geçici gelir arasında hiç bir ilişki yoktur. Gelir grupları arasında eşitliğe yönelik bir yeniden dağılım politikası, düşük gelirli tüketicilerin gelirlerinde bir artışa neden olurken, yüksek gelirliyelerinde azalmaya neden olacaktır. Gelirdeki bu artış ve azalışlar, tüketiciler tarafından pozitif ve negatif geçici gelir olarak algılanacaktır.

²⁸James Duesenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Cambridge: Harvard University Press, 1949, ss.17-46;
Cafer Unay, *Makro Ekonomi*, 7.Baskı, Bursa: VİPAŞ A.Ş., 1999, s.64.

Sürekli gelir teorisine göre, hem düşük gelirli hem de yüksek gelirli tüketiciler tüketimlerini değiştirmezler ve gelirin yeniden dağılımı politikası tüketim harcamaları üzerinde etkisiz kalır. Ancak gelirin yeniden dağılım politikası uzun bir süre devam ettirilirse bu artışların geçici değil, sürekli olduğu kabul edilecektir. Bu durumda, ancak uzun süreli yeniden dağılım politikaları tüketim harcamaları üzerinde etkili olabilecektir.

Sonuç olarak, gelirin yeniden dağılımı ile ilgili politikaların tüketim fonksiyonu üzerindeki etkisinden söz edilse bile, bu etki oldukça belirsizdir. Buna rağmen iktisatçıların çoğu gelir dağılımının, tüketim fonksiyonunun eğimini ve seviyesini belirleyen en önemli etken olduğunu konusunda görüş birliği içindedirler. Fakat, kısa dönemde gelir dağılımının ne derece değişeceği ya da değişiklikler olsa bile tüketim fonksiyonu üzerinde ne gibi etkiler icra edeceği konusunda görüş birliği yoktur²⁹.

Bütün bu tartışmaların ötesinde, gelir dağılımının tüketim üzerindeki etkisi, gelişmekte olan ülkeler için ayrı bir öneme haizdir. Çünkü bu tip ülkelerde, -ki ülkemiz de bunların arasında yer almaktadır- çok defa, çok adaletsiz olan gelir dağılımını düzeltmek, tüketim eğilimini artıracığı için, sermaye birikimini ve dolayısıyla kalkınma (büyüme) hızını yavaşlatabilecek bir etken olarak gündeme getirilir. Bu durum ise özellikle sosyal politika uygulamalarının kısıtlanmasına yol açmaktadır. Açıktır ki, sosyal adaletle kalkınma arasındaki bu çelişki, kalkınmayı özel sektör eliyle gerçekleştirmek isteyen kapitalist sistemi benimseyen ülkeler için söz konusudur. Gerçekten, kalkınma için gerekli yatırımları yapmak görevi, esas olarak, bir girişimci sınıfın görevi olarak kabul ediliyorsa, üst gelir grubunda yer alan bu sınıfın gelirlerinin kısılması kalkınma çabalarını olumsuz etkileyecektir³⁰.

1.3.1.3 Servet

Tüketim harcamaları üzerinde, güçlü bir etkisi olduğuna inanılan diğer bir faktör, tüketicinin sahip olduğu finansal aktifler ile dayanıklı tüketim malları bileşiminden oluşan varlıkları, yani servetidir. Servet, hanehalkının sahip olduğu

²⁹Ekrem Dönek, "Tüketim Modellerinde Gelir Dağılımı ve Yaş Yapısı: İktisat Politikası Açısından Bir Değerlendirme", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 14, Sayı 2, 1996, s.93;

Paterson, a.g.e., s.191.

³⁰Aren, a.g.e., s.42.

bütün varlıkların değeridir. Servet stok bir değişkendir; hanehalkının mülkiyetinde bulunan bütün evleri, arabaları, vadeli ve vadesiz mevduat hesapları, hisse senetleri, bono ve benzerlerini kapsamaktadır. Diğer şeyler sabitken, tüketim fonksiyonunun pozisyonu, hanehalkının sahip olduğu reel servete bağlıdır ve daha fazla servete sahip olan tüketicilerin daha çok tüketimde bulunmaları makul görünmektedir. Hanehalkının reel servetinde bir artış olduğunda, her harcanabilir gelir düzeyinde tüketim harcamaları artacak ve tüketim fonksiyonu yukarı kayacaktır. Aksi durumda, reel servette meydana gelen bir azalma durumunda tüketim fonksiyonu aşağı kayacaktır³¹.

Hanehalkları, yıllık tasarruf akımları sayesinde, varlıklar stokuna (servetlerine) katkıda bulunurlar. Daha büyük bir servet ise, tüketim imkânlarını yükseltir. Bu nedenle, yıllık tasarruf akımları, *ceteris paribus*, varlıklar stokunu artırır ve tüketim fonksiyonu yukarı kayar. Servetin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi iki alt başlıkta incelemek mümkündür; finansal (likit) aktiflerin ve dayanıklı mal stokunun etkileri.

1.3.1.3.1 Finansal Aktifler

Finansal varlıklar, hanehalkının sahip olduğu nakit parası, vadesiz ve vadeli mevduatı, tahvil, bono ve hisse senedi gibi kolaylıkla nakde çevrilebilir varlıklarından oluşmaktadır. Bu gibi varlıklar, potansiyel satın alma gücü için bir rezerv özelliği taşırlar. Mantıkî olarak, elinde kolayca nakde çevrilebilir, büyük miktarda finansal varlığı bulunan bir tüketicinin, tüketim harcamaları için, cari harcanabilir gelirinin sınırlamasından kaynaklanan baskının altında kalmayacağı söylenebilir³².

Akla en yakın hipotez, tüketim harcamalarının finansal aktiflerin değeri ile doğrudan ilişkili olarak değişmesidir. Bu aktifler, tüketiciler tarafından kolaylıkla

³¹Roger LeRoy Miller, *Economics Today; The Macro View*, New York: Harper Colins Publisher, 1991, s.252;

David Begg, Stanley Fisher and Rudiger Dornbusch, *Economics*, Fourth Edition, İstanbul: Literatür Yayıncılık, 1994, s.426;

Paterson, a.g.e., s.185.

³²William J. Boumol and Alan S. Blinder, *Macroeconomics*, Fifth Edition, New York: Harcourt Brace Javanoich Inc., 1991, s.127;

Lindauer, a.g.e., s.25.

satın alma gücüne tahvil edilebilirse, acil durumlarda, ihtiyaç halinde, kullanılabilecek bir rezerv oluşturulmuş olur. Finansal aktiflerin bu özelliğinden dolayı, bir rezerv oluşturmak için cari gelirin bir kısmını tasarruf etmeye fazla ihtiyaç duyulmaz. Bunun anlamı, diğer şeyler aynı kalmak üzere, tüketicinin elinde bulundurduğu likit varlıklarda meydana gelecek bir artışın tüketim fonksiyonunu yukarı kaydırmasıdır³³.

Tüketim harcaması ile finansal aktifler arasındaki doğrudan ilişki hipotezi bazı sınırlamalara tabidir. En başta, tüketimi artırıcı etkinin gücü, bu varlıklardaki artışın gelir gruplarına dağılımına bağlıdır. Bu aktiflerdeki artış, yüksek gelir gruplarında yoğunlaşmışsa, bu gruplar her zaman gelirlerinin önemli bir kısmını tasarruf ettiklerinden, finansal aktiflerde meydana gelecek bir artışın, ekonominin bütünü açısından tüketim harcamalarını artıracığı şüphelidir. Bu bakış açısı geçerli olduğunda, likit aktiflerdeki artış, her zaman tüketim harcamalarında bir artışa neden olmaz³⁴.

Finansal varlıkların mülkiyetinin dağılımına ek olarak, bu varlıkların reel değerindeki değişimler de tüketim ve tasarruf kararları üzerinde etkili olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, finansal aktiflerin nominal değerinin dikkate alınması yanıltıcı olabilir. Tüketicilerin finansal servetlerinin çoğu, sabit, nominal parasal değere sahip varlıklar halinde elde tutulur. Bunun en açık örneği, bizatihi üzerinde yazılı nominal değerden işlem gören paranın kendisidir; bununla birlikte, devlet tahvili, tasarruf hesapları gibi varlıklar da üzerlerinde yazılı nominal değerle ifade edilmektedir. Açıktır ki; bu tip varlıkların değeri, fiyatlar genel düzeyinde bir yükselme olduğunda düşer ve bu durum, bu varlıkların daha az satın alma gücüne sahip olması anlamına gelir. Daha yüksek fiyatlar genel düzeyi, tüketici servetinin satın alma gücünü aşındırarak, mal ve hizmetlere karşı talebinin düşmesine neden olur³⁵. Dolayısıyla finansal aktiflerin reel değerlerinin dikkate alınması gerekir. Finansal aktiflerin reel değerlerinde meydana gelen değişikliklerin tüketim harcamaları üzerindeki etkisini ilk defa açık bir şekilde Pigou ortaya koyduğundan, onun ismine atfen bu olaya "Pigou etkisi" adı verilmektedir. Pigou etkisine göre, fiyatlar genel düzeyindeki bir

³³Paterson, a.g.e., s.185.

³⁴Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., s.67;

İlker Parasız, *Makro Ekonomi*, Bursa: Ezgi Kitabevi, 1994, s. 96.

³⁵Boumol and Blinder, a.g.e., ss.127-128.

düşme, tüketim fonksiyonunun yukarı kaymasına yol açar. Fiyatlardaki düşme, tüketicinin mali varlıklarının reel değerini yükseltir ve bu da daha fazla tasarrufta bulunma ihtiyacını azaltır. Benzer şekilde faiz haddindeki yükselmeler, sabit gelirli menkul kıymetlerin parasal değerini düşürür. Beklenen kâr oranı ve iskonto hadlerindeki değişikliklerden etkilenen hisse senedi fiyatları da hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde etkili olmaktadır. Farzedelimki, verimlilikteki bir artışa binaen, beklenen kârlar yükselmiş olsun. Bu durumda hanehalkının sahip olduğu hisse senetlerinin değerinde, dolayısıyla servetlerinde bir artış meydana geleceğinden, daha fazla tüketimde bulunmak isteyeceklerdir. Dolayısıyla, fiyatlar, faiz hadleri ve beklenen kâr oranlarındaki değişimler, hanehalklarının varlıklar stokunun değerini etkileyerek, tüketim fonksiyonu etkileyecektir³⁶. Keynes te, varlıklı sınıfların tüketiminin, servetlerinin parasal değerindeki beklenmedik değişikliklere karşı aşırı duyarlı olabileceğini ifade etmektedir. Keynes, bu etkiyi kısa dönemde tüketim eğiliminde değişikliğe yol açabilecek faktörlerden biri olarak kabul etmektedir³⁷.

1.3.1.3.2 Dayanıklı Mal Stoku

Tüketicilerin harcama ve tasarruf bileşimini etkileyen ikinci grup varlıklar, sahip buldukları dayanıklı mal stokudur. Hanehalkının sahip olduğu dayanıklı mal stoku, tüketim harcamaları üzerinde dual bir etkiye sahiptir.

Genel bir kabul olarak, büyük miktarlarda dayanıklı mal stokuna sahip olan tüketiciler, diğer şartlar değişmediği sürece, tüketimlerini kısma eğilimindedirler. Bu gibi mallar, tüketici için bir nevi sermaye yatırımı olup, var oldukları uzun süre boyunca tüketiciye hizmet verirler. Elinde büyük miktarlarda dayanıklı mal stoku bulunan bir tüketicinin, bu malları satın almak için harcanabilir gelirinin bir kısmını ayırmak gibi bir ihtiyacı yoktur. Örneğin, yeni bir buzdolabı alan bir ailenin, nisbeten modası geçmiş, eski bir buzdolabına sahip bir başka aileye göre, yeni bir tane satın almak için çok daha az istek duyacağı açıktır. Bir diğer harcama kısıcıcı etki ise,

³⁶Edward M.Gramlich, "Consumption and the Wealth Effect: The United States and the United Kingdom", London, 2002,

<http://www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2002/20020220/default.htm>;

Paterson, a.g.e., ss.185-186;

Diulio, a.g.e., s.70.

³⁷Keynes, a.g.e., s.93.

dayanıklı mal stokunun varlığından kaynaklanmaktadır³⁸. Örneğin, kendi otomobili olan bir kişi, gelirinin önemli bir kısmını diğer ulaşım kolaylıkları için harcama ihtiyacı duymaz. Benzer durumlar, televizyon, radyo, çamaşır makinesi ve diğer dayanıklı tüketim malları için de geçerlidir.

İkinci etki ise, harcamaları artırıcı yönde olanıdır; dayanıklı tüketim mallarına sahip olmanın diğer bazı harcamaları uyardığı gözden kaçırılmamalıdır. Hanehalkı, sırf bu mallara sahip olduğundan, bakımları ve kullanılmalarının gereği olan bir takım masraflara katlanmak zorundadır. Örneğin, bir otomobile sahip olmak, benzine, yeni lastiklere vb. diğer yedek parçalara harcama yapmayı ve servis giderlerini karşılamayı gerektirir. Üstelik, otomobil sahibi, sigorta ve otomobili kullanabilmek için gerekli diğer hizmetler için de harcama yapmak zorundadır. Otomobili olmayan bir aile için ise, bu harcamalar hiç mevzu olmayacaktır³⁹.

Sonuç olarak, bu etkilerden hangisinin tüketim harcamaları üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğunu söylemek zordur. Çünkü, dayanıklı mallar satın alındıktan sonra uzun bir süre, bu gibi mallara harcama yapılması gerekmediği görüşünden hareketle, tüketicilerin harcamalarını kısacağı beklenebilir. Fakat bu mallar yıprandıkça tekrar tüketim harcamasının seviyesi yükselecektir. Dayanıklı tüketim malları stokunun tüketim harcamaları üzerinde etkisi ile ilgili olarak ulaşılan temel sonuç; bu tip mallar, taşıdıkları çok uzun süre dayanabilme özelliği ile tüketim harcamaları üzerindeki belirsizliğin en güçlü unsurunu oluşturmaktadır. Dayanıklı tüketim mallarına yapılan harcamalar, diğer mallara yapılan harcamalara göre oldukça yüksek volatiliteye sahiptir.

1.3.1.4 Geçmiş Tüketim

Tüketici, dünden devraldığı gelir ve tüketim standardı ile geleceğe dair umut ve beklentilerinin karma bütünü içinde cari tüketim harcamalarına karar verir. Bu konudaki orijinal katkı Duesenberry'e aittir. Teori ana hatlarıyla şöyledir: Tüketim harcamaları yalnız cari gelirin değil, fakat geçmişte elde edilen en yüksek gelirin,

³⁸Lindauer, a.g.e., s.27;

Paterson, a.g.e., s.186-187.

³⁹Paterson, a.g.e., s.186-187;

Lindauer, a.g.e., s.27.

dolayısıyla tüketim standardının fonksiyonudur. Gelir seviyesi yükseldiği zaman, tüketim kolaylıkla intibak edebildiği halde, gelir seviyesi düştüğü zaman, tüketim aynı oranda düşürülemez. Tüketicinin bu davranışının nedeni açıktır; yakın geçmişteki yüksek gelir seviyesi alışkanlıklar meydana getirmiştir. Her insanın alıştığı bir tüketim kalıbı vardır, bunu normal koşullarda kolay kolay değiştirmek istemez. Bu nedenle, gelirdeki değişimler tüketim harcamalarına hemen yansımaz⁴⁰.

Tüketimin gelir hipotezlerinin hemen hepsinde tüketim alışkanlıklarının varlığı kabul edilmekte ve tüketimin yıldan yıla hemen değişmeyeceği fikri açık ya da zımnen yer almaktadır. Özellikle, nisbi gelir hipotezinde geçmişte ulaşılan tüketim seviyesinin özel bir anlamı vardır. Cari tüketimin açıklanmasında alışkanlıkların etkisi, geçmiş tüketim değişkeninin tüketim fonksiyonuna dahil edilmesini gerektirir. Ancak bu konuda her zaman geçerli sayılabilecek kesin bir matematiksel formülasyon verilememektedir. Genel bir kanaate göre alışkanlıkların tüketimin azalmasına gösterdikleri direnç, artmasına gösterdikleri dirençten daha fazladır. İnsanlar daha müreffeh bir hayata nisbeten kolayca intibak edebildikleri halde düşük bir hayat standardına zor alışmaktadırlar⁴¹.

Tüketim eğilimi, ister az gelişmiş ister gelişmiş ülkelerde olsun, geriye doğru aynı çizgiyi izlememektedir. Bununla anlatılmak istenen davranış, geliri arttığı için yüksek bir tüketim seviyesine ulaşmış olan bir kimsenin, geliri azaldığı zaman da bu tüketim düzeyini sürdürmeye çalışması ve eski tüketim seviyesinden kolaylıkla geriye dönememesi, dönmeye razı olmamasıdır. Diğer bir ifadeyle, geliri arttığı için tüketimi artan bir ulusun ya da hanehalkının, geliri düştüğünde, tüketimi eski seviyesine düşmez⁴².

1.3.1.5 Fiyatlar ve Para Aldanımı

Tüketim, sadece gelirin değil, diğer faktörlerle birlikte; tüketilen mal ve hizmetlerin fiyatlarının da fonksiyonudur. Tüketici yalnızca gelirini değil, satın aldığı malların fiyatlarını da dikkate alarak tüketim kararını verir. Nakdi tüketim, yani

⁴⁰Ülgener, a.g.e., ss.174-175;

Köklü, a.g.e., ss.87-88.

⁴¹Avralıoğlu, a.g.e., s.100.

⁴²Aren, a.g.e., s.44.

muhtelif tüketim mallarının satın alınması için tahsis edilen para miktarı, gelirden başka, fiyatlar genel seviyesinin de bir fonksiyonudur. Ancak; gelir, fiyat seviyesine göre düzeltilmiş olarak yani reel olarak ele alınca fiyatları ayrı bir faktör olarak fonksiyona dahil etmeye gerek kalmaz⁴³.

Tüketim mal ve hizmetlerinin fiyatlardaki bir değişme halinde tüketim harcamalarında nasıl bir değişiklik olur? Örneğin fiyatlar yükselirse, toplam tüketim harcamaları düşer mi, artar mı? Ya da tersi olursa ne olur? Bu soruların cevabına geçmeden, öncelikle, birkaç ayırımın yapılması gerekir⁴⁴:

Birincisi, burada söz konusu olan, bir bütün olarak toplam tüketim harcamalarıdır, belirli bir ya da bir grup mal ya da hizmet için yapılan harcamalar değil. Tek bir mal ya da hizmetin fiyatında bir düşme olduğunda gelir ve ikame etkileri nedeniyle talep edilen miktar dolayısıyla o mala yapılan harcama değişecektir. İktisat teorisine göre, belirli bir maldan talep edilen miktar ile o malın fiyatı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Diğer şartlar veri iken, fiyatı düşen malın talebi artarken, fiyatı yükselen malın talebi düşer. Tüketim mal ve hizmetlerinin fiyatlarındaki bir değişme durumunda ise, harcamaları kaydıracak yada ikame edecek mal ve hizmetler olmayacaktır. Bu durumda tek bir ikame söz konusudur; kişisel tasarrufların tüketim ve tasarruf arasındaki ikamesi. Başka bir ifadeyle, tüketicisi, fiyatlarda bir düşme ya da yükselmeye, gelirini daha çok ya da daha az harcayarak tepki gösterecektir.

İkinci ayırım; tüketicinin fiyatlardaki bir değişikliğe nasıl tepki göstereceği, fiyatlardaki değişikliğin harcanabilir gelirdeki bir değişiklikle telafi edilmediğine bağlıdır. Eğer tüketicinin geliri fiyatlarla aynı oranda değişmişse, reel gelirden bir değişiklik yoktur. Oransal olarak farklı, az ya da çok değişmişse, reel gelirden bir değişiklik olacak ve tüketim harcamaları etkilenecektir.

Üçüncü ayırım; tüketicilerin fiyatlar ve gelirindeki değişikliği doğru idrak edip etmediğine, diğer bir ifadeyle para aldanımına uğrayıp uğramadıklarına bağlıdır.

⁴³Ülgener, a.g.e., ss.161-162.

⁴⁴Sapiro, a.g.e., s.144;

Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., s. 61.

Fiyatlarda bir artış olduğunu farzedelim. Fiyatlardaki artışın tüketim harcamalarını nasıl etkileyeceği, tüketicinin durumunu nasıl algıladığına bağlı olarak değişecektir. Bu da analizimizi kolaylaştıran üçüncü ayrımdır.

Reel gelirden bir değişme olmamasına rağmen, tüketiciler para aldanımına uğramışlarsa, reel tüketimde bir değişiklik olabilir. Farzedelim ki, belirli bir zaman diliminde fiyatlar ve tüketicilerin nominal geliri aynı oranda, mesela, %10 artmış olsun. Hanehalkları reel olarak, gelirlerinin değişmeden aynı kaldığının bilincinde iseler, diğer şeyler sabit kalmak şartıyla, muhtemelen, tüketim ve tasarruf davranışlarını değiştirmeden sürdüreceklerdir. Başka bazı hanehalkları her iki yönde para aldanımına maruz kalabilir ve tüketim harcamalarında bir değişiklik yapabilirler. Bunlardan bazıları, fiyatlardaki yükselmeyi görmelerine rağmen, ya cari gelirindeki yükselmeyi farkedemez ya da aynı oranda yükseldiğini gözden kaçırarak, cari gelirinin daha düşük oranda arttığını ve durumlarında reel olarak hiçbir değişme olmamasına rağmen, durumlarının kötüleştiğini düşünerek ona göre davranabilir. Gerçekte, tüketicinin durumunda bir kötüleşme yoktur, ancak tüketici öyle zannettiği için tüketimini artırmaktadır. Bu tip para aldanımının neticesinde, tüketiciler reel gelirlerindeki farazi düşüğe tepki olarak, gelirlerinin daha büyük bir kısmını tüketime ayırır ve tasarruflarını azaltırlar. Bu durumda, reel gelir değişmediği halde, reel tüketim harcamaları artmış olmaktadır. Diğer bir kısım hanehalkları ise, yalnızca cari gelirlerindeki artışı görebilir ya da gelirlerindeki cari artışın daha yüksek oranda olduğunu zannedebilirler. Bunun sonucunda reel olarak daha iyi bir duruma geldiklerini zannedebilirler. Durumlarının iyileştiğini düşünen tüketiciler gelirlerinden tasarruf ettikleri kısmı artırarak, tüketimlerini kısımlarlar⁴⁵.

Tüketici fiyatlarındaki artışla, harcanabilir gelirdeki artışların birbirlerini izlediği ve tüketim harcamalarının arttığı dönemler vardır. Dikkat edilirse, şimdi, reel harcanabilir gelirden bir değişiklik yokken, reel tüketim harcamalarının artması söz konusudur. Belirli bir dönemde, fiyat seviyesinde oldukça keskin artışlar olduğunda bu sonuç sık sık ortaya çıkar. Tüketici "yarın" fiyatlardaki yükselmenin artarak süreceği beklentisine sahipse, bugünkü gelirinden tüketime ayırdığı kısmı artıracaktır. Aksine,

⁴⁵Sapiro, a.g.e., s.144;

Akın İlkin, Erol Bozkurt, İlker Parasız ve Önder Özkazanç, İktisadi Analiz, Fasikül:2, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1987, ss.300-301.

tüketici cari dönem reel gelirinde bir düşme olmasa bile, gelecekte daha düşük fiyat seviyesi beklentisine sahipse, reel tüketim harcamalarını erteleyecektir⁴⁶. Reel tüketim harcamalarındaki bu değişiklikler, cari fiyat seviyesinin değil, gelecekte beklenen fiyat seviyesi hakkındaki beklentilerin sonucudur. Fiyat seviyesi beklentileri, cari reel tüketim harcamalarını etkileyebilen çok sayıdaki beklentilerden sadece birisidir. Bu nedenle konunun açıklamasını “beklentiler” başlığı altındaki takip eden kısma bırakıyoruz.

Bir çok faktörün yanısıra, esasen tüketimi etkileyen, gelirin yanında ikinci unsur fiyatlardır. Ancak, normal şartlarda, tüketim fonksiyonu reel terimlerle ifade edildiğinden, fiyatlar genel düzeyinin tüketim harcamaları üzerinde herhangi bir etkisi söz konusu değildir. Araştırmamızın bir yatay kesit analizi olması nedeniyle, tüketim kuramının, fiyatlar ve piyasa ile ilgili bölümlerine doğrudan ilgili olmadıkça değinilmeyecektir.

1.3.1.6 Beklentiler

Belirsizlik hayatın bir gerçeğidir. İnsanlar her zaman çeşitli risklerle karşılaşırlar. Gelecekte nelerle karşılaşacağını bilemeyen insan, çeşitli öngörülerde bulunarak riski minimize etmek ister⁴⁷. Gelecekle ilgili belirsizlikleri, çeşitli dataardan, deneyimlerinden yola çıkarak, kendilerine göre aşmaya çalışır ve beklentilerini oluştururlar. Tüketicilerin kendi dışındaki olayların gelecekte gösterecekleri gelişmeler hakkında sahip oldukları değer yargılarına bekleyişler ya da beklentiler adı verilir. Bireysel ve toplumsal özelliklerin de etkisiyle subjektif olarak oluşturulan beklentiler tüketim harcamaları üzerinde etkili olmaktadır.

Tüketim harcamaları üzerinde etkili olan en önemli beklentiler, tüketicinin gelecekteki geliri ve mal fiyatları ile ilgili beklentileridir. Örneğin, tüketici gelecekte şimdikinden daha düşük gelir beklentisine sahipse, bugünkü tüketimden kısmak isteyecektir. Bunun iki nedeni vardır; birincisi gelecekte ihtiyaçlarını karşılamak için borçlanmak zorunda kalmasın ve geliri düştüğünde borçlarını ödeyememe riskiyle karşılaşmasın. İkincisi; geliri düştüğünde belirli bir tüketim düzeyini sürdürme

⁴⁶Sapiro, a.g.e., s.145.

⁴⁷Hal R. Varian, *Intermediate Microeconomics*, Fourth Edition, New York: Norton, 1996, s.212.

arzusuna sahip olan tüketici, bugünden tasarruf ederek belirli bir rezerve sahip olmak isteyecektir⁴⁸. Aksine, son sınıfta okuyan bir üniversite öğrencisini düşünelim. Yakın bir gelecekte sürekli bir işe ve yüksek bir gelire kavuşmayı bekleyen öğrenci, şimdiden daha yüksek tüketim seviyesini sürdürmek için borçlanacaktır. Bunu yaparken, gelecekte elde edeceği yüksek gelir seviyesinde, hem daha yüksek bir tüketim standardı sürdürebileceğini hem de bugün aldığı borçları geri ödeyebileceğini düşünerek hareket edecektir.

Benzer etkiler, mal fiyatları ile ilgili beklentilerle ilgili olarak ta ortaya çıkacaktır. Eğer fiyatlarının düşeceği bekleniyorsa, gelecekteki daha düşük fiyatlardan daha fazla mal satın almada kullanılmak üzere cari gelirin daha yüksek bir kısmı tasarruf edilecektir. Aksine fiyatların yükselmesi bekleniyorsa, cari gelirden şimdi tasarruf edilecek kısım gelecekte daha az değere sahip olacağından, gelirin daha büyük bir kısmı, şimdi daha fazla mal satın alabileceğinden tüketime ayrılacaktır. Şimdi sıra enteresan bir konuya açıklama getirmeye geldi; bütün tüketiciler gelecekte mal fiyatlarının artacağını umarak, bugünkü tüketimlerini artırırlarsa, sırf bu orijinal beklentilerinin sonucu olarak yapmış oldukları tüketim, mal fiyatlarının yükselmesine neden olabilecektir. Öte yandan fiyatlarla ilgili beklentiler bu tartışmaların tam aksi bir etkiyi de gösterebilirler. Şöyle ki, tüketicilerin gelecekte daha yüksek fiyat beklentisine sahip olduklarını farzedelim. Onların gelecekte daha yüksek fiyat düzeyinde belirli bir tüketim seviyesini sürdürmek için şimdiki tüketim seviyesinden bir miktar fedakârlık ederek daha fazla tasarruf etmeleri hiçte olmayacak bir davranış gibi görünmemektedir⁴⁹.

Tüketicilerin ekonomik hayatın gidişatıyla ilgili beklentileri de tüketimleri üzerinde etkili olmaktadır. Tüketiciler, bir resesyon beklentisine sahip olduklarında, işlerini kaybetme ya da çalışma saatlerinde bir azalma endişesine kapıldıklarında, daha az tüketip daha çok tasarruf etme eğiliminde olacaklardır. Bu, tüketimin otonom kısmında bir azalma, tasarruflarda bir artışı ima eder. Aksine, tüketiciler iyimser beklentiye sahip olduklarında, tüketimin otonom kısmında bir artış ve tasarruflarda

⁴⁸James F.Ragan and Lloyd B.Thomas, *Principle of Economics*, San Diego: Harcourt Brace Jovanoich, 1990, s.214;

Miller, a.g.e., s.253.

⁴⁹Lindauer, a.g.e., s.23.

bir azalma meydana gelecektir⁵⁰. Tüketim harcamalarında kısa dönemde meydana gelen dalgalanmalar, belirli bir ölçüde iş hayatındaki kısa dönemli genişleme ve daralmaları görememekten etkilenir.

Ekonomik hayatla ilgili beklentilerin yanında reel tüketim harcamalarını etkileyen bir dizi başka beklentiden de söz etmek mümkündür. Tüketim harcamaları, ekonomik, sosyal ve siyasi hayata ilişkin tüm beklentilerden etkilenir. Mesela; yakın gelecekte bir savaş ya da bir doğal afet olacağı yönünde bir beklenti oluşmuşsa tüketim harcamalarının bundan etkilenmesi kaçınılmazdır. Yakın bir gelecekte, bir savaş çıkması olasılığı belirlediğinde, savaşın mal kıtlığı ile bir tayınlama sisteminin benimsenmesine yol açacağı beklendiğinde, hanehalkları gerçek bir kıtlık baş göstermeden önce malları “istiflemeye” çalışacaklardır. Böylece toplam tüketim fonksiyonu yukarı kayacaktır⁵¹.

1.3.1.7 Faiz Haddi

Hanehalkının gelirinin tüketimle tasarruf arasındaki paylaşımına etki eden faktörlerden bir tanesi de faiz haddidir. Faiz haddindeki değişimler iki yoldan tüketim harcamalarını etkilemektedir. Birincisi, klasik iktisatçıların çok önem verdikleri dolaysız etkidir. Genel Teori yayınlanmadan önce, faiz haddi, tasarruf ve tüketimin temel belirleyicisi olarak kabul edilmekteydi. Keynes öncesi hakim olan klasik görüşe göre, tasarruf ve tüketimin faiz haddine karşı esnek olduğu varsayılmaktaydı. Klasik iktisatçılara göre faiz, tasarrufun, yani tüketimi kısmanın karşılığıdır. Bu nedenle, faiz haddi ile tüketim arasında fonksiyonel bir ilişki vardır. Bu yaklaşıma göre, ceteris paribus, faiz haddi yükselirse, tüketim harcamaları azalır, tasarruflar artar ve hiç kimse faiz biçiminde bir karşılık almadıkça tasarrufta bulunmaz, eğer tüketicinin elinde faiz getirmeyen fazla tasarruf varsa, derhal tüketim için harcar. Ancak faiz haddinin tüketim harcamaları üzerinde bu derece büyük bir dolaysız etkiye sahip olduğunu kabul etmek imkânsızdır. Faiz haddinin tüketim

⁵⁰Boyes and Melvin, a.g.e., s.219.

⁵¹Diulio, a.g.e., s.75.

üzerinde etkisini kabul etmekle birlikte, yüksek faiz haddinin gelirin daha büyük bir kısmının tüketime tahsisine yol açacağını kabul etmek her zaman mümkün değildir⁵².

Belirli bir gelir düzeyinde, bireyin daha yüksek faiz haddinde daha fazla tasarrufta bulunup bulunmayacağı “ikâme etkisi” ile “gelir etkisinin” karşılıklı nisbi gücüne bağlıdır. Faiz oranları yükseldiğinde, cari tasarrufların artırılması karşılığında, gelecek dönemlerin tüketiminin artırılması mümkün hale gelmektedir. Cari dönemde yapılacak bir tasarrufun sağlayacağı reel faiz sayesinde, kişinin (iki dönemin toplamı dikkate alındığında) tüketimi artacaktır. Bu nedenle kişi, tasarruflarını artırarak, tüketimini gelecek döneme kaydıracaktır. İkâme etkisi, cari dönem tüketim harcamasını azaltır, tasarrufları artırır. Gelir etkisi ise borç ilişkisi içinde bulunan kişilerin, değişen faiz oranları ile birlikte değişen mali durumlarından hareket eder. Faiz haddindeki bir artış, net alacaklıya, cari dönem tüketiminde bir azalma olmaksızın gelecek dönem tüketiminde bir artış imkanı sağlar. Çünkü faiz haddinin yükselmesi ile birlikte net alacaklının geliri yükselecektir. Buna pozitif gelir etkisi denilir. Aynı şekilde net borçlu için faiz artışı, negatif gelir etkisi yaratacak ve cari tüketiminde bir artış olmaksızın gelecek tüketimini azaltacaktır⁵³. Gelir etkisi pozitif olduğu zaman tüketim harcamaları artacaktır, çünkü tüketiciler eskisine göre daha yüksek gelir elde etme imkânına kavuşmuştur. Negatif gelir etkisi ise, gelecekteki tüketiminde düşüşe katlanmak istemeyen tüketicinin bugünkü tüketimini kısarak, daha fazla tasarrufta bulunmasına yol açar. Tüketici bugünkü tüketimini kısarak daha az faiz ödeyecektir. İkâme etkisi, daha yüksek faiz haddinde daha fazla tasarrufa yol açarken, gelir etkisi daha yüksek faiz haddinde daha az tasarrufa yol açar. Özellikle belirli bir hayat standardını devam ettirmeyi arzulayan hanehalkları için aynı tüketim düzeyini daha az tasarrufla sürdürmek mümkün olacağından faiz haddinin yükselmesi cari tüketimi artırıcı etki icra edecektir.

Yüksek faiz oranlarında bile gelirlerinin nisbeten çok küçük bir kısmını tasarruf imkânı bulabilen düşük gelirli hanehalklarının, ikâme etkisi gelir etkisine ağır basabilir. Diğer yandan, gelirlerinin nisbeten büyük kısmını tasarruf eden yüksek gelirli hanehalklarında zıt bir sonuç ortaya çıkabilir. Gelir etkisi ikâme etkisine ağır

⁵²Keynes, a.g.e., ss.93-94;

Aren, a.g.e., ss.18-19, 43.

⁵³Paya, a.g.e., s.59.

basarak, tüketim harcamalarının artmasına yol açabilir. Önceki gruptaki tüketicilerin tasarrufları, faiz haddindeki yükselmeye aynı yönde cevap verirken, sonrakilerde, belirli bir noktaya kadar artan faiz haddiyle aynı yönde hareket eden tasarruflar, bir noktadan sonra tasarruf arz eğrisinin geriye dönmesi sonucu azalmaktadır. Geriye dönen tasarruf arz eğrisi, sadece yüksek faiz haddinde yaşanan özel bir durum gibi algılansa da daha düşük faiz hadlerinde de ortaya çıkması muhtemeldir⁵⁴.

Faiz haddinin tüketim harcamaları üzerindeki dolaylı etkisi daha önemlidir. Faiz haddindeki değişikliklerin, devamlı olması şartıyla, ödünç alma maliyeti ve servetin cari değerini değiştirme yoluyla tüketim harcamaları üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir. Devamlı gelir getiren servetlerin sermaye kıymetlerinin tayininde faiz haddi büyük rol oynamaktadır⁵⁵. Örneğin yılda 5.000 USD gelir getiren bir menkul kıymetin sermaye değeri, faiz haddi %5 iken, 100.000 USD, faiz haddi %2 iken, 250.000 USD'dir.

Yukarıdaki tartışmalardan da anlaşılacağı üzere, daha yüksek faiz haddinin her iki yönde etki edebileceği görülmektedir. Bu güçlerin kısmen birbirlerini dengeleyeceklerini düşünerek net etkinin çok küçük olması beklenebilir. Faiz haddinin tüketim üzerinde çok küçük bir etkisinin olduğuna dair kanaat 1930'lardan beri büyük kabul görmektedir. Bu konuda yapılan ampirik çalışmalarda tasarrufla faiz oranları arasında somut, net bir ilişki bulunamamıştır. Araştırmalar genellikle etkinin çok küçük ya da bulunmasının zor olduğunu ortaya koymuştur⁵⁶.

1.3.1.8 Tüketici Kredileri

Tüketici kredilerinin varlığı ve şartları, tüketicilerin satın alma güçlerini etkiler. Tüketici kredilerinin varlığı, satınalma kaynağının yalnız cari gelir olması durumuna göre daha fazla tüketim yapmaya fırsat verir. Tüketici kredileri kolaylıkla

⁵⁴Michael R.Edgmand, *Macroeconomics, Theory and Policy*, Third Edition, New Jersey: Prentice-Hall Inc.,1997, s.94;

Sapiro, a.g.e., s.142.

⁵⁵ Diulio a.g.e., s.70;

⁵⁶Dornbusch and Fisher, a.g.e., s.319;

Cassar and Cordina, a.g.m., s.39;

Prema-Chandra Athukorala and Pang-Long Tsai, "Determinants of Household Saving in Taiwan: Growth, Demography and Public Policy", Working Paper, Canberra, 1999, s.21.

elde edilebiliyorsa ve maliyeti düşükse, tüketicilerin ödünç almaları ve böylece her harcanabilir gelir düzeyinde toplam olarak daha az tasarrufta bulunmaları mümkündür. Artan tüketici kredisi, ceteris paribus, tüketim fonksiyonunun yukarı kaymasına neden olur⁵⁷.

Tüketici kredilerinin taksit sayısındaki ve ödeme koşullarındaki değişiklikler de tüketim talebini etkiler. Mesela; tüketici kredisinin taksit sayısının artırılması ve/veya faiz oranlarının düşürülmesi hanehalklarını daha fazla tüketimde bulunmaya istekli hale getirecektir. Tipik olarak, satın alınmaları faize duyarlı ve ödeme süreleri uzun dönemi kapsayan, otomobil ve ev gibi dayanıklı mallarda, yükselen faizler satın alınan miktarlarda bir düşüşe neden olacaktır. Özellikle otomobil satışlarının, tüketici kredilerinin varlığından ve şartlarından ne derece etkilendiği herkesin malumudur. Bu durumu anlamak çok zor değildir, çünkü bu tip yüksek hacimli harcamalar genellikle borçlanılarak finanse edilirler. Bu nedenle, yükselen faiz oranları, bu gibi malların daha pahalı hale gelmesine neden olarak satın alınmalarını zorlaştırır. Bu tip harcamalar, tüketici kredileri olmadığında, ya eldeki nakit kaynaklar kullanılarak, ya diğer varlıklar satılarak karşılanacak ya da yeterli finansmanı sağlayacak miktar tasarruf edilinceye kadar uzun bir süre beklenecektir⁵⁸. Açıktır ki, ne her tüketicinin yeterli nakit kaynağı ve birikmiş serveti, ne de gelirinden tasarruf edecek kadar uzun süre bekleyecek sabrı vardır. Muhtemelen tüketiciler kredi imkânları olmadığında bu tip malları almayı düşünmeyeceklerdir.

Tüketici kredilerinin faizi yani maliyetleri ile ilgili özel bir duruma da değinmekte yarar vardır: Tüketiciler için ödedikleri faizin bir maliyet getirdiği doğrudur. Ancak gerçek hayatta tüketicilerin önemli bir kısmı, ödedikleri faizin toplam miktarından çok aylık taksitlerin miktarını dikkate almaktadır⁵⁹. Yani kredilerin geri ödenmesi aşamasında, aylık taksitleri cari gelirlerinden rahatlıkla ödemeleri mümkün olduğunda tüketiciler faiz maliyetini ikinci plana atabilmektedirler.

⁵⁷Diulio, a.g.e., s.70.

⁵⁸Roger LeRoy Miller, *Economics Today; The Macro View*, New York: Harper Collins Publisher, 1991, s.253;

Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., s.69.

⁵⁹Lindauer, a.g.e., ss.23-24.

Tüketici kredilerinin başlangıçta tüketim eğilimini yükselttiği doğrudur. Fakat alınan bu krediler eninde sonunda ödenmek durumundadır. Bu nedenle, tüketici kredilerinin ödenmesi aşamasında tüketim harcamalarını zayıflatacak biçimde etki gösterdikleri de doğrudur⁶⁰. Örneğin, tüketici kredisiyle mal satın alan bir kimse, her ay gelirinin bir kısmını taksit ödemeleri için kullanmak zorundadır. Böylece, cari mal ve hizmetler için yapabileceği harcama miktarı azalmaktadır.

1.3.1.9 Enflasyon

Enflasyonun tüketim harcamaları üzerinde etkisi değişik şekillerde ortaya çıkar. İlk olarak enflasyon, tüketicilerin reel servetlerinin değerini etkileyerek, onların tüketimini etkileyebilir. Bu etkiye, fiyat destekli (price-induced) servet etkisi adı verilmektedir. Teorik olarak, servet sahibi sınıfın tüketimleri, servetlerinin reel değerlerinde beklenmedik değişmelere karşı oldukça hassastır. Kişinin serveti ile geliri ve buna bağlı olarak tüketimi arasında kısa dönemde kararlı ve düzenli bir ilişki vardır. Fiyat destekli servet etkisinin gücü, tüketiciler tarafından elde tutulan finansal aktiflerinin miktarına bağlı olarak değişir. Enflasyon, mali servetin değerini etkileyerek, tüketicilerin tasarruf ve tüketim kararlarını etkiler⁶¹.

Enflasyonun bir diğer etkisi, gelecekle ilgili beklentiler üzerindeki etkisi aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda, enflasyonun tüketim harcamaları üzerindeki etkisi olmakla birlikte, bu etkinin çok güçlü olduğu söylenemez. Enflasyonun harcamaları uyardığı ya da azalttığı konusunda tam bir kesinlik yoktur. Geçmişte, iktisatçılar yüksek enflasyon oranlarının etkisini azaltmak için tüketicilerin harcamalarını artırdıklarına inanmaktaydılar. Tüketiciler böyle davranarak, gelecekte daha da yükseleceğine inandıkları enflasyondan korunmak için ihtiyaçlarını karşılayacak malları önceden satın almış olmaktaydılar. Fakat 1970'lerde bu varsayımın gerçeği yansıtmadığı görüldü. Aksine, tüketiciler, gerçekte, 1970'lerden 1980'lere kadar harcanabilir gelirlerinin daha düşük bir kısmını tüketmişlerdi. Enflasyon oranı ile tüketim harcamaları arasında güçlü kanıtlar olmadığından, tüketim fonksiyonunun enflasyon oranındaki değişmelere sistematik tepki gösterdiği

⁶⁰Paterson, a.g.e., s.194.

⁶¹Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., s.70.

söylenemez. Bu nedenle genellikle, tüketim fonksiyonunun pozisyonunun fiyatlar genel düzeyinden etkilendiği fakat enflasyon oranından etkilenmediği varsayılır⁶².

Tüketim harcamaları-enflasyon ilişkisinin bir diğer boyutu, enflasyonun kontrol altına alınmasında tüketim harcamalarının bir politika aracı olarak kullanılmasından kaynaklanır. Ülkemizde, yüksek enflasyon oranlarının hakim olduğu 1983 sonrası dönemde, sık sık tüketim mal ve hizmetleri üzerinden alınan dolaylı vergiler artırılarak toplam talebin frenlenmesi ve enflasyonun kontrol altına alınması yönünde politikalar gündeme getirilmiş ve uygulanmıştır. Bu olayın tüketicileri ilgilendiren bir diğer yönü ise, bu dönemde IMF politikalarının da etkisiyle, ücretlerin, enflasyonu önlemek amacıyla sürekli düşük tutulmasıdır⁶³. Bu dönemde ekonomi yönetiminden sorumlu olanlar, dar ve sabit gelirli hanehalklarının marjinal tüketim eğilimlerinin yüksek olduğu varsayımından hareketle, bunların ücretlerinin yükselmesi halinde, tüketim harcamalarının kamçılanacağı ve enflasyonun kontrol altına alınamayacağı argümanını hep sıcak tutmuşlardır. Bu süreçte, bu gruplar reel gelirlerinde bir azalma ile birlikte işveren karşısında kendilerine güç sağlayan bir takım demokratik haklarını da yitirmişlerdir.

1.3.1.10 Vergilerdeki Değişiklikler

İktisatçılar, gittikçe artan bir ilgiyle, konjonktür hareketlerinin hükümet tarafından kontrolünde etkin bir araç olarak, tüketim harcamaları ile ilgili çalışmalar yapmaktadırlar. Tecrübeler, vergiler aracılığıyla hanehalklarının harcanabilir gelirlerinin miktarının sık sık regüle edilebildiğini ve böylece nihai ulusal tüketimin etkilenebildiğini göstermektedir⁶⁴. Vergilerdeki bir değişiklik, harcanabilir geliri etkileyerek tüketim fonksiyonunun kaymasına yol açar. Vergiler artarsa, otonom harcamalar düşecek; vergiler düşerse otonom harcamalar artacaktır. Keynes bu hususa, tüketimi etkileyen objektif faktörler başlığı altında, gelir ve net gelir arasındaki bir değişikliğin tüketim üzerindeki etkisi olarak dikkat çekmiştir⁶⁵.

⁶²Boumol and Blinder, a.g.e., s.128.

⁶³Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., s.56.

⁶⁴The Columbia Encyclopedia, Sixth Edition, 2001, from <http://www.exrefer.com>.

⁶⁵Keynes, a.g.e., s.92.

Vergi indirimleri ile ilgili tartışmalar Ricardo'ya kadar uzanmaktadır. O dönemde reddedilen tezler 1974 yılında R.Barro tarafından yeniden gündeme getirildiğinden Ricardo-Barro hipotezi olarak anılmaktadır. Tartışmanın merkezindeki iddia şudur: Başlangıçta bütçenin denk olduğunu ve hükümetin vergi indirimine gittiğini farzedelim. Bu durumda hükümet bütçe açığını borçlanma ile finanse edecektir. Hükümet bunun için tahvil çıkaracak ve faiz ödeyecektir. Gelecekte, alınan borçların ödenmesi sırasında ise vergi yükünün yükselmesine neden olacaktır. Dolayısıyla, vergi indirimi gelecekte vergilerin artması anlamına gelmektedir. Hal böyle olunca, sürekli gelir hipotezine göre vergilerdeki değişikliğin tüketim üzerinde etkisi olmayacaktır. Çünkü sürekli gelir vergi indiriminden etkilenmezse tüketim de etkilenmeyecektir. Bugün vergi indirimi yapılırsa, halk gelirindeki vergi indirimi kadarlık artışı tasarruf edecek ve bununla gelecekteki yüksek vergiyi ödeyecektir⁶⁶.

Veraset vergilerinde yapılacak değişiklikler de tüketim eğilimi üzerinde etkili olacaktır. Veraset vergilerinin yükseltilmesi ya da yükseltilme olasılığı tüketim eğiliminin artmasına neden olur. Çünkü, çocuklara servet bırakmak saikiyle yapılan tasarruflar, servet vergilerinde meydana gelecek bir yükselme sonucunda azalır⁶⁷.

Hükümetin, faiz geliri üzerine daha yüksek oranda vergi koyduğunu farzedelim. Servetin getirisi artık daha yüksek oranda vergilendirilmektedir. Bu durum, hanehalkları daha az tasarruf etmeye karar verdiğinde, muhtemelen artan tüketimle sonuçlanacaktır⁶⁸. Keynes bu konuyu açıklarken, gelecekte daha yüksek getiri elde etmeyi beklediği için tasarruf ettiği varsayılan bireyin bu davranışının, yalnızca faiz haddine değil, maliye politikasına da dayandığını vurgulamaktadır⁶⁹.

1.3.2 Demografik Faktörler

Demografik faktörlerin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi kabul edilmekle birlikte, bu etkilerin matematiksel olarak, bir fonksiyon şeklinde ifade edilmeleri

⁶⁶Parasız, a.g.e., ss.96- 97;

Unay, a.g.e., s.71.

⁶⁷Aren, a.g.e., s.44.

⁶⁸Diulio, a.g.e., s.75.

⁶⁹Keynes, a.g.e., s.94.

hayli zordur. Bu nedenle, demografik faktörler genellikle tasnif değişkeni olarak kullanılmaktadır. Tüketim fonksiyonları demografik faktörlere göre ayrı ayrı tahmin edilerek, tüketim harcamaları üzerindeki etkileri ortaya konulmaktadır.

Ekonometrik çalışmalarda tüketici birimi olarak hanehalkı baz alındığında, genellikle, hanehalkı reisinin demografik özellikleri fonksiyona dahil edilmektedir. Hanehalkı reisinin dışındaki bireylerin özelliklerinin ihmal edilmesi tüketim fonksiyonundaki bağımsız değişken sayısının azaltılması bakımından bir zorunluluktur. Öte yandan, hanehalkının bütün üyelerinin demografik özelliklerinin analize dahil edilmesi hem çok güç hem de fonksiyonel değildir. Diğer bir neden ise, hanehalkının kazanç ve harcamalarından sorumlu olan, hanehalkını bilfiil idare eden hanehalkı reisinin demografik özelliklerinin tüketim kararları üzerindeki etkisinin hanehalkının diğer üyelerine göre daha baskın olmasıdır.

1.3.2.1 Eğitim

Eğitim, genel anlamda, bilgi verme, yetenek ve becerileri geliştirme süreci olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanımda ise eğitim, bireyin yaşadığı toplumda pratik değeri olan, yetenek, yöneliş ve diğer davranış formlarını edindiği süreçlerin toplamı olarak belirtilmektedir. Makro açıdan bakıldığında, eğitim, toplumun yaratıcı gücünü ve verimliliğini artıran, kalkınma çabasının gerçekleşmesi için gerekli nitelik ve nicelikte elaman yetiştirilmesini sağlayan ve toplumdaki bireylere; yeteneklerine göre yetişme ve meslek edinme imkânı sağlayan etkili bir araçtır. Bireysel olarak, yüksek bir yaşam düzeyine ulaşmanın bir yolu, daha iyi bir eğitime sahip olmaktır. Genellikle, toplumlarda yüksek gelirlili ve saygınlığı olan işlere girebilmek için iyi bir eğitim almak gerekir⁷⁰. Eğitim seviyesi yüksek insanların gelirlerinin yanında, tüketim harcamaları da diğerlerinden farklılık arzeder. Eğitim seviyesi yüksek insanların gelecekle ilgili daha rasyonel beklentiler oluşturabilmesi de tüketim kararları üzerinde etkili olan diğer bir faktördür. Ayrıca, kişinin eğitimle ilgili tercihi

⁷⁰Tuğray Kaynak ve Diğerleri, *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 2.Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2000, s.124.

ve bu eğitimin seviyesi mesleğini belirleyen bir faktör olarak, onun gelecekteki gelirini ve tüketim davranışlarını etkilemektedir⁷¹.

Eğitimle gelir seviyesi arasında doğrusal bir ilişki olmakla birlikte, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yaygın işsizlikten dolayı kişiler eğitimlerine uygun işlerde istihdam edilememekte ve eğitimlerinin gereği olan gelire kavuşmamaktadır. Bu nedenle, bu tür yaygın işsizliğin hakim olduğu ülkelerde eğitim seviyesi yüksek kişilerin, tüketim davranışlarında diğerlerine göre anlamlı bir fark bulunmaması olasıdır da bulunmaktadır.

1.3.2.2 Meslek

Bireyin modern topluma entegrasyonu işi ile gerçekleşmektedir. İşin içeriği, mesleğin ait olduğu grup, işyerindeki çalışma şartları ve insan ilişkileri gibi faktörler bireyin tüm insani ilişkilerini ve hayat tarzını doğrudan etkiler. Bireyin seçtiği meslek grubundan elde ettiği geliri, onun fiziki varlığının sosyo-ekonomik temelini oluşturmakta ve ona sosyal statü ve prestij kazandırmaktadır. Bazı meslek grupları toplum nazarında prestijli kabul edilirken, bazılarının değeri düşük kabul edilmektedir. Bu bakış açısına göre, kişinin sosyal statüsünü kazanma noktasında mesleği ve mesleğinden elde ettiği geliri önemli bir etkidir⁷².

Tüketiciler, mesleklerinin kendilerine kazandırdığı prestij ve gelire bağlı olarak belirli bir davranış kalıbına eğilim gösterirler. Kişilerin meslekleri, satın aldıkları mal ve hizmetleri büyük ölçüde etkiler. Tüketilen mal ve hizmetlerden, alışveriş yapılan işyerlerine, oturulan semte, hatta boş vakitlerini değerlendirme biçimine kadar mesleğin sağladığı gelir ve prestij etkili olmaktadır⁷³. Bir şirket genel müdürü, uçakla seyahat edip, lüks lokantalarda yemek yerken, bir işçi belki trenle seyahat edip, simitle karnını doyurmak zorunda olabilir. Eğer, bireyin mesleğinin

⁷¹Sondra Beverly, "How Can The Poor Save? Theory and Evidence on Saving in Low-Income Households", Washington University, Center for Social Development Working Paper No.97-3, 1997, ss.18-19;

Carroll, a.g.m., s.128.

⁷²Hüsnü Erkan, *Ekonomi Sosyolojisi*, İzmir: Alper Matbaası, 1991, ss.108-109;

Feyiz Toker, "İstanbul Halkının Günlük Yaşam Biçimi ve Tüketim Davranışlarının İstatistik Yöntemlerle İncelenmesi", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İTÜ SBE, 1991), ss.31-33.

⁷³Philip Kotler, *Pazarlama İlkeleri*, Çev. N.Muallimoğlu, İstanbul: Beta Basım Yayın A.Ş., 2000, s.167;

Ömer Baybars, *Pazarlama İlkeleri*, 8.Baskı, İstanbul: BETA Yayınları, 1999, s.197. s.204.

toplumsal prestiji, akademik personel gibi, mesleğinin kendisine sağladığı gelir düzeyinden daha yüksek bir tüketim düzeyini gerektiriyorsa, birey üzerinde ekonomik baskının şiddeti artmaktadır.

Hanehalkı reisinin mesleği yanında işyerindeki statüsü yani devamlı ya da geçici olarak çalışması ve çalışma hayatının devam edip etmemesi yani emekli olup olmaması da tüketim harcamalarını etkilemektedir. Geçici statüde çalışanların işsiz kalma riskleri yüksek ve gelirleri düşük olduğundan tüketim kararları diğerlerine göre farklı olacaktır. Yine bazı ülkelerde yapılan çalışmalardan elde edilen kanıtlar, evli çiftlerin emeklilik döneminde tüketim harcamalarının önemli ölçüde düştüğünü ortaya koymuştur⁷⁴.

1.3.2.3 Yaş

Tüketim harcamalarını etkileyen demografik faktörlerden bir tanesi de yaştır. Tüketici birimi olarak kabul ettiğimiz hanehalkı farklı yaşlardaki bireylerden oluşmaktadır. Anne, baba ve çocuklardan oluşan bir hanehalkını düşünecek olursak, anne babanın yaşları birbirlerine yakın kabul edilse bile çocukların yaşları birbirinden farklı olabilir. Doğal olarak farklı yaşlardaki aile bireylerinin tüketim ihtiyaçları farklılık arzedecektir. Her yaşın kendine has ihtiyaçları olduğu gibi, bütün yaş grupları için geçerli olan ihtiyaçların, tüketim harcamaları içindeki ağırlığı ve kompozisyonu da yaşa göre değişmektedir⁷⁵. Harcamaların yanında servetin bileşimi de yaştan etkilenmektedir. Genç yaşlarda insanlar servetlerinin çok azını likit varlık olarak elde bulundururken, servetlerinin çoğunu dayanıklı tüketim mallarına yatırırlar. Yaş ilerledikçe servetin içinde, likit varlıkların ağırlığı artmaktadır⁷⁶.

Hanehalkının tükettiği mal bileşimi hayat boyunca farklılık arzeder. Her yaş grubunun ihtiyaç ve ilgi duyduğu mal ve hizmetlerin ayrımlanabilir belirli

⁷⁴Shelly Lundberg, Richard Startz and Steven Stillman, "The Retirement-Consumption Puzzle: A Marital Bargaining Approach", RAND Labor and Population Program Working Paper Series 01-04, February 2001;

Beverly, a.g.m., ss. 19-20.

⁷⁵Angus S. Deaton, Javier R. Castillo and Duncan Thomas, "The Influence of Household Composition on Household Expenditure Patterns: Theory and Spanish Evidence" *Journal of Political Economy*, Vol:97, No:1, 1989, s.180.

⁷⁶Jesús Fernández-Villaverde and Dirk Krueger, "Consumption and Saving over the Life Cycle: How Important are Consumer Durables", June 20, 2001, s.1.

karakteristikleri vardır. Farklı yaşlarda, ihtiyaç duyulan malların farklılaşması nedeniyle tüketici istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesinde yaş dağılımı önemlidir. İnsanların giyim, mobilya ve rekreasyona ilişkin zevkleri genellikle yaşa bağlıdır. Yine yaşam dönemi içinde, tüketim bileşimindeki malların ağırlığı değişebilir, yeni malların tüketim bileşimine girmesi ve eskiden kullanılan bir kısım malların çıkması mümkündür. Dayanıklı tüketim malları ve sağlık hizmetleri için yapılan harcamalar bu konuda örnek gösterilebilir. Genç hanehalkları tipik olarak, buzdolabı, çamaşır makinası, otomobil gibi dayanıklı tüketim mallarına daha fazla ihtiyaç duydukları için, yaşlı hanehalklarına göre daha yüksek marjinal tüketim eğilimine sahip olacaktırlar⁷⁷.

Tüketim harcamalarının aile bütçesindeki yeri, genç yaşlarda zirveye ulaşır, orta yaşlardan ileri yaşlara doğru gidildikçe azalmaya başlar. Tasarruf edilen gelir de benzer bir etkinin altındadır. Genç yaşlardan orta yaşlara doğru gidildikçe artar, orta yaşlarda zirveye ulaştıktan sonra, ileri yaşlarda düşer. Bu, tüketilen gelirin genç ve yaşlı gruplarda yüksek, orta yaşlarda düşük bir oran seyrettiğini gösterir. Bununla birlikte, gelirlerin daha büyük bir kısmını tüketen genç gruplarda, tüketilen mal ve hizmetlerin bileşimi de farklıdır. Örneğin, genç tüketiciler diğerlerine oranla dayanıklı tüketim mallarına daha fazla harcarlar. Tüketilen mal ve hizmetlerin bileşimindeki bu farklılıklara rağmen toplam tüketim fonksiyonu elde edilebilir. Bu tüketim fonksiyonu nüfusun belirli bir andaki yaş dağılımına bağlıdır. Toplam tüketim açısından nüfusun yaş dağılımı önemli bir etkidir. Yaş dağılımının değişmesi gelirin tüketimle tasarruf arasındaki paylaşımını değiştirir. Toplam tüketim harcamaları, yaş dağılımındaki değişmelerden en çok etkilenen makro ekonomik değişkendir. Gelirden sonra tüketim harcamalarını belirleyen önemli faktörlerden biri olarak “yaş yapısı”nın ele alınmasında, Ando ve Modigliani’nin ömür boyu gelir hipotezinin büyük etkisi vardır⁷⁸.

⁷⁷Tullio Jappelli And Marco Pagano, “The Determinants Of Saving: Lessons From Italy”, Centre For Studies In Economics And Finance, Working Paper No. 1 March 1998, s.18;

Boyes and Melvin, a.g.e., s.221.

⁷⁸Lennart Berg, “Age Distribution, Saving and Consumption in Sweden”, 10th Anniversary Meeting of the ESPE Up p-sala University, 1996, ss.1-2;

Dönek, a.g.m., s,83;

Beverly, a.g.m., s.19.

Kısa dönemde, yaş dağılımı sabittir ya da yaklaşık olarak öyle kabul edilebilir. Uzun dönemde ise doğum oranına bağlı olarak değişir. Diğer şeyler sabitken, yüksek doğum oranı nisbeten genç bir nüfusa yol açar. Doğum oranının düşmesi ise nüfusun ortalama yaşını yükselterek, tüketim fonksiyonunun pozisyonunu değiştirir⁷⁹.

1.3.2.4 Hanehalkının Bileşimi ve Büyüklüğü

Hanehalkında yer alan kişi sayısı ile tüketim harcamaları arasında bir ilişki bulunduğu açıktır. Genel olarak kişi sayısı arttıkça tüketim harcamaları da artmaktadır. Bununla birlikte, hanehalkının büyük olması bazı ekonomiler sağlar. Kişi sayısı artarken tüketim aynı hızla artmaz. Çeşitli mal gruplarının tüketiminde kişi sayısının etkisi farklıdır. Gıda harcamaları kişi sayısı ile çok yakından ilgili olduğu halde, konut ve dayanıklı mal harcamalarında bu ilişki nisbeten zayıftır. Örneğin ev kirası hanehalkının büyüklüğüne göre değişmez. Yapılan pek çok çalışma hanehalkı büyüklüğünün ve bileşiminin tüketim kalıplarını etkileyen önemli bir değişken olduğunu ortaya koymuştur⁸⁰.

Diğer bir husus, hanehalkında yer alan kişilerin tüketim yönünden birbirinden farklı olduğudur. Örneğin, ailede çocuk bulunması ya da çocuk sayısının artması tüketim harcamalarını etkilemektedir. Çocuklu aileler, aynı gelire sahip ailelere göre daha fazla gıda harcamasında bulunurlar. Bir çocuğun varlığı, gelir kaynaklarının daha büyük bir kısmın cari tüketim için ayrılmasına neden olur⁸¹. Bir bebek ya da çocuğa düşen gıda harcaması ile yetişkinlere düşen gıda harcaması aynı değildir. Aile bütçesinde bir eğitim harcaması kalemi varsa, bu büyük bir olasılıkla çocuklarla ilgilidir⁸².

Hanehalkının bileşimi yani tipi de tüketim harcamaları üzerinde etkili olmaktadır. Aile çekirdek aile olabileceği gibi ebeveynlerin de içinde yer aldığı

⁷⁹Edgmand, a.g.e., s.90.

⁸⁰Avralıoğlu, a.g.e., ss.106-107;

Hüseyin Özer, *Türkiye’de Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Doğrusal Harcama Sistemi Yaklaşımıyla Analizi*, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları, No: 908, 1999, 96;

Recep Kök ve M.Dursun Kaya, “Erzurum İlinde Karşılaştırmalı Tüketim Fonksiyonu ve Hanehalkı Harcamaları İçin Engel Eğrisi Analizi”, *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 10, Sayı 1-2, 1993, s.174.

⁸¹Christopher D. Carrol, “How Does Future Income Affect Current Consumption”, *Quarterly Journal of Economics*, CIX (1), 1994, s.120.

⁸²Villaverde and Krueger, a.g.m., s.2.

geleneksel bir aile olabilir. Günümüz toplumlarında genel eğilim olarak çekirdek aileye doğru bir gidiş vardır. Ebeveynlerle, onların çocukları ve torunları farklı jenerasyonlardan geldiklerinden tüketim harcamalarında farklılık olması beklenir.

Bazı çalışmalarda hanehalkı olarak tek bir birey ya da birbirleri ile akrabalık bağı bulunmamakla birlikte kazanç ve masraflarını birleştirmek kaydıyla bekârlardan ya da öğrencilerden oluşan haneler de tüketici birimi olarak kabul edilmektedir. Bu tip bir hanehalkının harcamalarının, bir aileden oluşan hanehalkına göre oldukça farklı olması beklenir.

Hanehalkının bileşiminde cinsiyetlerin ağırlık durumu da tüketim üzerinde etkili olmaktadır. Genellikle bayanların giyim ve kişisel bakım harcamaları erkeklerinkinden daha yüksektir. Yine tüketim kararlarının alınmasında etkili olan eşlerin cinsiyeti de tüketim harcamaları üzerinde etkili olmaktadır. Genel bir eğilim olarak, tüketim kararlarında kadınların baskın olması durumunda tasarrufa kocalarından daha fazla önem verdikleri görülmüştür⁸³.

1.3.2.5 Ülke Nüfusunun Büyüklüğü

Nüfusun büyüklüğü, bütün ekonomi için, toplam tüketim fonksiyonunu etkilemektedir. Toplam tüketim harcamalarının, her harcanabilir gelir düzeyinde, ülke nüfusunun artması sonucu artması beklenir. *Ceteris paribus*, daha büyük nüfus, tüketim fonksiyonunun eğiminin artmasına neden olur⁸⁴.

Belirli bir zaman aralığında, toplam harcanabilir gelirin büyüme oranıyla ülke nüfusunun büyüme oranı arasındaki fark, tüketime tahsis edilecek harcanabilir geliri etkileyen bir faktördür. Eğer ülke nüfusu, toplam harcanabilir gelirden daha hızlı artıyorsa, kişi başına düşen harcanabilir gelir düşeceğinden, tüketim eğilimi artacaktır⁸⁵.

⁸³Bruce Bradbury, "Household Income Sharing, Joint Consumption and the Expenditure Patterns of Australian Retired Couples and Single People", Social Policy Research Centre, The University of New South Wales, Discussion Paper No:66, May, 1996.

⁸⁴Roger LeRoy Miller, *Economics Today; The Macro View*, New York: Harper Collins Publisher, 1991, s.253;

Boyes and Melvin, a.g.e., s.221.

⁸⁵Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., s.69.

Ülke nüfusunun büyüklüğü yanında, ülke içinde etnik grupların varlığı da tüketim harcamalarını etkiler. Etnik durum, belirli bir insan topluluğunu ötekilerden ayıran kültürel pratiklerle, bakış açılarına göndermede bulunmaktadır. Etnik grubun üyeleri, kendilerini toplumdaki öteki gruplardan kültürel bakımdan ayrı görürler⁸⁶. Etnik grupların birbirlerinden ayırt edilmesini sağlayan farklı özellikler olmakla birlikte, bunların ayırt edilmesini sağlayan farklı özellikler arasında yaşam tarzlarındaki farklılık tüketim açısından önemlidir.

1.3.2.6 Hanehalkının Yaşadığı Yerleşim Birimi

Zaman içinde, ekonomiler giderek endüstrileşmekte ve çiftçiler topraklarını terk ederek kentlere akın etmektedirler. Bir çok araştırma, çiftçilerin, gelirlerinin çok değişken olması nedeniyle, ortalama tasarruf eğilimlerinin çiftçi olmayanlara göre daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Ekonomik gelişme ile birlikte tarım toplumundan endüstri toplumuna geçiş aşamasında insanların şehirlere göç etmesi ya da kırsal alanın kentleşmesi tüketim eğilimini artıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır⁸⁷. Bunun sonucunda, herhangi bir gelir düzeyinde, kentleşme ile birlikte tüketim eğilimi yükselmektedir.

Geri ve fakir kasabaların kentleşmesi ya da kente akınların hız kazanması tüketim standartlarında sıçramaya yol açar. O zamana kadar alışılmamış hatta varlığı bilinmeyen malların tüketimi yahut eskiden kullanılan malların aşağı telakki kabul edilip, pahalı ve gösterişli olanların tercihi (Birinci sigarası içenlerin Marlboro içmesi gibi) tüketim bileşimi ile birlikte hacmini de genişletir⁸⁸.

Kentleşmenin diğer bir önemli etkisi, üst kademelerin tüketim standardını orta ve ortanın altına sızdırarak, tüketim fonksiyonunu kaydırmasıdır. Hayat standardı ve tüketim kalıpları birbirinden farklı aileler, temasa geçtiklerinde, geri ve düşük kademelerde bulunanlar üst kademelerin tüketimini taklit ederek onların seviyesine çıkmak isterler. Zengin sınıfın tüketim standardını yakından hatta uzaktan tanımak fırsatını elde eden yahut tanıdıklarını zanneden tüketici tabaka, ilk fırsatta o

⁸⁶Anthony Giddens, *Sosyoloji*, Çev. Hüseyin Özel ve Diğerleri, Ankara: Ayraç Yayınevi, 2000, s.224.

⁸⁷Parasız, a.g.e., s.84.

⁸⁸Ülgener, a.g.e., ss.182-183.

standardı yakalamaya çalışır⁸⁹. Gelişmekte olan ülkelerde, gelir artışı ile birlikte ortaya çıkan kentleşme, gösteriş tüketimi ve normal üstü kârlar, marjinal tüketim eğiliminin giderek yükselmesine neden olmaktadır⁹⁰.

1.3.3 Davranışsal (Psikolojik) Faktörler

Davranışsal değişkenler, tüketicilerin satınalma kararlarına etki eden psikolojik faktörleri içine alır. Davranışsal değişkenler subjektiftir. İnsanlar aynı olaylar ve gelişmeler karşısında farklı tepkiler gösterirler. Aynı gelir ve nüfusa sahip iki hanehalkının, aynı şartlar altında tüketimlerinin aynı olmamasının nedeni davranışsal faktörlerdir.

Davranışsal faktörlerin tüketim harcamaları üzerindeki etkilerinin ortaya konulabilmesi için sayısal olarak ifade edilebilmeleri gerekir. Ne var ki, psikolojik temele dayalı bu faktörlerin rakamlarla ifade edilmesi oldukça güçtür. Bu nedenle, davranışsal faktörler, ekonometrik çalışmalarda genellikle analize dahil edilmemektedir.

1.3.3.1 Motivasyon

İnsanların çok çeşitli ve farklı şiddette ihtiyaçları vardır. Bunlar giderilmezse insan huzursuzluk duyar. Giderilmeleri için bir baskı, bir dürtü oluşur. İhtiyaçların giderilmesi gecikince insan mutsuz olur hatta hayati tehlikeler bile ortaya çıkabilir. İhtiyaçlarının giderilmesi insanı mutlu eder. İşte, insanların duydukları ihtiyaçları ne yoldan tatmin edebilecekleri hususunda hedefe bilinçli yönelmelerine güdü adı verilir⁹¹.

Motiv ya da güdü, kişinin davranışının gerisinde yatan, insanı harekete geçiren etkidir. Kişinin davranışının dayanağı olan güç ya da tatmin edilmeye çalışılan uyarılmış bir ihtiyaç olarak ta tanımlanabilir. Bir ihtiyaç yeterli seviyede zorlayıcılığa ve şiddetli isteğe ulaştığı zaman motiv olur. Açlık, güvenlik hissi, saygınlık isteği güdüler arasında yer alır. Motivasyon ya da güdülenme ise, kişinin

⁸⁹Ülgener, a.g.e., ss.184-185.

⁹⁰Erdoğan Alkin, *İktisat*, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1992, s.165.

⁹¹Mehmet Oluç, "Satınalıcıların Davranışlarının Dinamikleri I", *Pazarlama Dünyası*, Mayıs-Haziran 1991, s.6.

bir takım iç ya da dış uyarıcıların etkisiyle harekete geçmesidir. İnsanın tüm davranışları güdülenmeyle başlar. İnsan güdülendiği için davranışta bulunur. Bir ihtiyacın güdü olabilmesi için uyarılması gerekir⁹².

Güdülerin herkesçe benimsenen kesin bir listesi yoktur, çeşitli biçimlerde tasnif edilebilirler. Bu konuda Maslow'un geliştirdiği sıralama çok benimsenmiştir. Maslow, güdülerini şiddet ve önem derecelerine göre, daha çok önemliden daha az önemliye doğru, hiyerarşik bir sıralamaya koymuştur. Bir basamaktaki ihtiyaçlar tamamen ya da kısmen giderilince öbür basamaktaki ihtiyaçların giderilmesi gündeme gelir. Bunlar⁹³:

Fizyolojik ihtiyaçlar: Bunlar, yeme, içme, barınma, giyinme gibi ihtiyaçlar olup, önem açısından birinci sırada yer alır.

Güvenlik ihtiyacı: Düzen, bedensel zararlardan korunma, belirsizliklerin giderilmesi vb.

İlişki ve sevgi ihtiyacı: Duygulanma, bir grubun üyesi olma, benimsenme vb.

Saygı ihtiyacı: Onur, ün, saygınlık kazanma vb.

Başarma ve kendini kanıtlama ihtiyacı: Kendi kendini geliştirme ve bunu gösterme vb.

Bir kişi aynı anda bütün ihtiyaçlarını karşılamayı düşünmez. Belirli ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra başka ihtiyaçları ortaya çıkar. Sözelimi, kişi aç ve susuz olduğu sürece fiziki ihtiyaçları baskın olur. Bu ihtiyaçlar giderildikten sonra öteki ihtiyaçlar önem kazanır.

1.3.3.2 Algılama

Algılama, bir olay veya nesnenin varlığı üzerinde duyular yoluyla bilgi edinme, tanıma sürecidir. Kişi beş duyu organı sayesinde kendisine ulaşan bilgileri

⁹²Cemalcılar, a.g.e., s.58;

Kotler, a.g.e., s.171.

⁹³Yükselen, a.g.e., s.85;

Oluç, a.g.m., s.7;

Kotler, a.g.e., s.172.

seçerek, örgütleyerek, yorumlayarak anlamlı bir görüşe ulaşır. Algılama herbir kişinin duyu organları ile gelen uyarılara verdiği anlamdır. Kişi algılama sonucunda dış dünyayı tanır ve anlamlandırır. Kişilerin algılamaları, gördükleri gerçekler kadar görmek istediklerinin de bir sonucudur. İki kişi aynı şey veya olay hakkında çok farklı düşünebilir. Çünkü aynı olaya birlikte şahit olmuşlar; ancak onu farklı şekilde algılamışlardır. Gütüleme sonucu bireysel davranış, uyarının nasıl algılandığına bağlı olarak değişir. Kişinin psikolojik yapısının oluşumunda algılama çok önemli bir etkidir. Algılama yoluyla kişi, çevresindeki uyarıcılara anlam verir. Algılamayı etkileyen çeşitli faktörler vardır. Bunların başlıcaları, uyarıcının fiziksel nitelikleri, uyarıcının çevresiyle ilişkileri ve kişinin psikolojik özellikleridir⁹⁴.

Algılama, ihtiyaçları, güdüleri ve tutumları şartlandırmak suretiyle tüketicinin satınalma davranışlarını etkiler. Tüketici pek çok uyarana karşısında kaldığından, algılarla ilgili olarak, sürekli seçim yapmak zorunda kalır. Dolayısıyla her gazeteyi okumaz, her mağazadan alışveriş yapmaz, her TV programını izlemez. Algılama insana ulaşan bütün uyarıları biçimlendiren iki yönlü bir süreçtir; ihtiyaçları, güdüleri, tutumları etkilediği gibi, ihtiyaçlar, güdüler ve tutumlar da algılamayı etkiler⁹⁵.

1.3.3.3 Öğrenme

Öğrenme, kişinin bilgi ve tecrübeden kaynaklanan davranış değişikliğidir. Öğrenme, bireyin içinde bulunduğu çevreyle etkileşimi sonucu davranışlarında oluşan kalıcı değişimlerdir. Birey hayatı boyunca çevresiyle sürekli etkileşim içinde bulunduğundan öğrenme yaşam boyunca devam eden bir süreçtir. Psikoloğlara göre, insanın psikolojik varlığı ve özellikleri geniş ölçüde, öğrenme süreci boyunca elde edilen deneylerle belirlenir. Öğrenme, biçimi, içeriği ve nitelikleriyle insan davranışlarını etkileyen faktörlerin başında gelir. İnsan, ihtiyaçlarını gidermede, sorunlarını çözmede, kendi varlığına ve çevresine ilişkin algılar ve kavramlar oluşturmada öğrendiklerinden ve tecrübelerinden yararlanır.

⁹⁴İsmet Mucuk, **Pazarlama İlkeleri**, 13.Baskı, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2001, s.73; Cemalcılar, a.g.e., s.58;

Oluç, a.g.m., s.7.

⁹⁵Leyla Özden, "Algılama: Tüketici Davranışı İçindeki Yeri ve Pazarlamadaki Önemi", **Pazarlama Dergisi**, Haziran 1978, Yıl 3, Sayı 4, s.14.

Genel olarak ihtiyaç ve isteklerini, özel olarak fiziksel ve içgüdüsel ihtiyaçlarını, insan yine öğrenme yoluyla belirler⁹⁶.

1.3.3.4 Tutum ve İnançlar

İnsanlar öğrenme ve eylem sonucu inanç ve tutumlar oluştururlar. Tüketicilerin algılamalarını ve davranışlarını doğrudan etkileyen bir etken olarak tutum, kişinin bir düşünceye, bir nesneye veya bir sembole ilişkin olumlu veya olumsuz duygularını ve eğilimlerini ifade eder. Düşünme sürecini ve duyguları içerir. İnanç ise, kişinin herhangi bir şey hakkındaki tamamlayıcı düşüncesidir. Kişinin bir şey hakkındaki nitelendirilmiş düşüncelerine inanç denir. İnançlar, gerçek, kulaktan dolma ve duygusal olabilir. İnanç, kişisel deneye veya dış kaynaklara dayanan -doğru veya yanlış- bilgileri, görüşleri ve kanıtları kapsar. Tutum, inançları da etkiler, inançlar ise davranışları etkiler. Tutumlar, kişileri belirli uyaranlara karşı tutarlı davranmaya yönlterek onları her şeyi yeniden yorumlama zahmetinden kurtarır. Tutumlar, bireylerin zamanla edindikleri tecrübeler ve grup ilişkilerine dayanır. Dolayısıyla tüketiciler, tutumlarını kolay kolay değiştirmek istemezler⁹⁷.

Gelen uyarılara karşı algılama, insanın tutumundan da etkilenir. Örneğin, tüketicinin bir malı tercih edip etmemesi, o mala karşı o sıradaki tutumundan etkilenir. Tutum, bilgi, duygu ve belirli bir biçimde eylemde bulunma gibi öğelerin birbirleriyle dengelenmiş ve göreceli olarak istikrarlı ilişkilerinden oluşur. Tutumlar, insanların benzer nesnelere karşı tutarlı bir davranış sergilemelerine yol açar. Tutumlar, insanların yeniden yorum yapmalarına ve düşünüp karar vermelerine gerek bırakmadıklarından, zaman ve enerjilerinden tasarruf sağlarlar. Kişinin çeşitli tutumları birbirleriyle tutarlı ve uyumlu bir model oluşturur. Birinin değişmesi öbürlerinde ayarlamaları gerektirir. Bu nedenle yukarıda bahsedilen direnç ortaya çıkar⁹⁸.

⁹⁶Şeref Tan, Yücel Kayabaşı ve Alaattin Erdoğan, **Öğretimi Planlama ve Değerlendirme**, 3.Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, 2002, s.5;

Cemalcılar, a.g.e., s.57;

Mucuk, a.g.e., s.74;

Oluç, a.g.m., s.10.

⁹⁷Baybars, a.g.e., s.211;

Kotler, a.g.e., s.175;

Cemalcılar, a.g.e., s.60.

⁹⁸Oluç, a.g.m., s.9.

Hem cari, hem de gelecekteki tüketim kararının tutumlardan etkilendiği saptanmıştır. Buna bağlı olarak, tutumlardaki değişimler de tüketici davranışlarını etkilemektedir. Tutumlar, kişinin geçmişteki öğrenme deneyleri ile aile ve toplumsal çevreyle ilişkileri yoluyla oluşur. Kuşkusuz, tutumun oluşumunda kişiliğin de katkısı vardır. Genellikle tüketicilerin tutumları reklamlar yoluyla değiştirilmeye çalışılır⁹⁹.

1.3.3.5 Gösteriş Etkisi

Bireysel tüketim fonksiyonları, hareket tarzlarında ve tepkilerinde hiçbir zaman birbirlerinden bağımsız olmayıp, birbirlerine sıkı sıkıya bağlıdır. Belirli bir gelir seviyesinde bulunan birey ya da aileler; gelirleri bir miktar artınca, eskiden beri temasta oldukları varlıklı ailelerin tüketim standardına kavuşmak için büyük bir sabırsızlık gösterirler. Bu durumda tüketim harcamaları, ufak bir gelir artışı halinde mensup oldukları zümrenin temsil ettiği tüketim standardının sınırlarından taşıp üst zümrenin tüketim standardına sıçrar. Geçmişte olduğu gibi, günümüzde de daha yüksek bir statüye hak iddia etmenin kestirme yolu; tüketim standardını ilk fırsatta, öykünülen statünün gerek ve ölçülerine uydurmaktan ibaret görülür. Bu da gelir artıncaya kadar kullanılan malların bayağı ve aşağı görülüp, gösterişli ve o nisbette pahalı tüketim mallarının kullanılmasına neden olur¹⁰⁰. Tüketim davranışındaki bu karşılıklı bağımlılık ve etkileşim Duesenberry tarafından “gösteriş etkisi” olarak adlandırılmıştır. Daha önce, Veblen bu durumu “göstermelik tüketim” olarak teorik planda ortaya koymuştu. Gösteriş etkisi aslında, göstermelik tüketimin belirli bir toplum kadrosunda tüketim fonksiyonları bütününe işlenmiş şeklinden başka bir şey değildir¹⁰¹.

Toplumun bütün sınıfları gösteriş amaçlı tüketimde bulunmaktadır. En düşük gelir gruplarında yer alanlar bile, kendi ölçüleri içinde, komşularını etkilemek için pahalı mallar satın alma yoluna giderler. Veblen’e göre varlıklı sınıfların pahalı eğlenceleri, yat gezileri, muhteşem baloları vb. hep bu amaca yöneliktir. Diğer

⁹⁹Cemalcılar, a.g.e., s.60.

¹⁰⁰Duesenberry, a.g.e., s.25.

¹⁰¹Paul Wonnacatt, *Macroeconomics*, Third Edition, Homewood: Richard Irwin, Inc., 1984, ss.226-227; Ülgener, a.g.e., ss.176-177.

yandan, bazı iktisatçılar, özellikle sosyal statü kazanmak için gösteriş tüketiminin az gelişmiş ülkelerde yaygın olduğunu iddia ederler¹⁰².

Gösteriş etkisi gelişmekte olan ülkeler için ayrı bir anlam taşır. Bu tip ülkelerde, düşük gelir seviyesinin uzun zaman yüklediği mahrumiyet ferahlar ferahlamaz, baskı altında tutulmuş isteklerin etkisiyle, tüketim eğilimi hızla yükselir. Bir sosyal sınıfın ya da bireyin üstünlük arzularına cevap veren taklit ve gösteriş tüketimi, uzun vadede tasarrufu baltalamaktadır¹⁰³.

1.3.3.6 Tasarruf Motifleri

İnsanlar tutumluluk davranışlarında farklılık gösterirler. Bu farklılıklar, tüketicinin yaşı, hanehalkının bileşimi gibi faktörlerden kaynaklanır. Aynı özelliklere sahip, aynı geliri elde eden aileler arasında bile, tutumluluk davranışı farklılık gösterir, bir kısmı daha az, bir kısmı daha fazla tutumludur. Şimdiye kadar, hanehalkı tasarruf ve tüketim davranışında görülen bu hetorejenliği tatminkar bir şekilde açıklamak mümkün olmamıştır. Bireysel davranışlardaki bu farklılıklara rağmen, bütün toplum için toplulaştırılmış bir tüketim fonksiyonu elde edilebilir. Bu fonksiyon verili bir takım tüketici tutumlarına dayanır. İnsanlar aniden tutumluluğa karşı tavırlarını değiştirirlerse, toplam tüketim fonksiyonu değişir. Örneğin; insanlar gelirlerinin daha büyük bir kısmını tasarruf etmeye karar verirlerse tüketim fonksiyonu aşağı kayar¹⁰⁴.

Tasarruf nedenleri aynı zamanda kişileri tüketimden alıkoyan nedenler olduğu için incelenmeleri önem arzeder. Genel bir yol olarak, insanlarda, cari gelirin tüketilmekten ziyade tasarruf edilmesine neden olan, tasarrufa yönelten psikolojik nedenler bir grup altında toplanabilir; tasarruf nedenleri. Keynes, insanın yapısında var olan bu tür davranış nedenlerini, sekiz maddede saymış ve istenilirse bunların sayısının artırılabilceğini de belirtmiştir. Bunlar¹⁰⁵:

¹⁰²Ahmet Güner Sayar, "Veblen ve Göstermelik Tüketim", (Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE, 1976), s.139.

¹⁰³Unay, a.g.e., s.64.

¹⁰⁴Hurst, a.g.m., s.42;

Edgmand, a.g.e., ss.89-90.

¹⁰⁵Keynes, a.g.e., ss.107-108;

-Hastalık, yangın, doğal afet gibi beklenmeyen, olağanüstü durumlara karşı rezerv oluşturmak, (precaution/tedbir).

-Çocukların eğitimi ve yaşlılık gibi ileride başa gelmesi muhtemel olaylara karşı şimdiden hazırlıklı olmak, (foresight/basiret). Bazı iktisatçılara göre, çocukların eğitimi için yapılan harcamalar, önemli bir servet transferi aracı olup, tasarrufu teşvik eden önemli motiflerden birisidir.

-Faiz geliri elde ederek, gelecekte şimdikinden daha yüksek bir tüketim düzeyi sağlamak, (calculation/hesaplama)

-Gelecekte daha fazla harcama yaparak, hayat standardını geliştirmek, (improvement/gelişme). Bu anlamda tasarruf, ertelenmiş tüketimdir.

-Tasarruf yoluyla güven duygusunu artırmak, zengin ve güçlü olmak, (independence/bağımsızlık)

-Tasarladığı bazı spekülatif girişimlerde bulunabilmek için gerekli olan fonları elde etmek, (enterprise/girişim)

-Gelecek nesillere miras bırakmak, (pride/onurlandırmak). Marshal, insanları tasarruf yapmaya teşvik eden temel motifin, kendilerinden sonra gelecek olan neslin (çocuklarının) refahını kendilerinininkine nisbeten artırma arzusu olduğuna inandığını vurgulamaktadır.

-Harcamalarını kısmak suretiyle, cimrilik ve açgözlülük duygusunu tatmin etmek, (avarice/para hırsı, tamah)

Yukarıda sayılan sübjektif faktörler bir toplumda ne kadar güçlü ise, toplumun tüketim eğilimi o derece yüksek olacaktır. Bu durumda, tasarruf eğiliminin yüksek olması tüketim eğilimini düşüren bir etken olarak ortaya çıkacaktır.

Tüketim harcamalarını olumsuz etkileyen bir gelişme de günümüz ekonomilerinde tasarrufların kurumsallaşmasıdır. Sözleşmeye bağlı, kısa vadede

değiştirilmesi ve iptal edilmesi zor olan, emeklilik sandıkları, hayat sigortaları, depozitolar, zorunlu ipotekler ve zorunlu tasarruf kesintileri gibi çağdaş yaşamın getirdiği yenilikler tasarrufların artmasına neden olmaktadır. Kurumsal olarak tasarrufun artmasına neden olan bu gelişme, bireysel olarak tüketicilerin gelecekte ortaya çıkması muhtemel beklenmeyen olaylar ve emeklilik dönemi için daha az tasarruf yapmalarına neden olmaktadır. Örneğin; sosyal güvenlik sisteminin şemsiyesi altına giren bireyler, sağlık harcamaları ve emeklilik dönemi için daha az pay ayırmak zorunda olduklarından diğer harcamalarını artırabilmektedir¹⁰⁶.

İnsanların tutumluluk davranışında kısa dönemde fark edilebilir bir değişimin olduğunu söylemek için elde bir kanıt yoktur. Gerçekte, toplumlar nadiren belirli bir moda ya da akımın etkisine kapılarak davranışlarını değiştirirler. Bunların etkisi de kısa ömürlü olmakta ve aile bütçelerindeki etkileri cüzi bir kısmı işgal etmektedir. Kısa bir süre sonra eski tutum ve davranışlara geri dönmektedir¹⁰⁷.

1.3.3.7 Kişisel ve Ulusal Özellikler

Her kişinin tüketim davranışını etkileyen bir kişiliği vardır. Kişinin çevre etkilerine göre nisbi olarak tutarlı ve sürüp giden tepkilerini etkileyen ayırmedici psikolojik özelliklerine kişilik denir. Kişilik, kişiyi diğerinden ayırmaya yarayan, onun iç ve dış bütün özelliklerini bünyesinde toplayan kendine özgü bir sistemdir. Kişilik, insanın kendisine özgü bedensel ve psikolojik özelliklerinin tümüdür. Türli koşullarda ya da değişik ortamlarda kişinin davranışları gözlemlendiğinde, oldukça değişmez davranış özellikleri ortaya çıkar; kendine güvenen, egemen, özgür, değişken, itaatkar, asi, baskıcı, gözü doymaz, uysal, titiz vb.. Kişilik, diğer bir ifadeyle, bir tüketiciyi diğerlerinden ayıran, temel, orijinal ve egemen özelliğidir¹⁰⁸.

Tüketicinin kişilik özellikleri, algılarını ve satın alma davranışlarını etkiler. Bununla birlikte bu etkinin niteliği henüz açıklığa kavuşmamıştır. Bazı çalışmalarda, kişiliğin mal tercihinde, marka seçiminde, kolay ya da zor beğenme vb. konularda rol

¹⁰⁶Shin-Yi Chou, Jin-Tan Liu and Cliff J. Huang, "Health Insurance and Savings Over the Life Cycle – A Semiparametric Smooth Coefficient Estimation", October 2001, s.21.

¹⁰⁷Edgmand, a.g.e., s.90.

¹⁰⁸Oluç, a.g.m., s.12;

Cemal Yükselen, Pazarlama, 2.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 2000, s.83.

oynadığı saptanmakla birlikte, bazı araştırmalar, kişilik ile satın alma davranışı arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır¹⁰⁹.

Tüketici, geçmiş tecrübelerinden etkilenen bir insandır. Sosyal normlar, tutumlar ve alışkanlıklar kadar, onun duyguları ve sosyal grupla olan ilişkisi de, hep birlikte kararlar ve davranışlarını etkilemektedir. O, kestirme yolları tercih etmeye, tecrübesine dayanan yüzeysel değerlendirme yöntemlerini izlemeye ve belirli bir biçimde davranmaya eğilim gösterir. Fakat, tüketici aynı zamanda zekice davranmaya da kadirdir. Bir şeyin gerçekten önemli olduğunu hissettiğinde, uzun uzadıya düşünür, gerekirse danışır ve imkânları nisbetinde en iyi kararı vermeye çalışır¹¹⁰.

Kişiler arasında olduğu gibi uluslar arasında da tüketim ve tasarruf davranışı bakımından farklılıklar vardır. Aynı gelir düzeyine sahip, fakat farklı uluslara mensup bireylerin tüketim ve tasarruf davranışlarının birbirlerinden farklılık gösterdiği durumlar vardır. Bunun nedeni, uluslar arasındaki tarihi, dini, kültürel, etnik ve sosyal organizasyon farklılıklarıdır. Uzun yıllar devam eden siyasi, ekonomik ve toplumsal şartlar tüketici davranışı üzerinde etkili olmaktadır. Bu şartlar değiştikçe tüketici davranışı da değişmektedir. Örneğin; ulusun mensup olduğu din çalışmayı övüyor fakat lüksü de hoş karşılamıyorsa tüketim eğilimi düşük olacaktır. Gün gelip dini duygular zayıfladığında ise tüketim eğiliminin artması beklenir. Fakat, özellikle gelişmiş toplumların, siyasi, iktisadi ve toplumsal yapısını belirleyen temel koşulların değişmesi oldukça yavaş gerçekleşen bir durumdur. Bu nedenle, devrim sayılacak kadar büyük ve ani değişmeler olmadıkça, gelişmiş toplumların tüketim eğiliminin sabit varsayması gerekir¹¹¹.

Gelişmekte olan ülkeler için durum oldukça farklıdır. Televizyon, internet, gazete gibi haberleşme araçlarının ulaşmış olduğu ileri seviye, ulaşım imkânlarının kolaylaşması, globalleşme ile artan uluslararası temaslar, bu ülkelerdeki tüketicilerin gelişmiş ülkelerin yüksek yaşam düzeylerini tanımalarına ve bunlara özlem duymalarına neden olmaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak, bu ülkelerdeki

¹⁰⁹İlhan Cemalçılar, *Pazarlama*, İstanbul: Beta Yayınları, 1999, s.59.

¹¹⁰Kotona, G, *The Powerfull Consumer*, Mc Graw Hill Book Co. Inc. Ontario, 1960, s.40.

¹¹¹Paterson, a.g.e., 1988, s.184;

Aren, a.g.e., ss.42-44.

tüketiciler, gelirlerinin gittikçe artan bir kısmını, özlemini duydukları yüksek hayat standardına ulaşmak için harcamaktadırlar. Bu tip ülkelerde tüketicilerin gelişmiş ülkelerin tüketim kalıplarına yönelmeleri tasarruf eğiliminin yükselmesine engel olmaktadır. Bu davranış biçimini teşvik eden, en azından kısıtlamayan bir faktör de, otomobil gibi sahip olunması özlenen bir kısım tüketim mallarının bireyler tarafından aynı zamanda birer tasarruf aracı olarak görülmesidir. İşte bu nedenlerden dolayı, gelişmekte olan ülkeler için kısa dönemde bile tüketim eğiliminin sabit varsayılması imkânı yoktur¹¹².

1.3.4 Sosyo-Kültürel Faktörler

Sosyo kültürel faktörler, tüketici davranışlarını etkileyen, kültür, sosyal sınıf, aile, sosyal statü gibi etkenlerdir. Bu faktörler daha çok, tüketicinin kişilik ve hayat tarzını oluşturmasında etkilidir. Nicel olarak ifade edilmelerindeki zorluktan dolayı, ekonometrik analizlerde genellikle tasnif değişkeni olarak kullanılırlar. Bu faktörlerin tüketici harcamaları üzerindeki etkileri, genel tüketim çalışmalarından çok, sadece bu faktörlerin etkilerini araştıran özel tüketim çalışmalarının konusunu oluşturmaktadır.

1.3.4.1 Kültür ve Alt Kültür

Kişinin isteklerinin en temel nedeni ve belirleyicisi olan kültür; insanların oluşturduğu değer sisteminin, örf, adet, ahlak, tutum, inanç, davranış, sanat ve bir toplumda paylaşılan diğer sembollerin karışımıdır. Kültür, bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi unsurlardan meydana gelen, toplum üyesi fertlerin çoğunda ortaklaşa varolan her çeşit bilgi, değer ölçüsü, genel tavır ve davranış tarzları ile düşünce ve eğilimleri kapsayan, böylece onun diğer toplumlardan ayırt edilmesini sağlayan, ulus niteliğini kazandıran ve nihayet mevcut eğitim ve öğretim sistemi sayesinde gelecek nesillere aktarılan bir sosyal sistemdir. Bu değerler, belirli davranış kalıplarının ortaya çıkmasına neden olur. Bu nedenle, kültür, insanların, çoğu zaman nasıl davrandıklarını belirleyen, gayri resmi kurallar sistemi olarak

¹¹²Unay, a.g.e., s.64;
Aren, a.g.e., ss.44-45.

tanımlanmaktadır. Kültür, yiyecek, giyecek, mobilya, bina gibi somut kavramları olduğu gibi, eğitim, refah, kanunlar gibi soyut kavramları da kapsar¹¹³.

Her kültürün oluşturduğu değer yargıları, örf, adet ve gelenekleri vardır ve kişinin bunları gözardı ederek hareket etmesi imkânsızdır. Kişi içinde içinde yaşadığı toplumun kültürüne göre hareket etmediğinde, dışlanma riski ile karşı karşıya kalır. Kişinin toplumdaki diğer kişilere karşı davranışları, başkalarının ondan beklentileri, başarısının değerlendirilmesi, tepkileri ve problem çözme yöntemleri de kültür tarafından belirlenmektedir. Kişi doğduğu andan itibaren önce aile, sonra çocukluk arkadaşları, daha sonra okul ve çevresinde yer alan diğer insanlardan tüm hayatı boyunca bir çok hareket ve davranış öğrenir. Bireyin toplum içindeki davranışları ağırlıklı olarak kültür tarafından belirlenmektedir¹¹⁴. Kişi, içinde yaşadığı kültürün davranış tarzları üzerindeki dominant etkisini çoğu zaman hissetmez. Ancak değişik bir toplumsal ya da kültürel yapı içine girdiğinde, farklı kültürlerden birileriyle karşılaştığında ait olduğu kültürün etkisini hisseder.

Tüketim harcamaları üzerinde genel kültürel özelliklerin yanında, ait olunan alt kültürün de etkisi vardır. Kültürler, temel öğeler dışında, coğrafi yerleşim, ırk, din, mezhep, kırsal ve kentsel alanda yaşayış gibi nedenlerle, belirgin davranış biçimlerinde ayırıldıkları bir çok alt kültürlere ayrılır. Her kültür, mensuplarının daha özel olarak belirlenmesi ve sosyalizasyonunu anlatan daha küçük alt kültürlerden oluşur. *Alt kültür*; nüfusun artması ve homojenliğinin bozulması ile ortaya çıkan, dini, irki, yöresel, bölgesel vb. boyutlarda görülen ortak niteliklerdir. Alt kültür, kültürün belirli yaşam veya davranış biçimi öngören bir alt bölümüdür ve çoğunlukla bölgeseldir. Zira belirli bölgede yaşayanlar, sıkı ilişkileri ve çeşitli dış etkiler altında benzer şekilde düşünmeye ve hareket etmeye eğilim gösterirler. Alt kültürlere ait faktörler, tüketicilerin giyim, kuşam, yeme içme, eğlenme ve mesleki tercihlerini de etkilemektedir¹¹⁵. Örneğin, Karadeniz yöresi ile Güneydoğu alt kültürlerinden

¹¹³ A.Şerif İzgören, *Geleceğin Organizasyonunu Yaratmak*, Ankara: Academyplus Yayınevi, 2001, s.201; Yükselen a.g.e., s.80;

Mucuk, a.g.e., s.70.

¹¹⁴ Müge Arslan ve Serdar Pirtini, "Uluslararası Pazarlamada Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörlerden Kültür ve Önemi", *Pazarlama Dünyası*, Kasım-Aralık 2000, s.38.

¹¹⁵ Oluç, a.g.m., s.5.

Mucuk, a.g.e., s.70.

bahsedebiliriz. Bir yanda hamsi kültürü, bir yanda lahmacun kültürü yer alır. Bunların tasarruf eğilimleri, sağlığa, çocukların eğitimine, ev ve mutfak eşyalarına verdikleri önem ve buna uygun olarak harcamalarında farklılık vardır.

Kültürün tüketim harcamaları üzerindeki etkisi, ülkeler arasında tasarruf oranlarında görülen büyük farklılıkların izahı konusunda yardımcı olmaktadır. Uluslararası tasarruf oranları arasındaki büyük farklılıklar, geleneksel iktisadi değişkenler kullanılarak başarılı bir şekilde açıklanamamıştır. Bunun üzerine, bazı iktisatçılar, bu farklılıkların kültürel etkiler tarafından açıklanabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bunlara göre, ülkeler arasında görülen farklı tasarruf oranlarının kaynağı kültürel etkilerdir. Yapılan kısıtlı ampirik çalışmalarda, kültürün bu farklılıkları tam olarak açıklayamadığı görülmekle birlikte, kültürün tüketim harcamalarının bileşimini etkilediği ortaya konulmuştur¹¹⁶.

1.3.4.2 Sosyal Sınıf

Sosyal sınıf (grup, tabaka, katman), karmaşık bir kavram olup, bir toplumun aynı değerleri, aynı ilgileri, hayat tarzlarını ve davranış biçimlerini benimsemiş, nisbi olarak homojen alt bölümleri olarak ifade edilebilir. Türlü açılardan toplumun sınıflandırılması yapılır ve sınıflara birbirinden farklı roller ve ödüller öngörülür, roller ve öngörüler arasındaki değişiklikler belirlenir. Sosyal sınıf, zenginlik, meslek, eğitim ve gelir gibi birden çok değişkene göre ifade edilir. Kişiler sosyal sınıflarına göre genellikle alt, orta ve yüksek tabaka olmak üzere üçe ayrılır. Servet sahipliği, meslekle birlikte, sınıf farklarının birincil temelini oluşturur.

Sosyal sınıfın genel karakteristikleri şöyledir; aynı sınıfın üyeleri daha çok benzer davranışlar gösterir; giyinişlerinde, konuşmalarında, eğlence ve oyunlarında ve diğer bir çok özelliklerinde benzer davranış sergilerler. Sosyal sınıf genel olarak süreklilik arzeder. Hemen hemen bütün toplumlarda sosyal tabakalar vardır. Bazan bu tabakalar bir kast sistemine bürünür ki farklı kasta mensup olanlar, belirli roller için büyütülür ve kastlarını değiştiremezler. En demokratik toplumlarda bile,

¹¹⁶Christopher D. Carrol, Byung-Kun, Rhee and Changyong Rhee, "Are The Culturel Effects On Saving? Some Cross-Sectional Evidence", *The Quarterly Journal of Economics*, August 1994, ss.685-698.

toplumun katmanlara ayrıldığı görülür. Aynı sosyal sınıfta yer alan tüketiciler, benzer mal ve hizmetlere ihtiyaç ve istek duyar. Sosyal sınıfların giysi, ev döşeme, belirli semtte oturma, boş zamanları değerlendirme, otomobil sahipliği vb. konularda belirli tercihleri vardır¹¹⁷.

1.3.4.3 Örnek Alma Grupları

Örnek alma (referans, danışma) grupları, kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer yargılarını ve davranışlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen insan topluluğudur. Bu gruplar, aile ve diğer yüzyüze ilişkilerin var olduğu arkadaşlar, komşular, meslektaşlar, mezunlar derneği, kurum ve kuruluşlar vb. ile kişinin üyesi olmadığı gruplar ve doğrudan ilişkisi olmayan kişilerden; sanatçılar, şarkıcılar, sporcular ve benzerlerinden oluşur. Aile, arkadaşlar, komşular ve bir arada çalışan işçiler vb. asli danışma grubunu teşkil ederler; bu grupların mensupları oldukça devamlı ve resmiyetten uzak olarak sürekli bir şekilde birbirleriyle temas halindedirler. İnsanlar aynı zamanda, dini, mesleki ve sendika grupları gibi ikincil grupların da mensuplarıdır. Bu gruplardakiler birbirlerine karşı daha resmi ve temasları daha az devamlıdır. İnsanlar, en azından değişik şekillerde, danışma gruplarının belirlice etkisi altındadırlar. İnsanlar aynı zamanda, mensubu olmadıkları grupların da etkisi altındadırlar. Tüketicinin davranışını etkilemesi için bizatihi bir danışma grubuna üye olması gerekmez. Yeter ki kişi, örnek alma grubunun davranışlarını kendine referans alsın¹¹⁸.

Danışma grupları, kişi o gruba uymak istediği için, kişinin tutumunu ve kendine ilişkin görüşünü etkiler. Kişiye yeni yaşam stilleri gösterir ve fiili ürün ve marka seçimini etkileyecek şekilde gruba uymaya zorlar. Danışma grupları özellikle gösteriş tüketimine yol açmada etkili olurlar¹¹⁹. Danışma grupların önemi, bunların tüketici tercihlerini ve davranışlarını yönlendirmesine dayanır. Tüketici, bir mal ya da hizmet hakkında bilgisi yoksa, danışma grubunu taklit etme eğilimindedir¹²⁰.

¹¹⁷Kotler, a.g.e., s.161.

Giddens, a.g.e., s.259.

¹¹⁸Kotler, a.g.e., ss.163-164.

¹¹⁹Baybars, a.g.e., ss.201-202.

¹²⁰Mucuk, a.g.e., s.72.

1.3.4.4 Sosyal Statüler ve Roller

Statü, bireylerin ve sosyal sınıfların toplum içindeki mevkileri ve yerleridir. Statü her bir bireyin grup içindeki göreceli durumunu belirler. Rol ise, grup içindeki belirli bir üyeden diğer üyelerin bekledikleridir. Kişilerin katıldıkları aile, klüp, dernek gibi grupların her birinde farklı bir rol ve statü üstlenmektedir. Örneğin, bir bayan ebeveynleri açısından onların kızı, çocukları açısından anne, kocası açısından karı ve çalıştığı iş yerinde ise pazarlama uzmanı rolünde olabilir. Bu rollerin tamamı tüketim kararları üzerinde etkili olur. Dernek, klüp gibi formel ve komşuluk, okul arkadaşlığı gibi informel gruplar üyelerine statü ve rol sağlayarak onların davranışları üzerinde etkili olur. Her rolün toplumda belirli bir statüsü vardır ve toplum bu statünün gereği olan bazı davranışları kişiden beklemektedir. Belirli bir çevreye mensup olmak isteyen herkesten, öncelikle o çevrenin kendisine sunduğu statünün gereklerine uygun bir hayat tarzına sahip olması beklenir¹²¹.

Hanehalkları, toplum içinde sahip oldukları statünün gereği olarak, belirli bir tüketim ve tasarruf davranışında bulunma eğilimindedir. Sosyal statünün etkisi, bazan tüketim bazan da tasarruf lehine olur. Örneğin, hanehalkının toplum içindeki statüsünü koruma arzusunun bir sonucu olarak, gelirinin nisbeten yüksek bir kısmını tüketime ayırması gerekebilir¹²². İnsanlar bir çok malı, sadece bir sosyo-fizyolojik ihtiyacı tatmin ettiği için değil, bir toplumsal prestiji paylaşmak, bir statüyü sürdürmek için satın alırlar. Bu amaçla yapılan tüketim, hanehalkının geliri asgari hayati ihtiyaçlarını karşılayacak miktarın üzerine çıktığında, önemli bir etken olarak ortaya çıkar¹²³.

Tüketiciyi etkileyen bu psikolojik faktör, genellikle, toplumun başarı ve takdir edilme gibi geleneksel değerlerinden etkilenerek, gelirin daha büyük bir kısmını tüketime yönlendirebilir. Mesela, ülkemizde de olduğu gibi, toplum içinde saygınlık kazanmak, ilgi görmek, kendini ispatlamak yoluyla toplumun belirli bir

¹²¹Max Weber, *Sosyoloji Yazıları*, 3.Baskı, Çev. Taha Parla, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1993, s.183;

Oluç, a.g.e., s.5;

Baybars, a.g.e., s.203.

¹²²Lindauer, a.g.e., s.22.

¹²³Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, a.g.e., ss.16-17.

sınıfına ait olduğunu göstermek amacıyla, o sınıfın alametleri olan, pahalı giysiler, lüks büyük arabalar, büyük evler satın alınmaktadır. Diğer yandan, toplumun bazı kesimleri, gelirlerini iktisatlı kullanıp tasarrufta bulunmayı daha üstün görebilirler¹²⁴. Örneğin, Yeni Dünya'ya ilk göç edenler ile ülkemizden Avrupa'nın çeşitli ülkelerine giden işçi aileleri için, mümkün olduğunca tüketim harcamalarından kısıarak, belirli bir birikim elde etmek, arzulanır ve takdir edilir bir davranış olarak kabul görmüştür.

1.3.4.5 Aile

Bir danışma grubu olmakla birlikte, toplumdaki en önemli tüketici organizasyonu olması nedeniyle aile ayrı bir başlık altında ele alınmaktadır. Bir ailenin mensupları en etkili asli referans grubunu oluşturmaktadır. Bu nedenle aile, toplumsal kurumların en etkilisi ve en gelişmişisi olarak kabul edilmektedir.

Aile, küçük toplumsal bir grup olarak satın alma davranışı üzerinde etkili olur. Kendine özgü özellikleri olan aile, davranışları eleştirir, davranışlarla ilgili önerilerde bulunur, buyruklar verir, düzenlemeler yapar. Aile, her şeyden önce, üyelerinin güdülerinin, tutumlarının ve kişiliklerinin belirlenmesinde güçlü bir etkiye sahiptir. Aileyi öteki danışma gruplarından ayıran bir diğer özellik, ailenin hem kazanan hem harcayan birim olmasıdır. Aile aynı zamanda kişiyi biçimlendiren gruptur. Çocukların ilk bilincine vardıkları grup üyeliği ailedir; çocuk aile içinde doğar, büyür, çoğu kez evlenme çağına kadar orada kalır. Çocuk, toplumsal ve kültürel değerleri aileden öğrenir ve hayatı boyunca bu öğrendiklerini taşır¹²⁵.

Ailenin tüketim kararları üzerindeki etkisi, çeşitli faktörlere bağlı olarak değişmektedir. Ailenin içinde bulunduğu yaşam dönemi, ailedeki çocuk sayısı, tüketim kararlarının alınmasında demokratik ya da otokratik tutumun hakim olması, kadının çalışması, kır ya da kentte ikamet ediliyor olması gibi faktörler bunlardan bazılarıdır. Örneğin, yeni evliler dayanıklı ev eşyaları için daha çok harcama yapmak

¹²⁴Lindauer, a.g.e., ss.22-23.

¹²⁵Cemalcılar, a.g.e., s.64;

Oluç, a.g.m., s.5-6;

Kotler, a.g.e., s.165.

zorundayken, çocuklu ailelerde çocukların eğitim için yapılan harcamalar ağırlık kazanabilir¹²⁶.

1.4 TÜKETİMİN FONKSİYONEL İFADESİ

1.4.1 Tüketim Fonksiyonu

1.4.1.1 Tüketim Fonksiyonunun Tanımlanması

Gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi ifade eden tüketim fonksiyonu kavramı, geniş ölçüde Keynesyen bir katkı olarak kabul edilmektedir. 1930'lardan önce, iktisatçılar daha ziyade tüketim (ya da tasarruf) ile faiz oranları arasındaki ilişki üzerinde durmuşlardır. Gelir ile tüketim arasındaki ilişkinin tartışılması daha sonraki dönemlere rastlar.

Tüketim harcamalarını tahlilde atılacak ilk adım, gelir seviyesi ile harcama arasındaki ilişkiyi açıklamak olacaktır. Bu açıklama bizi tüketim fonksiyonuna götürür. Tüketim fonksiyonu, değişik gelir seviyelerine bağlı olarak, tüketim harcamalarının hangi yön ve oranda değişeceğini belirten eğilimin ifadesidir. Keynes, tüketimin temel olarak gelire bağlı olduğunu varsaymıştır. Keynes, tüketimdeki değişimin harcanabilir gelirdeki değişimden daha az olduğunu ima eden "temel psikolojik kanun"a inanmaktaydı. Temel psikolojik kanuna göre, gelir seviyesi yükseldikçe, tüketim harcamaları mutlak değer olarak artar, fakat bu artış gelirdeki nisbi artış derecesinde olmaz. Düşük gelirlilerde tüketim gelirin hemen tamamını kapsadığı halde, yüksek gelir gruplarına doğru gidildikçe, tüketimin payı azalırken tasarrufununki yükselir¹²⁷.

$$C = C_0 + cY_D$$

Denklemden; C_0 otonom tüketimi, yani, harcanabilir gelir 0 olduğundaki tüketimi, c ise gelirin sabit bir oranını göstermektedir. Keynes otonom harcamaların daima pozitif olduğunu ve gelir katsayısının ekonomideki bireylere göre değişmekle

¹²⁶Mehmet Karafakıoğlu, "Satılma Kararlarında Aile Üyelerinin Rollerini Üzerinde Bir Ön Araştırma", *Pazarlama Dergisi*, Yıl:4, Sayı 1, Mart 1980, s.28;

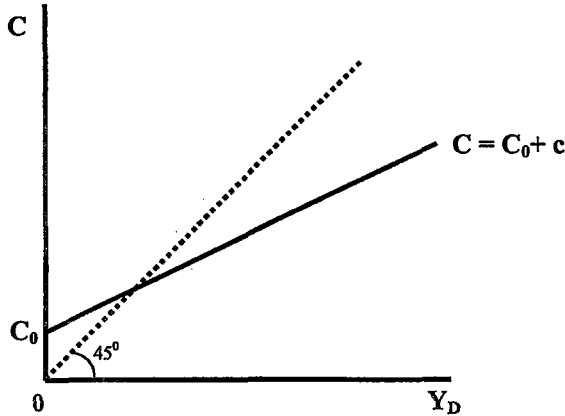
Cemalcılar, a.g.e., s.65;

Yükselen, a.g.e., s.83.

¹²⁷Keynes, a.g.e., s.96.

birlikte 0 ile 1 arasında değiştiğini ortaya koymuştur. Gelir arpanı, daha sonra MPC (marjinal tüketime eğilimi) olarak adlandırılmıştır. Bir tüketicinin sürekli olarak kazandığından fazlasını harcaması mümkün olmadığından MPC'nin değerinin 1'den büyük olması mümkün değildir. Keynes; kısa dönemli ekonomik aktivite modelinde küçük bir önem taşıyacaklarına inanmakla birlikte, gelir dışı belirleyicilerin de tüketimi etkileyebileceklerini kabul etmiştir. Buna göre, Keynesyen tüketici davranışı çözümlemesinde C_0 , uzun dönemde tüketim talebini etkileyebilecek gelir dışı belirleyicileri temsil eder¹²⁸. Çok düşük gelire sahip olan bir ailenin tüketiminin gelirini aşması ilk bakışta şaşırtıcı gelebilir; ancak işin esası oldukça açık ve basittir. Geliri, geçimini temin etmeye yetecek kadar ya da daha düşük olan aileler, varsa eski tasarruflarını tüketecek ya da borçlanacak, bunlar da yoksa dışarıdan yardım görecektir. Keynes, tipik olarak, gıda, ısınma, barınma ve belirli diğer mallardan oluşan bir tüketim seviyesinin bireyin hayatını sürdürdürebilmesi için gerekli olduğunu düşünmüřtür¹²⁹.

Talep eğrisi, nasıl belirli fiyat seviyelerinde alıcının, muhtemel talep miktarlarını gösteren fonksiyonel ilişkinin ifadesi ise, tüketim fonksiyonu da, belirli gelir seviyelerinde, tüketicilerin, tüketim için sarf edecekleri para miktarını ifade eder. Her fonksiyonel ilişkide olduğu gibi burada da diğer faktörlerin sabit oldukları farzedilmiştir. Gerçek hayatta hiçbir olay tek başına, tek bir faktörün fonksiyonu değildir; bağlı olduğu pek çok değişken vardır. Aynen öyle de, tüketim eğilimi de yalnız gelirin değil, ekonomik, demografik ve davranışsal pek çok faktörün fonksiyonudur.



şekil 1: Tüketim Fonksiyonu

¹²⁸Diulio a.g.e., s.69.

¹²⁹Miller, a.g.e., s.3.

Grafikteki gibi doğrusal bir tüketim fonksiyonu için marjinal tüketim eğilimi, doğrunun eğimini veren $\Delta C/\Delta Y_D$ oranı sabit olduğundan, sabittir. Bununla birlikte, gelir arttıkça ortalama tüketim eğilimi (APC) azalır. Tüketimin harcanabilir gelirle ilişkisi, APC her harcanabilir gelir düzeyinde aynı yani sabit ise, sabit orantılıdır. Eğer APC, harcanabilir gelir düzeyine göre değişiyorsa, sabit orantılı değildir. Şayet APC, MPC'ye eşitse APC değişmez. Düz çizgi şeklindeki bir tüketim fonksiyonunda MPC sabittir. Peki tüketim fonksiyonunun sabit orantılı olup olmamasının ne önemi var? Bu sorunun cevabı için, tam istihdam hasılası zaman içinde sağa kaymakta olan, büyüme halindeki bir ekonomiyi düşünelim. Tüketim fonksiyonu sabit orantılı değilse, zaman içinde tam istihdam seviyesinin muhafaza edilebilmesi için; yatırım ya da kamu harcamalarında sürekli artış olması gerekecektir¹³⁰.

1.4.1.2 Tüketim Fonksiyonu Çeşitleri

Fonksiyondaki değişkenlerin bir hanehalkına ait değerleri ya da bir ekonomideki bütün tüketicilere ait toplam değerleri temsil etmelerine göre iki çeşit tüketim fonksiyonundan bahsedilebilir; hanehalkı seviyesindeki bireysel tüketim fonksiyonu ve toplam tüketiciler seviyesindeki toplam (makro) tüketim fonksiyonu. Birincisinde gelir olarak hanehalkının harcanabilir geliri kullanılırken, ikincisinde toplam harcanabilir gelir kullanılmaktadır.

Örneğin, C_i , tüketim harcamalarını, Y_i , harcanabilir geliri, ve i , hanehalkını göstermek üzere; tüketim harcamalarını etkileyen tek açıklayıcı değişkenin harcanabilir gelir olduğu kabul edildiğinde;

$$C_i = C_0 + b Y_i$$

denklemini tüketici birimler seviyesinde bir tüketim fonksiyonudur. Bütün tüketicilere ait bu denklemler toplandıığında,

$$\sum_{i=1}^N C_i = N C_0 + b \sum_{i=1}^N Y_i$$

$C = N C_0 + b Y$ denklemini bulunur. Bu denklem toplam tüketiciler seviyesindeki makro tüketim fonksiyonudur.

¹³⁰Diulio a.g.e., ss.68, 73.

1.4.2 Tüketimin Gelir Hipotezleri

Bu kısımda, Keynesyen tüketim hipotezi ile birlikte, İkinci Dünya Savaşı sonrasında tüketimle ilgili olarak ileri sürülen görüşler incelenecektir. Tüketimin gelir hipotezlerini incelemeye geçmeden önce, “tüketim bulmacası” ile sürekli gelir ve ömür boyu gelir hipotezlerinin ortaya çıkmasına neden olan Irving Fisher’in savaş öncesi dönemde geliştirdiği “zamanlararası tüketim tercihi analizi” ele alınacaktır.

1.4.2.1 Tüketim Bulmacası ve Durgunluk Tezi

1936 yılında Genel Teori'nin yayınlanmasından sonra iktisatçılar, Keynes'in önerdiği tüketim fonksiyonunun geçerliliğini test etmek amacıyla bir dizi ampirik çalışma yaptılar. Keynes'in tüketim fonksiyonunun geçerliliğini araştıran ilk çalışmaların bazılarında, konu farklı gelir düzeylerindeki hanhalklarının tüketim harcamaları bazında incelenmiştir. Yatay kesit analiz adı verilen, aile bütçesi verilerine dayalı bu çalışmalarda, geliri daha yüksek olan ailelerin daha fazla tüketim harcamasında buldukları ve dolayısıyla marjinal tüketim eğiliminin sıfırdan büyük olduğu ($MPC > 0$), geliri daha yüksek olan ailelerin daha fazla tasarruf yaptıkları ve dolayısıyla marjinal tüketim eğiliminin birden küçük olduğu ($MPC < 1$) ve nihayet geliri daha yüksek olan ailelerin gelirlerinin daha büyük bir kısmını tasarruf ettikleri ve dolayısıyla da gelir arttıkça ortalama tüketim eğiliminin azalması gibi Keynesyen tüketim fonksiyonunu teyit eden sonuçlara ulaşılmıştır. Bu konuda yapılan çalışmaların bazılarında ise kısa dönem zaman serileri kullanılmış, kısa dönemli yıllık verilere dayalı bu çalışmalarda da, Keynesyen tüketim fonksiyonunu teyit eden sonuçlar elde edilmiştir¹³¹.

Keynesyen tüketim fonksiyonu ile ilgili ilk açık çelişkiler, Kuznets'in 1869-1936 dönemi için, tüketim ve tasarrufun milli gelirdeki payının oldukça istikrarlı olduğunu gösteren spesifik çalışması ile ampirik kanıtlarla ortaya konulmuştur. Kuznets 1869 yılından başlayan uzun dönem yıllık verilere dayanan çalışmasında, 1869 yılından itibaren gelirin çok ciddi bir biçimde artmasına karşılık, ortalama

¹³¹Mankiw, a.g.e., s.395;

Friedman, a.g.e., s.1;

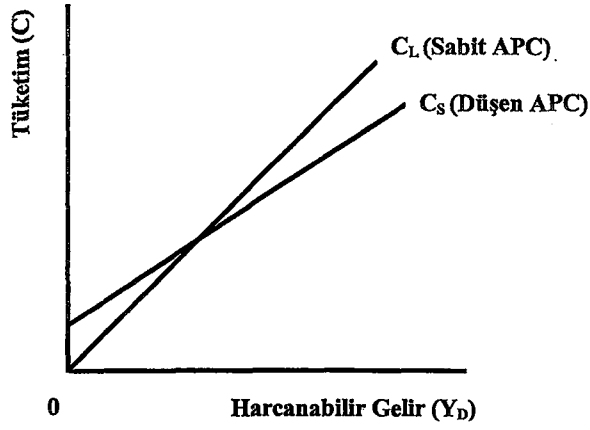
Erdal M. Ünsal, *Makro İktisat*, 3.Baskı, Ankara: İmaj Yayınları, 2000, s.295.

tüketim eğiliminin sabit kaldığı sonucuna ulaşmıştır. Bu durum, Keynesyen tüketim fonksiyonunun varsayımları çelişmektedir. Çünkü, Keynes'e göre, milli gelir düzeyi yükselirken tüketim eğiliminin düşmesi gerekiyordu¹³². İkinci Dünya Savaşı takip eden yıllarda, Kuznets'in dışında pek çok iktisatçı tarafından yapılan çalışmalarda da uzun dönem zaman serisi verileri kullanıldığında, tüketim fonksiyonunun biçiminin Keynes'in tüketim fonksiyonundan oldukça farklı olduğu ortaya çıkmış ve böylece Keynesyen tüketim fonksiyonuna duyulan güven sarsılmıştır.

Konuyla ilgili Kuznets'in çalışması da dahil olmak üzere yapılan tüm çalışmalarda elde edilen bulgulara göre, yatay kesit veriler ile kısa dönem zaman serileri kullanılarak yapılan çalışmalar Keynes'in tezini doğrularken, uzun dönem zaman serileri kullanılarak yapılan çalışmalar aynı sonucu vermemiştir. Buna göre kısa dönem tüketim fonksiyonu istatistiki olarak pozitif bir sabit terime sahip ve orijinin biraz yukarısında bir yerden dikey eksenini keserken, uzun dönem tüketim fonksiyonunda böyle bir sabit terim yer almamaktadır. Aile bütçesi verilerinin ve kısa süreli yıllık verilerin, Keynesyen tüketim fonksiyonunun geçerli olduğunu, buna karşılık uzun süreli yıllık verilerin Keynesyen tüketim fonksiyonunun geçersiz olduğunu göstermesine, tüketim bulmacası (consumption puzzle) adı verilmektedir. Tüketim bulmacasının çözümü, Keynes sonrası tüketim çalışmalarının ana konusu olmuştur.

Tüketim fonksiyonu üzerinde yapılan uzun dönemli çalışmalarda, aşağıdaki grafikte C_L ile gösterildiği gibi, orijinden başlayan bir tüketim fonksiyonu elde edilmiştir. Uzun dönem tüketim fonksiyonunun marjinal tüketim eğilimi, Keynes'in tüketim fonksiyonunda öngördüğünden daha yüksektir ve otonom harcamalar "0" dır. Bu sonuçlardan sonra iktisatçılar, kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonları arasındaki bu çelişkiyi uzlaştırmak için çözüm arayışına girmiştir.

¹³²Integrating the Keynesian Relationships, <http://cepa.newschool.edu/het/essay/keynes/relationships.htm>; Simon Kuznets, *National Product Since 1869*, New York: National Bureau of Economic Research, 1946.



Şekil 2: Kısa ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonları

Uzun dönem tüketim fonksiyonu ile kısa dönem tüketim fonksiyonu iki temel noktada birbirinden ayrılmaktadır: Birincisi; uzun dönem tüketim fonksiyonunun eğimi kısa dönem tüketim fonksiyonunun eğiminden daha büyüktür. İkincisi; uzun dönem tüketim fonksiyonu dikey eksenini sıfırda kesmektedir. Buna karşılık kısa dönem tüketim fonksiyonu dikey eksenini sıfırın yukarısında kesmektedir. Diğer bir deyişle, reel gelir artarken, uzun dönemde ortalama tüketim eğilimi sabitken, kısa dönemde düşmektedir.

Keynesyen tüketim fonksiyonu ile ilgili eleştirilerin bir kaynağı da durgunluk tezi ile ilgilidir. Eğer insanlar daha zengin olduklarında daha çok tasarruf ederlerse, ekonomik büyüme sonucu ortalama gelirler yükseldiğinde toplum daha çok tasarruf yapacaktır. Hükümet açıkları artı yatırımların tasarruflara eşit olduğu noktada denge sağlanmışken, tasarruf oranındaki bir artış, gelirdeki artışa oranla yatırımlarda ya da bütçe açıklarında daha büyük bir artış olmasını gerektirecektir. 1930'ların sonlarında, gelirdeki yükselme sonucu artan tasarruf sızıntısının, hükümet açıkları artı yatırımları aşması durumunda ekonominin yüksek oranlı işsizlikle birlikte durgunluğa gireceğinden korkuluyordu. Tasarrufların aşırı artmasından kaynaklanan sürekli durgunluk ve yüksek oranlı işsizlik korkusu "sürekli ekonomik durgunluk hipotezi" (secular stagnation hypothesis) olarak adlandırılmıştır¹³³.

¹³³Modigliani, a.g.e., s.151-152;

Paterson, a.g.e., ss.171-172.

Dönek, a.g.m., s.88;

Hellbroner, a.g.e., s.244;

Gordon, a.g.e., s.418.

Durgunluk tezini batı ekonomilerinde savaş döneminde hızla artan hükümet harcamalarının savaş sonrası dönemde azalma olasılığı ile birlikte ele alan bazı iktisatçılar, batı ekonomilerinin savaş sonrası dönemde yeniden durgunluğa gireceğini ileri sürmüşlerdir. Buna karşılık, savaş sonrası dönemde tüketim harcamaları hızla artmış ve beklenenin aksine talep fazlası ve enflasyon ortaya çıkmıştır. Batı ekonomilerinde savaş sonrasında tüketimin hızla artması sonucu, savaş öncesi döneme kıyasla savaş sonrası dönemde hem gelir hem de tüketim artmış ve dolayısıyla da Keynes'in iddiasının aksine ortalama tüketim eğilimi düşmemiştir. Öte yandan savaş sonrası dönemde tüketim harcamalarında meydana gelen hızlı artışın bir nedeni; savaş döneminde gelirleri artan fakat miktar sınırlamaları nedeniyle tüketim harcamalarını artıramayan kişilerin, ortaya çıkan bu zorunlu tasarruflarla devlet tahvilleri satın almaları ve böylece savaş döneminde servetleri artan tüketicilerin, savaş sonrası dönemde tüketim taleplerini artırmış olmalarıdır. Bu durum ise, servetin tüketim harcamaları üzerinde etkisinin kabulü ve tüketimin gelirin yanında servetin bir fonksiyonu olması anlamına gelmektedir¹³⁴.

Açıkça, Keynes'in bir toplumun zenginleştikçe tasarruf oranının yükseleceği şeklindeki varsayımı, yatay kesit verilerde gözlenen zenginlerin fakirlere kıyasla daha fazla tasarruf yaptıkları gözlemi elde tutulmak kaydıyla, modifiye edilmeliydi. Nisbi gelir hipotezi ile birlikte iki önemli hipotez; ömür boyu gelir ve sürekli gelir hipotezleri, tarihi zaman serisi verilerinin gösterdiği oldukça düzgün tasarruf oranı trendi ile yatay kesit verilerin ortaya koyduğu gelir arttıkça tasarruf oranının artması biçiminde ortaya çıkan çelişkiyi çözmektedir.

1.4.2.2 Fisher Modeli: Tüketimin Kısıtlayıcıları ve Zamanlararası Tüketim Tercihi

Fisher, tüketim harcamaları konusunu, bilinen mikro iktisadi bakış açısından ele alır. Model, rasyonel davrandığı varsayılan bir tüketicinin, tüketim yapmakla tasarruf yapmak arasındaki tercihini hangi şartlar altında, nasıl yaptığını ve bu tercih

¹³⁴William H.Branson, *Macroeconomic Theory and Policy*, Third Edition, New York: Harper&Row Publishers, 1989, ss.241-242;
Mankiw, a.g.e., ss.395-396;
Wonnacot, a.g.e., ss.255-257.

üzerinde ne gibi kısıtlamaların bulunduğunu ve bunların etkilerinin ne yönde gerçekleştiğini inceler. Fisher, bu analizi değişik zaman dilimlerini dikkate alarak yaptığından modele “zamanlararası tüketim tercihi modeli” adı verilmektedir. Fisher’in bu modeli, ömür boyu ve sürekli gelir teorilerinin hareket noktasını oluşturduğundan tüketim teorisi açısından önemli bir aşamayı teşkil eder. Aynı zamanda zamanlararası tercih vurgusu, Keynes ve onun haleflerince öne sürülen erken dönem tüketim teorilerinin karşısında yer almaktadır.

Hanehalkları farklı “dönemler” ya da yıllar süren ömürleri boyunca bir gelir akımı kazanırlar ve ömür boyu kazandıkları gelirlerine uygun bir tüketim akımını tercih ederler. Verili bir dönemde, hanehalkı o dönemin gelirinden az ya da çok tüketebilir. Eğer daha az tüketip daha çok tasarruf ederse, neticede bu tasarruflarını gelecek bazı dönemlerde daha yüksek tüketimde bulunmak için kullanılacaktır. Eğer daha çok tüketirse, şimdiki dönemde negatif tasarrufta bulunacaktır ve gelecek dönemde şimdiki dönemde yaptığı negatif tasarrufun bir sonucu olarak tüketimini azaltacaktır¹³⁵.

İnsanlar ne kadar tüketip ne kadar tasarruf edeceklerine karar verirken, aslında bugünkü çıkarları ile gelecekteki çıkarları arasında bir denge kurmaya çalışmaktadırlar. Bugün yapılan tüketimin artması, gelecekteki tüketimin azalmasına neden olmaktadır. Tüketiciler tüketim kararını verirken gelecekte elde etmeyi umdukları gelire ve tüketmeyi planladıkları mal ve hizmetlere bakarak karar verirler. Fisher, tüketicilerin bu kararını nasıl verdiğini analiz etmiştir.

Fisher modelinde tüketici iki temel kısıtlayıcının etkisinde tüketim kararını verir; bütçe kısıtlaması ve borçlanma kısıtlaması.

Bütçe kısıtlaması: Bütün tüketiciler, tükettikleri mal ve hizmetlerin miktar ve kalitesini artırmak yönünde bir eğilime sahiptir. Herkes daha iyi hayat şartlarına sahip olmak ister. Ancak arzulan tüketim harcamalarını yapmak mümkün değildir. Bunun en önemli nedeni, tüketicilerin tüketim imkânlarının gelirleriyle sınırlı olmasıdır. Tüketicilerin harcamalarını kısıtlayan en önemli faktör; gelirleridir. Bu duruma mikro iktisatta “bütçe kısıtlaması” adı verilir ve bütçe doğrusu ile gösterilir.

¹³⁵Jeffrey D.Sachs and Felipe B.Larrian, *Macroeconomics in The Global Economy*, New Jersey: Prentice Hall, 1993, s.78.

Eğer tüketiciler, bugünkü tüketimleri ile gelecekteki tüketimleri için tasarruf yapmak arasında bir tercih yapmakla karşı karşıya kalmışlarsa, bu duruma “zamanlararası bütçe kısıtlaması” adı verilir¹³⁶.

Bütçe kısıtı yalnızca bir yıl için değil, gelecekteki pek çok yıllar için de söz konusudur. Herhangi bir yılda hanehalkı borçlanarak ya da mali varlıklarından bir kısmını çekerek harcanabilir gelirinden daha fazlasını tüketebilir. Fakat bir hanehalkı sonsuza değin harcanabilir gelirinden fazlasını tüketemez, nihayetinde mali varlıklarının tamamını kullanıp bitirir ya da borçlanma imkânını yitirebilir. Bu nedenle, hanehalkı, yıllara yayılı tüketim harcamalarını kısıtlayan zamanlararası (dönemlerarası) bütçe kısıtı ile karşı karşıyadır. Bazı yıllarda, hanehalkı, gelirinden daha azını tüketerek, gelirinin tüketiminin aşan kısmını tasarruf ederek finansal varlıklarına ilave eder ve bunları gelecekteki tüketiminin finansmanında kullanır. Bu yılki tüketimdeki düşme gelecek yıllardaki tüketimin artmasına anlamına gelir. Bütçe kısıtı, tasarruflar neticesinde oluşan varlıkların birikimini de kapsamaktadır¹³⁷.

Konuyu basitleştirmek için sadece iki dönem yaşayan bir tüketicinin durumunu ele alalım. Aşağıdaki denklemlerde, C_1 bugünkü tüketimi; C_2 gelecekteki tüketimi; Y_1 bugünkü geliri; Y_2 gelecekteki geliri; ve r reel faizi ima etmektedir. Ayrıca tüketici borçlanmak ve tasarrufta bulunmak konusunda bir kısıtlamaya tabi değildir. Yani herhangi bir dönemde gelirinden az ya da çok tüketmesi muhtemeldir.

İlk dönemdeki tasarruf (S), doğal olarak ilk dönem gelirinin tüketilmeyen kısmına eşittir.

$$S = Y_1 - C_1$$

Tüketicinin ikinci dönemdeki tüketimi, ikinci dönem geliri artı birinci dönemde yaptığı tasarruf ile bu tasarruftan elde ettiği faize eşittir.

$$C_2 = Y_2 + (1+r)S$$

¹³⁶Dönek, a.g.m., s.85;

Mankiw, a.g.e., s.397.

¹³⁷Robert E. Hall and John B. Taylor, *Macroeconomics, Theory, Performance and Policy*, Third Edition, New York: W.W. Norton&Company, 1991, s.250;

Michael ve Diğerleri, a.g.m., ss.3-4;

Meghir, a.g.m., s.8.

Tüketicinin ilk dönemde tasarruf etmeyip borçlanması halinde de bu denklemler geçerli olacaktır. Ancak bu durumda ilk denklemdeki tasarruf negatif olacak ve tüketicinin borçlanma imkânını gösterecektir. Borçlanma durumunda, tasarrufa ödenen faiz oranının borçlanma için de cari olduğu varsayılmıştır. Yukarıdaki iki denklem birleştirildiğinde, tüketicinin borçlanma kısıtını gösteren denkleme ulaşılmaktadır. Tasarrufu gösteren ilk denklem, ikinci denklemde S'nin yerine konulduğunda,

$$C_2 = Y_2 + (1+r)(Y_1 - C_1)$$

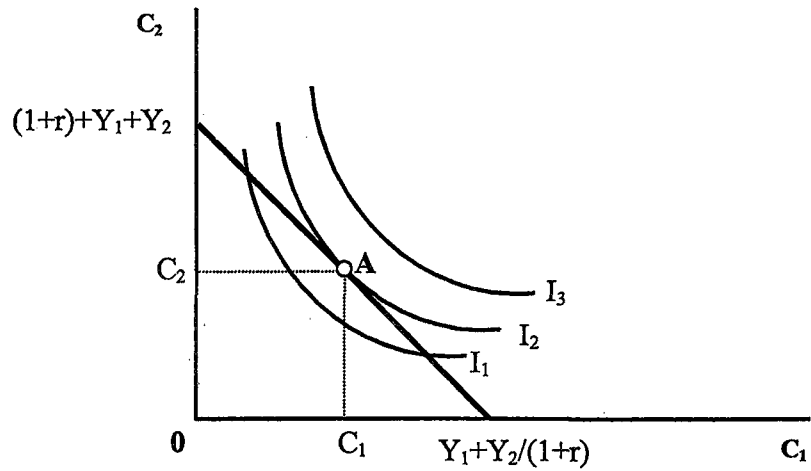
denkleme ulaşılmaktadır. Denklemi basitleştirmek için sağ taraftaki $(1+r)(C_1)$ terimini sola geçirildiğinde, denklem,

$$C_2 + (1+r)(C_1) = Y_2 + (1+r)Y_1$$

haline gelir, elde edilen bu denklemin her iki tarafı $(1+r)$ 'ye bölünülendiğinde,

$$C_1 + \frac{C_2}{(1+r)} = Y_1 + \frac{Y_2}{(1+r)}$$

denkleme ulaşılmaktadır. Elde edilen bu son denklem iki dönemin gelir ve tüketimlerini birbirleriyle ilişkilendirmektedir. Denkleme göre, eğer $r = 0$ ise, iki dönemdeki toplam tüketim $(C_1 + C_2)$ iki dönemdeki toplam gelire eşit olmak durumundadır. Eğer $r > 0$ ise, C_2 ve Y_2 $(1+r)$ ile iskonto edilir. Bu iskonto tasarrufa ödenen faizin neticesidir. Cari gelirinden tasarruf eden tüketici, bir miktar faiz geliri elde edeceği için, gelecekte, bugünkü tüketimden vazgeçtiğinden daha fazlasını tüketme imkânına kavuşacaktır.



Şekil 3: Zamanlararası Tüketim Tercihi

Tüketicinin iki dönem arasında yaptığı tercih, farksızlık eğrileri ile gösterilecek olursa, (dikey eksen C_2 , yatay eksen C_1), tüketici aynı farksızlık eğrisi üzerinde farksız yani eşit mutluluğa sahip olacak, ancak daha yüksek bir farksızlık eğrisi üzerinde bir noktaya ulaşabilecek durumda ise onu tercih edecektir. Tüketicilerin optimum faydayı sağladığı denge noktası ise, I_2 farksızlık eğrisinin bütçe doğrusuna teğet olduğu A noktası olacaktır. Bu noktada farksızlık eğrisinin eğimi (marjinal ikame haddi) ile bütçe doğrusunun eğimi $(1+r)$ birbirine eşittir. Bu mikro analize göre, herhangi bir dönemdeki gelirden meydana gelecek bir artış, bütçe doğrusunun yukarı kaymasına neden olacaktır için, tüketicinin her iki dönemdeki tüketimi (C_1+C_2) ve dolayısıyla refahı artacaktır. Buradan hareketle, Fisher modeline göre tüketimin, cari ve gelecekteki gelirin bugünkü değerine bağlı olduğu ve dolayısıyla Keynes'in tüketim fonksiyonunun aksine, bu modelde tüketimin, tüketicinin hayatı boyunca beklediği gelirlerine bağlı olduğu kabul edilmiştir.

İktisatçılar tarafından, gelir dışında faiz oranının da tüketim harcamaları üzerinde etkili olduğu, ancak bu etkinin gelirin etkisine göre çok daha karmaşık olduğu hep tartışılmıştır. Çünkü faiz oranındaki bir artışın tüketimi, hem gelir hem de ikâme etkisiyle etkilediği iddia edilmiştir. Buna göre, bir yandan gelir etkisiyle daha yüksek bir farksızlık eğrisine ulaşılabilir ve hem bugünkü, hem de gelecekteki tüketim artacaktır. Diğer taraftan ikâme etkisiyle, iki dönemdeki kısmi tüketimin

nisbi fiyatlarındaki değişme sonucu, tüketici ikinci dönemde birinci dönemden daha fazla tüketmeyi tercih edecektir¹³⁸.

Borçlanma (Likidite) Kısıtlaması: Fisher modelinde, tüketici tasarruf ta edebilir, borçlanabilir de. Tüketici belirli bir dönemdeki gelirinin bir kısmını harcamayıp ileride faizi ile birlikte geri almak üzere borç verme imkânına (tasarruf) sahiptir. Ayrıca borç alarak gelirini aşan bir harcama yapmak imkânına da (negatif tasarruf) sahiptir¹³⁹. Bireyin borçlanarak tüketimini karşılaması, bugünkü gelirinin bugünkü tüketimini karşılayamaması anlamına gelir ($C_1 > Y_1$). Buna göre bir tüketicinin cari geliri, cari tüketimini karşılamıyorsa ve gelecekte tüketici bugünkü gelirinden daha yüksek bir gelir elde edeceğine inanıyorsa, tüketici bugünden borçlanarak cari tüketimini karşılamaktan kaçınmayacaktır. Ancak ne var ki, tüketici her zaman bugünkü tüketimini karşılamak için borç bulamaz ya da yeterince borç bulamaz. Örneğin; Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde okumakta olan bir öğrencinin gelecekte kaymakam, vali hatta başbakan olmayı beklemesi ve daha yüksek gelir elde etmeyi umması gayet doğaldır. Ancak, bir öğrencinin borç bulma imkânının sınırları da bellidir. Bu durum, şüphesiz tüketici için bütçe kısıtlamasına ilaveten bir de "borçlanma kısıtı" ya da "likidite kısıtı" getirmektedir. Borçlanma ya da likidite kısıtı, bir tüketicinin gelecekteki daha yüksek gelir beklentisi içerisinde, cari tüketimini karşılayabilmek için borçlanamama ya da yeterince borçlanamama durumunu ifade etmektedir. Netice itibariyle tüketici, gelirinin yanında borçlanma kısıtının da etkisiyle daha az tüketmek zorunda kalacaktır; çünkü bu durumda gelecekte daha yüksek bir gelir elde edebilecek durumda bile olsa, bugünkü gelirini kullanmak durumunda kalacaktır¹⁴⁰.

Likidite kısıtının geçerli olması durumunda, cari tüketim, büyük ölçüde cari gelirin bir fonksiyonu olmaktadır. Bunun nedeni, likidite kısıtının, gelecekte gelir ve servette beklenen artışa rağmen, tüketicinin zamanlararası fayda düzleştirmesini

¹³⁸Sachs and Larrian, a.g.e., ss.87-90;

Dönek, a.g.m., s.86.

¹³⁹Unsal, Makro İktisat, s.302.

¹⁴⁰Mankiw, a.g.e., ss.405-406;

Dornbusch and Fisher; a.g.e.,ss. 313-315;

Branson, a.g.e., s.243.

engellemesidir. Bu konuda yapılan araştırmalar, düşük gelirli hanehalklarının ciddi biçimde likidite kısıtına maruz kaldıklarını göstermektedir¹⁴¹.

1.4.2.3 Mutlak Gelir Hipotezi

Keynes, milli gelir düzeyini belirleyen efektif talebin, temel unsurlarından birisi olarak bilinen tüketim fonksiyonu fikrini 1936'da ortaya atmıştır. Makro bir büyüklük olarak tüketim harcamalarını inceleme ihtiyacı hisseden ve ona ekonomik ilişkiler yumağında stratejik bir rol biçen ilk iktisatçı Keynes'tir. Bu gelir-harcama yaklaşımı, İkinci Dünya Savaşı sonrasında teorik makro iktisat kitaplarının temeli haline gelmiştir. Bu gelenek günümüzde de büyük ölçüde sürdürülmektedir.

Keynes'in Genel Teorisi, ekonomik teorinin çoğu alanlarını kapsamasına rağmen; onun hala güncelliğini koruyan en popüler kısmı, harcanabilir gelirin, tüketim harcamalarının en önemli determinantı olduğunu ortaya koyan tüketim kısmıdır¹⁴². Keynes'in takipçilerinden Hansen de Keynes'in iktisat teorisine en büyük katkısının tüketim fonksiyonunu açık ve spesifik olarak ortaya koyması olduğunu belirtmekte ve bu katkının Marshall'ın talep fonksiyonunu keşfetmesi kadar, belki ondan daha önemli olduğunu vurgulamaktadır¹⁴³.

Keynes'in bir ekonomide tüketim harcamalarının seviyesinin belirlenmesi ile ilgili temel varsayımı; tüketim harcamalarının ana determinantının gelir olduğudur. Keynes'e göre bir dönemin tüketimi, o dönemin cari gelirinin bir fonksiyonudur. Bu varsayım, bütün ekonomi için olduğu gibi tüketici birimi içinde geçerlidir. Keynes, kural olarak, toplam gelirin, toplam talebin bir bileşeni olarak tüketim harcamalarını belirleyen ana etkenin gelir olduğunu vurgulamakla birlikte, tüketim harcamalarını belirleyen objektif ve sübjektif başka determinantların da bulunduğunu ancak kendisinin diğer determinantları bir tarafa bırakarak gelir üzerinde yoğunlaştığını ifade etmektedir. Bunu yapmasının nedenini ise, kısa dönemde, anormal, devrim

¹⁴¹Erik Hurst, "Household Consumption And Household Type: What Can We Learn From Mortgage Refinancing?" University of Chicago Graduate School of Business, May 1999, s.41.

Kemal Yıldırım ve Doğan Karaman, *Makroekonomi*, İkinci Baskı, Eskişehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, 2001, s.508.

¹⁴²Tim Miller, "Explaining Keynes' Theory of Consumption, and Assessing its Strengths and Weakness", from <http://www.economic-truth.cok.uk>, ss.1-2.

¹⁴³Mankiw, a.g.e., s.293.

sayılabilecek köklü gelişmeler yaşanmadığı sürece bu faktörlerin tüketim harcamaları üzerinde önemli etki icra etmeyeceğine dair kanaati olduğunu vurgulamaktadır. Bununla birlikte, bunların uzun dönemde tüketim eğilimini etkilemesinin kaçınılmaz olduğunu da belirtmektedir¹⁴⁴.

Keynes Genel Teori’de tüketim konusunda üç husus üzerinde durmuştur¹⁴⁵:

Birincisi, harcanabilir kişisel gelir arttığında tüketimin de artacağı, ancak tüketimdeki nisbi artışın, harcanabilir gelirdeki nisbi artıştan daha küçük olacağı hususudur. Keynes, tüketim harcamalarını psikolojik boyutta ele almıştır. Keynes, bireylerin gelirleri ile ilişkili olarak, belirli bir harcama alışkanlıkları edindikleri, yani gelirlerine uygun belirli bir hayat standardı oluşturduklarını öne sürmüştür. Keynes bu durumu “temel psikolojik kanun” olarak nitelendirmektedir. Temel psikolojik kanun, harcanabilir gelirdeki 1 liralık değişikliğin tüketim harcamalarında kaç liralık değişikliğe yol açtığını gösteren marjinal tüketim eğiliminin sıfırdan büyük fakat birden küçük olduğunu ifade etmektedir. Keynes, bu sonuca, a priori, insan doğası hakkındaki bilgileri ve gerçek tecrübelerinin detaylarından yola çıkarak ulaştığını belirtmektedir. Günümüzde, tüketim fonksiyonu üzerinde çalışma yapan iktisatçılar çok sofistike data analiz tekniklerine güvenmektedirler. Bilgisayarların yardımıyla, milli gelirin tüm bileşenleri ile ilgili kapsamlı datalar ve hanehalkı tüketim harcamaları anketlerinden elde edilen detaylı bilgiler toplam olarak analiz edilebilmektedir. Halbuki, Keynes 1930’larda kitabını yazdığına ne bu kadar kapsamlı datalara sahipti, ne de bu kadar kapsamlı dataları analiz etmek için gerekli bilgisayarlara. Keynes tüketim fonksiyonu ile ilgili varsayımlarını istatistik analizlere dayanmak yerine, içe bakış ve kişisel tecrübelerinden yola çıkarak oluşturmuştur.

İkincisi, Keynes Genel Teori’de, harcanabilir gelir artınca gelirin tüketim amacıyla kullanılan kısmının azalacağını varsaymıştır. Diğer bir ifadeyle Keynes Genel Teori’de gelirin ne kadarının tüketime tahsis edileceğini belirten ortalama tüketim eğiliminin gelir düzeyi yükseldikçe azalacağını varsaymıştır. Gelir artarken

¹⁴⁴Keynes, a.g.e., ss.90-91.

¹⁴⁵Keynes, a.g.e., ss.91-97;

Sherman J. Howard, *The Business Cycle*, Princeton: Princeton University Press, 1991; s. 87;

Ünsal, *Makro İktisat*, ss.295-298;

Mankiw, a.g.e., ss.393-394.

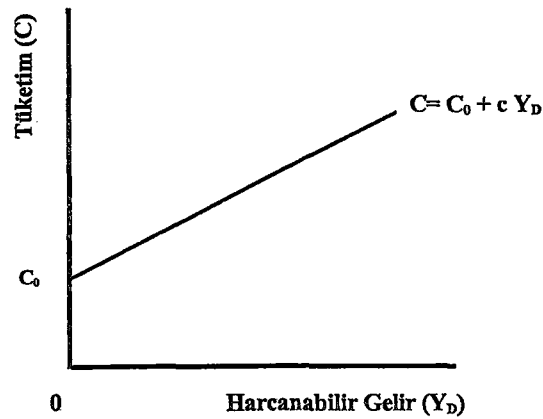
ortalama tüketim eğiliminin düşüp, ortalama tasarruf eğiliminin artması, ekonomik gelişme sürecinde, talep yetersizliğinin muhtemel olması ve talep yetersizliğinden kaynaklanan krize yol açması ihtimalini kuvvetlendirmektedir. Bu özellik, Keynesyen konjonktür teorisi bakımından son derece önemlidir. Çünkü, eğer tüketim, gelirdeki artıştan daha az oranda artarsa ve yatırımlar, ya sermayenin marjinal verimliliğinin düşüklüğünden ya da yatırımların faiz haddine karşı yeterince esnek olmamasından dolayı istenilen düzeyde gerçekleşmezse ekonomi tam istihdam düzeyine ulaşamayacaktır.

Üçüncüsü, Keynes'in tüketim konusunda üzerinde durduğu son husus, tüketim harcamalarını belirleyen temel değişkenin gelir olduğu, faiz haddinin klasik iktisatçıların ileri sürdüklerinin aksine tüketim harcamaları üzerinde belirleyici bir rol oynamadığı hususudur. Keynes'te tüketim harcamaları faizin değil, harcanabilir kişisel gelirin bir fonksiyonudur. Cari tüketim harcamaları, cari gelirin fonksiyonu olup, cari gelirdeki değişmelere bağlı olarak değişmektedir. Bu yönüyle, Keynesyen tüketim fonksiyonu, mutlak gelir hipotezi olarak adlandırılmaktadır.

Bu açıklamalardan sonra Keynesyen tüketim fonksiyonu aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$C = C_0 + cY_D \quad C_0 > 0 \quad \text{ve} \quad 0 < c < 1$$

Burada C, tüketim harcamalarını, Y_D , reel harcanabilir geliri, C_0 , otonom tüketim harcamalarını ve c marjinal tüketim eğilimini göstermektedir. Grafikte ifade edersek:



Şekil 4: Keynesyen Tüketim Fonksiyonu

Keynesyen tüketim fonksiyonunun özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Birinci özellik, reel tüketim harcamaları, reel harcanabilir gelirin, kısa dönemde istikrarlı bir fonksiyonudur. Diğer bir ifadeyle, tüketim eğilimi aşağı ve yukarı yönde kolay kolay değişmez. Durum böyle olunca, milli gelirdeki gelişmeyi, toplumun tüketim davranışını izleyerek önceden kestirebilmek mümkün hale gelmektedir.

İkinci özellik, pozitif bir sabit terim olmasıdır ($C_0 > 0$). Buna “otonom” ya da “gelirden bağımsız” tüketim harcaması adı verilmektedir. Geometrik olarak, tüketim fonksiyonunun dikey ekseni kestiği noktayı ifade eder. Keynes’e göre kişiler gelirden yoksun oldukları bir dönemde, borçlanarak ya da daha önce yapmış oldukları tasarruflarını kullanarak tüketimlerini finanse etmektedirler. Tüketimin gelire bağımlı kısmı ise uyarılmış tüketim olarak adlandırılmaktadır. Buna göre tüketim, otonom ve uyarılmış tüketim olarak ikiye ayrılmaktadır.

Üçüncü özellik, ortalama tüketim eğiliminin, marjinal tüketim eğiliminden büyük olmasıdır. Bunun nedeni, otonom tüketim harcamalarının varlığıdır.

Dördüncü özellik, marjinal tüketim eğiliminin pozitif, fakat birden küçük olmasıdır ($0 < c < 1$).

Beşinci özellik, marjinal tüketim eğilimi, muhtemelen gelir arttıkça azalacaktır. Bu durumda, tüketim fonksiyonu içe doğru kavisli hale gelecektir. Bu, insanların gelir seviyeleri arttıkça, gelirlerinin daha büyük bir kısmını tasarrufa ayırması anlamına gelmektedir. Ancak iktisadi analizlerde, genellikle analizi kolaylaştırmak amacıyla bu son özellik gözardı edilerek, marjinal tüketim eğiliminin sabit olduğu kabul edilmekte ve doğrusal tüketim fonksiyonu kullanılmaktadır.

Keynesyen tüketim fonksiyonu oldukça faydalı ve kullanışlıdır. Ancak tüketimi sadece cari harcanabilir gelire ilişkilendirmesi ve tüketimi etkileyen diğer unsurları gözardı etmesi, başka tüketim teorilerinin geliştirilmesine neden olmuştur. Tüketim bulmacası kısmında ifade edildiği gibi, mutlak gelir teorisinin asıl eleştirisi kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonlarının birbirini tutmamasından kaynaklanmıştır. Kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonu arasındaki bu ayrım yeni tüketim teorilerinin geliştirilmesine neden olduğu gibi bu çelişkiyi mutlak gelir teorisi ile bağdaştırmaya çalışanlar da olmuştur. Bunlardan Tobin ve Smithies, kısa dönem tüketim fonksiyonunun sadece kısa dönemde tüketim gelir ilişkisini

gösterdiğini, halbuki tüketim üzerindeki etkilerini ancak uzun dönemde gösteren, yeni tüketim mallarının bulunması, kentleşme, gelir dağılımındaki düzelme, nüfus dağılımının değişmesi, birikmiş servetteki artış gibi etkenlerin gelirin artışı ile birlikte tüketimi artıracaklarını iddia etmişlerdir¹⁴⁶.

1.4.2.4 Nisbi Gelir Hipotezi

Keynesyen tüketim fonksiyonu, tüketimin toplumsal niteliklerini dikkate almamıştı. Diğer bir deyişle, tüketicinin psikolojik ve sosyolojik nitelikleri analize dahil edilmemişti. James Duesenberry tarafından ortaya atılan, kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonlarını bağdaştırmaya çalışan nisbi gelir hipotezi, hanehalklarının tüketim davranışlarına ilişkin gözlemlerden yola çıkılarak geliştirilmiştir. Bireylerin tüketim ve tasarruf davranışlarının içinde yaşadıkları toplumsal çevreden büyük ölçüde etkilendiğini gözlemleyen Duesenberry, tüketimin, toplumun psikolojik ve sosyal özelliklerine göre şekillendiğini ileri sürmüştür.

Duesenberry'nin modeli, mutlak gelir hipotezinin altında yatan iki temel varsayımın reddi üzerine kurulmuştur. Birincisi, tüketicilerin tüketim davranışları Keynes'in iddia ettiğinin aksine, birbirinden bağımsız değildir. İkincisi, gelir artarken tüketim geliri takip ettiği halde, gelir düşerken tüketim düşmez. Bu iki varsayımı reddetmesine rağmen, nisbi gelir hipotezi, mutlak gelir hipotezi ile bağdaşır niteliktedir. Bu hipotez de Keynes gibi gelir-tüketim ilişkisinden hareket etmekte olup sadece, ortalama tüketim eğiliminin zaman içinde neden düşmediğini açıklamaya çalışmaktadır¹⁴⁷.

Nisbi Gelir Hipotezi, iki temel varsayım üzerine bina edilmiştir¹⁴⁸:

¹⁴⁶James Tobin, "Relative Income, Absolute Income and Saving", *Money, Trade and Economic Growth*, New York: The Macmillan Company, 1951;

Arthur Simithies, "Forecasting Postward Demand", *Econometrica*, January 1945, ss.1-4.

¹⁴⁷Parasız, a.g.e., s.87;

Paya, a.g.e., s.51.

¹⁴⁸Duesenberry, a.g.e., s.45;

Dönek, a.g.m., s.90;

Pazarlıoğlu, a.g.m., ss.325-326;

M.Sinan Temurlenk, "Tüketim Fonksiyonu İle İlgili Dört Hipotezin Türkiye Verileri Üzerinde Test Edilmesi", *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi*, Cilt.9, Sayı:1-2, 1992, ss.193-197;

Branson, a.g.e., ss.270-271.

Birinci varsayıma göre, tüketiciler, gerçekte, mutlak tüketim seviyelerinden çok, nüfusun geri kalanına oranla yaptıkları tüketimle ilgilidirler. Bu bağlamda, tüketicinin tatminin artması da tüketiminin içinde yaşadığı sosyal topluluğun ortalamasına oranla ne kadar arttığına bağlıdır. Tüketim ve tasarruf kararları, kişinin içinde yaşadığı sosyal çevreden geniş ölçüde etkilenmektedir. Dolayısıyla, belirli bir gelir düzeyindeki hanehalkı, gelir seviyesi yüksek bir komşuluk çevresinde yaşıyorsa, daha düşük gelirli bir çevrede yapacağından daha fazla tüketim yapmaktadır. Ayrıca belirli bir komşuluk çevresindeki tüketim davranışı, komşuların tüketim modeline bağlıdır. Diğer bir ifadeyle, hanehalkları komşulukları çevresinde belirli bir iktisadi statüyü sürdürmek amacıyla harcama yaparlar. Böylece, tüketim hanehalkının yalnızca kendi gelirine değil, komşularının gelir düzeyine de bağlıdır.

Bu modelde, gelir dağılımı son derece önemli bir belirleyici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü tüketici, tüketimini o toplum içinde gelir dağılımında hangi katmanda bulunduğu bakarak ayarlamaktadır. Bu ayarlamayı yaparken de hep o toplumun standart ortalama tüketim düzeyini baz alarak karar verecektir. Gelir düzeyi ne olursa olsun, kendisini hep bu standarda göre ayarlama gayreti içinde olacaktır. Mesela; eğer içinde yaşadığı toplumsal ortalamanın altında bir gelir düzeyine sahipse, gelir düzeyine göre daha yüksek bir ortalama tüketime ayarlamaya çalışacak, bulunduğu gelir düzeyi toplumsal ortalamanın üzerinde ise, o gelir düzeyine göre daha düşük bir ortalama tüketim düzeyine göre kendisini ayarlayacaktır. Böylece, hanehalkının ortalama tüketim eğilimi, onun gelir dağılımındaki durumunun bir sonucu olmaktadır. Bu durum, hem yatay kesit analizlerin neticesi olan $MPC < APC$ sonucunu, hem de ortalama tüketim eğiliminin uzun dönemdeki istikrarlı seyrini izah etmektedir. Bireylerin ya da hanehalklarının tüketim davranışlarının, diğer bireylerin ya da hanehalklarının tüketim davranışlarına bağlı olması durumuna, Duesenberry “gösteriş etkisi” adını vermektedir.

İkinci varsayım ise, cari tüketimin, yalnızca nisbi gelirin değil, aynı zamanda daha önceki dönemlerde elde edilen en yüksek gelir seviyesinin fonksiyonu olduğudur. Duesenberry’e göre, hanehalklarının bir defa ulaştıkları tüketim seviyesini düşürmeleri, önceki dönemlerde gelirlerinden oransal olarak yaptıkları tasarrufları azaltmalarından çok daha zordur. Bunun nedeni, hanehalklarının tüketim davranışlarının süreklilik göstermesi ve alışkanlık arzetmesidir. Bu varsayıma göre, belirli bir hayat

standardına alışıldıktan sonra, gelir düşse de aynı hayat standardına, aynı tüketim kalıbına devam etmeye çalışılacaktır. Hanehalkları daha önce alıştıkları hayat standartlarını kolay kolay değiştirmeyeceklerinden, gelir düzeyinin düştüğü resesyonist dönemlerde APC yükselecektir. Ancak gelir artarken tüketim de artacaktır. İşte kısa dönemde tüketim fonksiyonunun gelir düşerken gelirden daha az gerilemesi, gelir artarken ise artması durumuna “zemberek etkisi” (ratchet affect) ya da “tüketim davranışlarının tersine döndürülemezliği” adı verilmektedir¹⁴⁹. Cari tüketim, cari gelir düzeyinin yanında önceki dönemlerde elde edilen en yüksek gelir düzeyinin bir fonksiyonu olduğunda, uzun dönemde ortalama tüketim eğilimi fazla değişmeyecek ve istikrarlı bir yapı arzedecektir.

Bu varsayım, gelirdeki azalma sonucu tüketim harcamalarında meydana gelen değişikliğin, gelirdeki artış durumunda ortaya çıkan değişiklikle aynı olmadığını ima etmektedir. Halbuki, Keynesyen tüketim fonksiyonu tersine döndürülebilir bir fonksiyon olup, tüketim gelirdeki azalma ve artışlarda eşit miktarda değişmektedir.

Böylece, Duesenberry tüketim fonksiyonunu, Y_D 'nin cari geliri, Y_h 'nin daha önce ulaşılan en yüksek geliri temsil ettiği aşağıdaki fonksiyonla göstermeyi akla yatkın bulmuştur.

$$C = f(Y_D, Y_h)$$

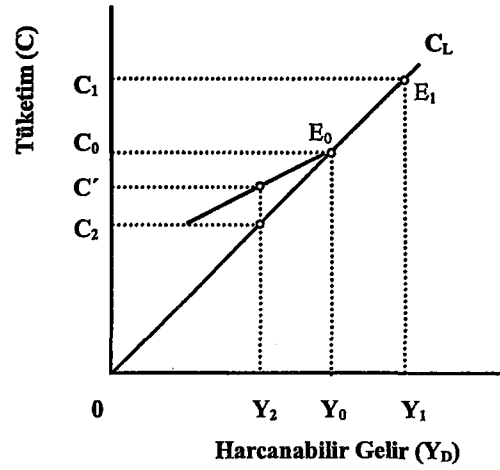
Nisbi Gelir Hipotezi'nin ortalama tüketim eğilimi ilgili sonuçlarını, aşağıdaki denklem yardımıyla açık bir biçimde ifade etmek mümkündür¹⁵⁰.

$$C/Y = a + b (Y/Y_h); \quad b < 0$$

Resesyon döneminde $Y < Y_h$, dolayısıyla $(Y/Y_h) < 1$ olacağından, C/Y (APC) oranı yükselecektir. Diğer yandan ekonominin genişleme döneminde $Y > Y_h$ yani $(Y/Y_h) > 1$ olacağından, C/Y oranı (APC), uzun dönem ortalamasının altına düşecektir. Buradan hareketle, nisbi gelir hipotezine göre orijinden geçen uzun dönem tüketim fonksiyonunun ortalama tüketim eğilimi, marjinal tüketim eğilimine eşit olacak ve uzun dönemde her ikisi tüm gelir düzeylerinde sabit kalacaktır.

¹⁴⁹ W. S. Brown, *Macroeconomics*, New Jersey: Prentice Hall , 1988, s.174; Wonnacatt, a.g.e., ss.226-227.

¹⁵⁰ Dönek, a.g.m., ss.90-91.



Şekil 5: Nisbi Gelir Hipotezine Göre Tüketim Fonksiyonu

Grafikte uzun dönem tüketim fonksiyonu, orijinden geçen C_L doğrusu ile temsil edilmektedir. Gelir seviyesi yükseldikçe tüketim artmaktadır. Herhangi bir dönemde hanehalkının geliri Y_0 'a ulaşmış ve tüketim düzeyi C_0 olsun. Gelir Y_1 'e yükseldiğinde tüketici harcamalarını artırmaktadır. Eğer gelir seviyesi bir şekilde Y_2 'ye düşerse, tüketim C_2 değil, C' seviyesine gerilemektedir. Çünkü tüketici daha önce ulaşmış olduğu en yüksek gelir seviyesi Y_0 'ın sağladığı tüketim kalıbını sürdürmeye çalışmaktadır.

Bir tüketicinin içinde bulunduğu toplumdaki bütün tüketicilerin gelir bakımından gösterdiği dağılımında işgal ettiği yer olarak tanımlanabilen nisbi gelir, gelir dağılımına ait veriler bilinmediği takdirde, tüketicinin gelirinin, bütün tüketicilerin ortalama gelirine oranı olarak hesaplanmaktadır.¹⁵¹ Bu durumda daha önce ulaşılmış en yüksek gelir seviyesi olarak ortalama gelir kabul edilmiş olur. ($Y_0 = \bar{Y}$)

Nisbi gelir hipotezinin sürekli gelir hipotezine kısmi benzerliği olduğu görülmektedir. Her ikisi de kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonu ayırımına dayanmaktadır. Ancak bu ikisi arasındaki ayırımın nedenleri farklıdır. Sürekli gelir hipotezinde bu farkın nedeni beklentilerin ayarlanmasından kaynaklanırken, bu hipotez de bu farklılığın nedeni alışkanlıklar ve toplumsal çevrenin etkisinden kaynaklanmaktadır. İki yaklaşımın bir diğer farkı ise, sürekli gelir hipotezinde

¹⁵¹Avralıoğlu, a.g.e., s.48.

tüketimde hem aşağıya hem yukarıya doğru bir ayarlama gecikmesi söz konusu olurken, nisbi gelir hipotezinde tüketimin katılığı sadece aşağıya doğru olmaktadır¹⁵².

Tüketim bulmacasını çözmeye yönelik bu önemli katkılarına rağmen, nisbi gelir hipotezinin de taşıdığı bazı eksiklikler vardır. Bunlardan¹⁵³:

Birincisi; “nisbi gelir” gibi pek de rasyonel olmayan ve fayda maksimizasyonundan hareket etmeyen bir yaklaşımın tercih edilmesidir.

İkinci eksiklik, tüketim davranışının tersine döndürülemez olduğunun varsayılmasıdır. Bu varsayımın günlük hayatın genel eğilimini ne derece yansıttığı tartışmalı bir konudur.

Üçüncü ve son eleştiri noktası ise, diğer bazı modern tüketim fonksiyonu teorileri için çok önemli kabul edilen “servet”in analize katılmamış olmasıdır. Aslında bireysel harcamaların servete duyarlı olduğu haller bulunmaktadır. Bu nedenle, bu hipotezin bireysel tüketimin mikro analizi ile bağdaşmadığı söylenebilir.

Duesenberrey'nin nisbi gelir hipotezi, tüketim ve harcanabilir gelir arasındaki sabit orantılı olan ve olmayan ilişkileri bağdaştırması açısından, mutlak gelir hipotezinden üstün sayılmaktadır. Keynes'in kısa dönemde yoğunlaşması, cari tüketimin temelde cari harcanabilir gelirin bir fonksiyonu olduğunu telkin etmektedir. Tüketimi etkileyen diğer etkenler, uzun dönemde bile önemsiz sayılmışlardır. Mutlak gelir teorisi, tüketim ve harcanabilir gelir arasındaki uzun dönemli sabit orantılılığı, rastlantı olasılığı dışında açıklayamadığı için doyurucu sayılmamıştır. Duesenberrey'nin hipotezi, belirli ekonomik olgular ortaya çıktığında kısa dönemde geçerli olmayabilecek bir uzun dönem davranış teorisi ortaya koyduğundan, mutlak gelir hipotezi üzerinde bir gelişmeyi temsil eder. Duesenberrey'e göre, hanhalkları harcanabilir gelirlerinin sabit bir kısmını tüketime yönettirler. Bu sabit orantılılık, mutlak gelir önceki gelir düzeyinin altına

¹⁵²Yıldırım ve Karaman, a.g.e., s.504.

¹⁵³Dönek, a.g.m., s.91;

Brown, a.g.e., s.175;

Paya, a.g.e., s.52.

düştüğünde, kısa dönemde bozulur. Dolayısıyla, gelir düzeyindeki dalgalanmalar nedeniyle, kısa ve uzun dönem tüketimi farklılaşır¹⁵⁴.

1.4.2.5 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi

Keynesyen tüketim fonksiyonunun eksiklerini gidermeye yönelik olarak geliştirilen tüketim hipotezlerinden en sağlam ve günümüzde de yaygın olarak kabul edilenleri 1950'lerde Friedman tarafından geliştirilen sürekli gelir hipotezi ile aynı dönemde ondan bağımsız olarak Modigliani, Brumberg ve Ando tarafından geliştirilen ömür boyu gelir hipotezidir. Bu iki teori birbirine oldukça yakındır. Bu nedenle bu iki teori, birlikte "geleceğe dönük tüketim teorisi" olarak adlandırılmaktadır.

Bu teoriler, tüketicilerin geleceğe dönük karar veren birimler olması temel düşüncesinden yola çıkarlar. Ömür boyu gelir hipotezi, adını tüketicilerin tüketim kararlarını verirken önlerindeki bütün yaşamlarını dikkate alması vurgusundan alır. Sürekli gelir hipotezi ise, adını tüketicilerin uzun dönemde elde etmeyi bekledikleri gelir (sürekli gelir) ile, bir süre sonra ortadan kalkmasını bekledikleri gelir (geçici gelir) arasındaki ayırmadan alır. Pratikte bu iki teori, esasen, geleceğe dönük karar veren tüketici fikrinin açıklanmasında kullandıkları yöntem ve bu fikrin ampirik analizinde farklılık gösterirler.

Basit tüketim fonksiyonunda olduğu gibi, geleceğe dönük tüketim teorisi de tüketicilerin tüketim kararlarını harcanabilir gelirlerine dayanarak verdiklerini varsayar. Geleceğe dönük tüketim teorisi, tüketicilerin yalnızca bu yılın harcanabilir gelirine yoğunlaşmadıklarını varsayarak basit tüketim fonksiyonundan ayrılır. Bunun yerine, gelecekte çalışarak kazanacakları gelirleri, birikmiş gelirlerinden oluşan servetleri ve ödeyecekleri vergileri dikkate alarak, gelecekte elde etmeyi umdukları muhtemel harcanabilir gelirlerini dikkate alarak tüketim kararını verdiklerini varsayar. Böylece, tüketiciler bu yılki tüketimlerine, cari ve gelecekteki harcanabilir

¹⁵⁴ Diulio, a.g.e., ss.79,84.

gelirlerini dikkate alarak karar verirler. Bunu yaparken, aynı zamanda, bu yılki tüketimlerine karar vermekle, gelecekteki tüketimlerine de karar vermiş olurlar¹⁵⁵.

Tüketicilerin çok farklı tüketim planı yapmaları mümkündür. Hayatın başında çok sıkı davranıp belirli bir birikime bir an önce ulaşmak isteyebilirler. Ya da orta yaşlarda böyle yapabilirler. Acaba tüketici nasıl bir tüketim planını tercih edecektir? Geleceğe dönük tüketim teorisi, çoğu hanehalklarının yıldan yıla oldukça düzgün, istikrarlı bir tüketim seviyesini tercih edeceğini farzeder. Diğer bir ifadeyle hanehalkları hayat standartlarında belirli bir seviyeyi istikrarlı biçimde sürdürmek (tüketim düzleştirmesi yapmak) isterler¹⁵⁶.

Bu teorilere göre, bu yılki tüketim kararı, muhtemelen gelecekteki 50 yıla yakın bir dönemi kapsayan uzun dönemli tüketim planının ilk yılının uygulamasıdır. Gelecek yılki tüketim kararı, gelecekle ilgili uzun dönemli plan, çalışma yaşamı ve emeklilik dönemi ile ilgili olarak elde edilen mevcut bilgilerle gözden geçirilerek verilir. Aslında, az sayıda tüketici, geleceğe dönük bu derece detaylı bir plan yapabilir. Fakat informel olarak, tüketicilerin böyle bir planı yapabildiği, daha doğrusu tüketimle ilgili genel eğilimlerinin sonucu olarak, çoğu ailenin böyle bir planla aynı sonucu elde ettiği varsayılmaktadır¹⁵⁷.

Geleceğe dönük tüketim teorisi, özellikle, geçici vergi değişiklikleri ve diğer geçici gelir artırıcı politika araçlarının tüketim harcamaları üzerinde Keynes'in geleneksel talep yönetiminde arzulanan sonuçlardan çok daha az etkiye sahip olduğunun ortaya konulmasında önemli bir rol oynamıştır.

1.4.2.5.1 Sürekli Gelir Hipotezi

Tüketim bulmacasının çözümüne yönelik bir diğer hipotez, Friedman tarafından 1957 yılında geliştirilen sürekli gelir hipotezidir. Friedman, kısa dönemde dalgalanmalar gösteren tüketim-gelir oranının, uzun dönemde takip ettiği istikrarlı

¹⁵⁵Hall and Taylor, a.g.e., s. 249.

¹⁵⁶Steindel, a.g.m., s.1;

Hall and Taylor, a.g.e., s. 252.

¹⁵⁷Hall and Taylor, a.g.e., s. 249.

seyri, sürekli gelir hipoteziyle açıklamaktadır. Bu hipotezin hareket noktasını, tüketim düzleştirmesi ya da zamanlararası tüketim tercihi analizi oluşturmaktadır.

Sürekli gelir hipotezine göre, kişilerin tüketimleri cari gelirlerine değil, sürekli ya da uzun dönem gelirlerine bağlıdır. Diğer bir ifadeyle, kişiler tüketim davranışlarını, cari tüketim imkânlarına değil, sürekli ya da uzun dönem tüketim imkânlarına göre ayarlamaktadır. Nasıl ki ayda bir maaş alan devlet memuru, eline geçen maaşın tamamını aybaşında bitirmeyip, ay sonuna kadar idare edecek biçimde kullanıyorsa, bunun gibi, bugünkü tüketimine de ileride eline geçecek tüm gelirlerini dikkate alarak karar vermektedir. Bu kişinin gelirinin tamamını aybaşında tüketip, ayın kalan günlerinde hiç tüketmediğini düşünülemez. Bu kişi, bir gün bolluk diğer günlerde kıtlık yaşamak yerine, düzenli bir tüketim akışını tercih edecektir. Bu varsayma göre, ayın herhangi bir günündeki tüketim, yalnızca o gün elde edilen gelire değil, bilakis ortalama günlük gelire göre ayarlanır. Friedman'a göre, bir günden daha uzun bir dönem söz konusu olduğunda tüketiciler benzer davranış içinde olacaklardır, diğer bir ifadeyle ele alınan dönem uzunluğu ne olursa olsun tüketim yalnızca o dönemin gelirine değil daha uzun bir dönemdeki gelire bağlı olarak planlanacaktır. Friedman, uzun dönemli bu geliri, sürekli gelir olarak adlandırmıştır¹⁵⁸.

Belirli bir dönemdeki cari gelir (Y_M), iki kısımdan oluşmaktadır; sürekli gelir (Y_P) ve geçici gelir (Y_T).

$$Y_M = Y_P + Y_T$$

Sürekli gelir; tüketicinin kendisi ile ilgili yaş, eğitim seviyesi, meslek ve diğer kişisel ve toplumsal özellikleri dikkate alarak, görüş ufku içine giren sürede kazanmayı planladığı gelirdir. Diğer bir tanıma göre ise, sürekli gelir, bir kişinin bugünkü servet düzeyi ile şimdi ve gelecekte elde edeceği geliri veri iken, kişinin ömrünün kalan kısmında sürdürmeyi planladığı (düzenli) tüketim düzeyidir. Friedman'ın teorisinde sürekli gelirin standart bir tanımı yoktur. Burada verilen

¹⁵⁸Hasan Bakhshi, "The Sensitivity of Aggregate Consumption To Human Wealth", Bank of England Working Papers, 2000, ss.7,25-26;
Gordon, a.g.e., s.420;
Ke Chao, a.g.m., s.3.

tanım, ortalama olarak ömür boyu gelir hipotezi ile benzerdir. Ancak aynı şey değildir, çünkü sürekli gelir tanımlanırken servet etkin bir biçimde gelire dönüştürülmektedir. Hiç emek geliri olmayıp sadece servet sahibi olanların sürekli geliri, yaşamlarının geri kalan bölümünde düzenli bir oranda servetlerini kullanarak tüketebilecekleri miktar olarak tanımlanmıştır. Burada servetin her yıl tüketime gidecek oranı sürekli gelir içinde ele alınmaktadır ve emek geliri ile diğer gelirler arasında bir ayırım yapılmamaktadır. Geçici gelir ise, konjonktür hareketleri sonucu ve piyango, beklenmedik anda tanımadığı bir yakınından kalan miras vb. biçimlerde ortaya çıkan gelirdir. Bu tür gelir artışları pozitiftir. Buna karşılık işsizlik gibi nedenlerden meydana gelen gelir azalışları arizi ve negatiftir. Öte yandan tüketicilerin yapmayı planladığı tüketime, sürekli tüketim, hastalık, doğal afetler vb. beklenmedik olaylardan kaynaklanan harcamalara ise, geçici tüketim adı verilmektedir¹⁵⁹. Yine belirli bir dönemdeki tüketim (C_M) de gelir gibi, sürekli tüketim (C_P) ve geçici tüketim (C_T) olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır:

$$C_M = C_P + C_T$$

Denklemdaki sürekli tüketim, tüketicilerin her yıl (sürekli olarak) gerçekleştirmeyi planladıkları ortalama tüketime eşittir. Geçici tüketim ise, cari tüketimle sürekli tüketim arasındaki farka eşittir. Sürekli gelir hipotezine göre, sürekli tüketimle geçici tüketim ve geçici tüketimle geçici gelir arasında bir ilişki yoktur. Bu iki varsayım geçici tüketimin toplam sıfır olmasına (normalden fazla tüketenlerin pozitif tüketimlerinin, normalden az tüketenlerin negatif geçici tüketimlerine eşit olmasına) yol açar. Dolayısıyla da sürekli gelir hipotezinde aslında, ölçülen tüketimin sürekli tüketime eşit olduğu kabul edilir¹⁶⁰:

$$C_M = C_P, C_T = 0$$

Bu nedenle de tüketim alt simge olmaksızın C ile gösterilmektedir.

¹⁵⁹Milton Friedman, *A Theory of The Consumption Function*, Princeton: Princeton University Press, 1957, ss.21-22, 221;

Carrol, Rhee and Rhee, a.g.m., s.691;

Mankiw, a.g.e., ss. 414-415.

¹⁶⁰Oğuz Aşırım, "Alternative Theories of Consumption and An Application To The Turkish Economy", Central Bank of The Republic of Turkey Research Department Discussion Paper No:9604, January 1996;

Ke Chao, a.g.m., 2000, s.13;

Branson, a.g.e., s.260-261.

$$C = C_M = C_P$$

Sürekli gelir hipotezi, tüketicilerin sürekli gelir tahminine bağlı olarak, tüketim düzleştirmesi yaptıklarını (gelir akımlarını düzgün bir tüketim kalıbına sahip olmak için düzelttiklerini) varsayar. Yalnızca sürekli gelirdeki bir değişiklik tüketimde bir değişikliğe yol açar. Bu teorinin anahtar kararı, gelirdeki geçici değişikliklerin harcama davranışını etkilemediğidir. Farzedelim ki, bir genel seçim öncesi hükümet vergilerde indirimde gitsin. Eğer tüketiciler bunun hükümetin popülaritesini artırmak için vergi yükünde yalnızca geçici bir azalma olduğunu algılamışlarsa, tüketim harcamaları değişmeden aynı düzeyde kalacaktır. Şayet, vergi indiriminin sürekli olduğu görülürse o zaman harcamalarda bir artış olacaktır¹⁶¹. Friedman, hanhalklarının gelirleri arttıkça APC'lerinin düşmesi ve uzun dönemde APC'nin sabit kalması şeklindeki muammayı, sürekli ve geçici gelir ayırımına dayanarak çözmektedir: Sürekli gelir teorisine göre, tasarruf oranı, gelirdeki geçici artışlar sonucu yükselir, fakat gelirdeki sürekli artışlar karşısında değişmez. Burada muammanın nedeni, gelirdeki artışın sürekli ya da geçici olması ayırımına dayanır¹⁶².

Uzun dönem ya da sürekli gelire göre ayarlanan tüketim harcamaları fikri çekicidir ve aslında ömür boyu gelir hipotezi ile aynıdır. En basit şekliyle teori, tüketimin sürekli gelirle orantılı olduğunu iddia eder. Friedman'ın hipotezine göre, tüketici sürekli gelirinin sabit bir oranını (k) tüketmektedir.

$$C = kY_P$$

Bireyin sürekli gelire göre marjinal tüketim eğilimi (k), bireyin zevk ve tercihleri ile gelirinin değişkenlik düzeyine bağlıdır. Çiftçiler ve gelirleri değişken olan diğerleri, gelirlerinin düşük olduğu yıllarda tüketimlerini finanse edebilmek için daha yüksek tasarruf hesaplarına sahip olmak durumundadırlar. İnsanlar ortalama olarak, tasarruf hesaplarından daha yüksek faiz elde ettiklerinde daha çok tasarruf etme eğiliminde olduklarından, (k) gelirdeki değişkenliğe ek olarak faiz oranına da bağlıdır¹⁶³.

¹⁶¹ Angus Deaton, *Understanding Consumption*, New York: Oxford University Press, 1992, s.76; <http://dSPACE.dial.pipex.com/geoff.riley./consumpt1.html>.

¹⁶² Meghir, a.g.m., s.2;
Sachs and Larrian, a.g.e., s.95.

¹⁶³ Gordon, a.g.e., s.423.

Sürekli gelir hipotezine göre, iktisadi dalgalanmaların genişleme ve daralma aşamalarındaki pozitif ve negatif geçici gelir büyüklükleri birbirlerini telafi ettikleri için uzun dönemde, ölçülen gelir sürekli gelire eşit olmaktadır ($Y_M=Y_P$). Dolayısıyla da ortalama tüketim eğilimi, uzun dönem zaman serilerine dayalı sonuçlarla uyumlu olmaktadır ($APC=k=MPC$). Ayrıca konjonktürün genişleme-zirve yıllarında geçici gelir pozitif olduğundan ölçülen gelir sürekli gelirden büyük olacaktır: $Y_T>0$ ise, $Y_M>Y_P$. Aksine resesyon dönemlerinde geçici gelir negatif olduğundan, ölçülen gelir sürekli gelirden küçük olacaktır: $Y_T<0$ ise, $Y_M<Y_P$ ¹⁶⁴. Bu iki husus tüketimin sürekli gelire bağlı olduğu dikkate alınarak değerlendirildiğinde, ortalama tüketim eğiliminin geçici gelirin pozitif olduğu genişleme yıllarında daha küçük olduğu -kısa dönemde gelir artınca ortalama tüketim eğiliminin düştüğü- sonucuna ulaşılır. Sürekli gelir hipotezi, böylece tüketim bulmacasını açıklamış olmaktadır.

Bundan sonraki adımda sürekli gelir kavramını nasıl daha işlevsel hale getirebileceğimizi, yani nasıl tanımlayıp nasıl tahmin edebileceğimizi sorgulayacağız. Çünkü, sürekli gelir hipotezindeki sürekli gelir, ölçülen gelirin tersine ampirik olarak gözlemlenen bir büyüklük değildir: Sürekli gelir (kişilerin sahip oldukları beşeri ve beşeri olmayan servet ile her yıl elde etmeyi umdukları ortalama gelir), kişilerin tahmin ettikleri teorik bir gelir büyüklüğüdür. Kişilerin sürekli gelirlerini uyarlayıcı beklentiler çerçevesinde (geçmişteki sürekli gelirin değerini dikkate alarak) belirledikleri kabul edilmektedir.

Bir kimsenin sürekli gelirinin ne olduğunu bulmaya çalıştığını varsayalım. Bu kişi cari bir gelir düzeyine sahiptir ve ömrünün kalan kısmında sürdürebileceği tüketim düzeyi ile ilgili bir fikir oluşturmuştur. Farzedelim ki durum bu iken, kişinin geliri artmıştır, kişi gelirdeki bu artışın sürekli mi yoksa geçici bir değişiklik mi olduğuna karar vermek zorundadır. Herhangi bir özel durumda, kişi gelir artışının sürekli mi geçici mi olduğunu bilebilir. Mesela; araştırma görevlisi iken yardımcı doçent olan birisi gelirindeki bu artışın, sürekli bir artış olduğunu idrak edebilirken, piyasalardaki canlanma ile işleri iyi giden bir şirkette çalışan işçi, aldığı fazla mesai ücretinin geçici olduğunu idrak edebilir. Ancak gerçek hayatta karar vermek her

¹⁶⁴Meghir, a.g.m., s.313;
Branson, a.g.e., ss.262-263.

zaman bu kadar kolay değildir. Geçici gelirin tüketim harcamaları üzerinde hatırı sayılır bir etkisinin olmadığı varsayıldığı için bu fark önemlidir¹⁶⁵.

Friedman'ın hipotezi, bireylerin gelirlerinin sabit bir oranını (k) tükettikleri varsayımından oluşmaktadır. Fakat bu varsayım tek başına yeterli değildir; çünkü bireylerin sürekli gelir tahminlerini nasıl yaptıklarıyla ilgili ek bir varsayım ihtiyacı vardır. Friedman gelirdeki artışın ne kadarlık kısmının sürekli olduğunun nasıl anlaşılacağı sorusuna, sürekli gelirin cari ve geçmiş gelir davranışları ile ilgili olduğunu varsayarak pratik yoldan bir çözüm bulur. Friedman, bireylerin bu yılki sürekli gelirlerini (Y_p), cari yılın geliri (Y) ile bir önceki yılın sürekli geliri (Y_{p-1}) arasındaki farkın bir oranını (j) dikkate alarak revize ettiklerini iddia eder¹⁶⁶.

$$Y_p = Y_{p-1} + j(Y - Y_{p-1})$$

$$Y_p = jY + (1-j)Y_{p-1} \quad \text{ve } 0 < j < 1 \text{ kabul edilmektedir.}$$

Denklemdaki ikinci satır sürekli geliri, cari ve geçmiş gelirin ağırlıklı ortalaması olarak göstermektedir. Doğal olarak ikinci denklem, birinci satırdaki ile eşdeğerdir. Denklemden tanımlanan davranış; “yanılma-öğrenme” ya da “intibakçı beklentiler oluşturma” modeli olarak adlandırılır. Eğer cari gelir (Y), son yılın sürekli gelirine eşitse, bu dönem için sürekli gelir tahmininde bir değişiklik yapmaya gerek yoktur. Öte yandan, cari gelir, önceki yılın sürekli gelirini aşmışsa, o zaman bu dönemin sürekli gelir tahmini yükseltilmelidir.

Sürekli gelirin, yalnızca bu yılın ve geçen yılın gelirini kullanarak tahmin edilmesi aşırı basitleştirmedir. Friedman, sürekli gelir tahminini cari gelir kadar çok daha önceki dönemlerdeki gelirlere de bakarak oluşturmakta, ancak yakın zamanlardaki gelirlerin ağırlığını daha eski dönemlerdeki gelirlerin ağırlığından daha büyük almaktadır. Friedman, sürekli gelir tahminini zaman içinde gelirden meydana gelen büyümeyi de dikkate alarak düzenlemiştir.

Rasyonel beklentiler yaklaşımı, uygulamada gelir değişikliklerinin nasıl meydana geldiğini dikkate almayan hiçbir basit teoremin beklentilerin nasıl

¹⁶⁵Dornbusch and Fisher, a.g.e., s.310;
Yıldırım ve Karaman, a.g.e., ss.498-499.

¹⁶⁶Gordon, a.g.e., s.423.

oluşturduğunu açıklayamayacağını vurgulamaktadır. Pratikte, gelirdeki değişiklikler kendine özgü sürekli ya da uzun dönemli değişiklikler ise, gelirlerinde belirli bir değişiklik gören tüketiciler, bu değişikliğin genellikle sürekli olduğuna inanırlar. Bu tip tüketiciler için, denklemdaki j katsayısı hayli yüksek olacaktır. Mamafih, genellikle gelirleri çok değişken olan tüketiciler, sürekli gelir tahminlerini oluştururlarken gelirlerindeki cari değişiklikleri fazla dikkate almazlar. Bu tüketiciler düşük değerli j 'ye sahiptirler. Aynı zamanda, rasyonel beklentiler de dahil olmak üzere beklentilere duyarlı teorilerin hepsi, geçmişteki gelire dayanan denklemdaki gibi mekanik formüllerin, insanların gelecekteki gelirleriyle ilgili kanaatlerini etkileyen tüm unsurları kapsayamayacağını vurgulamaktadır. Mesela, bir ülkede zengin petrol yataklarının keşfedilmesi haberi, ülke vatandaşlarının sürekli gelire ilişkin beklentilerini yükseltecektir. Halbuki denklemdaki gibi geçmişteki gelir seviyelerine dayalı mekanik formüllerin bu türden değişikliklerin etkilerini yansıtması mümkün değildir¹⁶⁷.

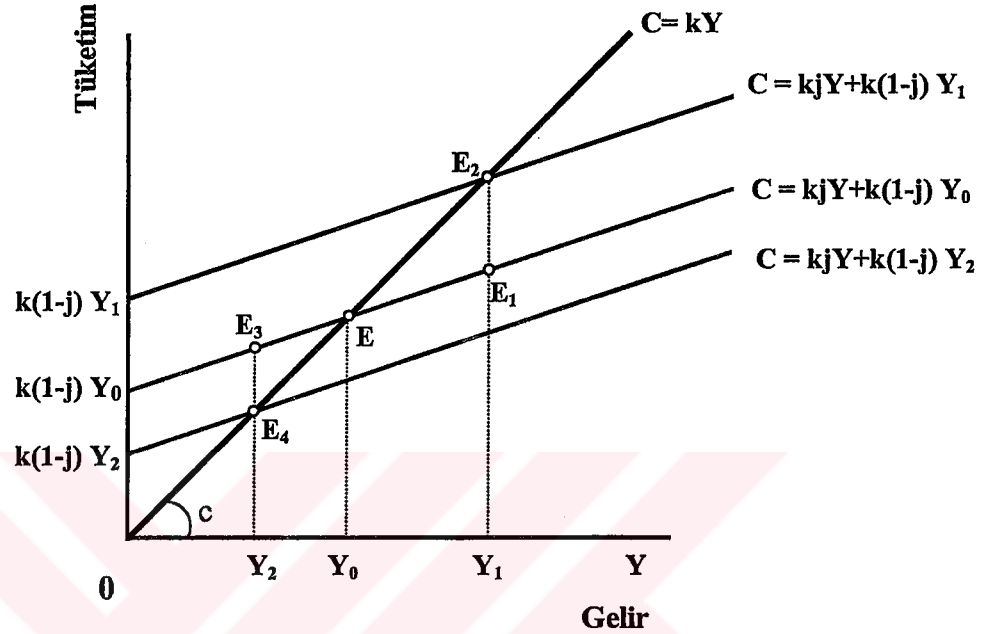
Yukarıdaki denklemi kullanarak tüketim fonksiyonunu yeniden yazabiliriz.

$$C = kY_p = kjY + k(1-j) Y_{p_{t-1}}$$

Cari gelirin marjinal tüketim eğilimi sadece kj olup, açıkça uzun dönem ortalama tüketim eğilimi k 'dan küçüktür. Bu nedenle, sürekli gelir hipotezi, kısa dönem marjinal tüketim eğilimi ile uzun dönem marjinal tüketim eğilimi arasında bir farklılık olduğunu ima eder. Kısa dönem marjinal tüketimi eğiliminin daha düşük olmasının nedeni, cari gelir artınca, tüketicilerin gelir artışının devam edeceğinden emin olmamasıdır. Bu nedenle, kişiler tüketimlerini gelire tamamen uyduracak biçimde artırmamaktadırlar. Mamafih, artış sürekli hale dönüşürse, o zaman kişi tüketim harcamalarını daha yüksek gelir düzeyine tam olarak uyarlar. Örnekte uyumun iki yıl aldığı görülmektedir. Bunun nedeni, denklem'de sürekli gelirin iki yıllık gelirin ortalaması olarak alınmasıdır. Sürekli gelir beklentilerin nasıl oluştuğuna dair değişik varsayımlar altında, ayarlama süreci daha yavaş olabilecektir.

¹⁶⁷Friedman, a.g.e., s.221;
Dornbusch and Fisher, a.g.e., s. 310.

Tüketimin sürekli gelirdeki değişikliklere görece yavaş uyum sağlamasının bir başka nedeni daha vardır: Tüketicinin dayanıklı tüketim mallarını satın alması zaman alır. Mesela; sürekli geliri artarak iki katına çıkan bir kimseyi düşünelim. Bu kişi eninde sonunda daha lüks bir ev satın alıp taşınacaktır; fakat böyle bir evin satın alınıp tefriş edilmesi zaman alacaktır.



Şekil 6: Sürekli Gelir Hipotezine Göre Tüketim Fonksiyonu

Sürekli gelir hipotezinin ortaya koyduğu tüketim fonksiyonu yukarıdaki grafikte gösterilmiştir. Uzun dönem tüketim fonksiyonu orijinden geçen bir doğru olarak gösterilmiştir. Bu doğrunun eğimi olan k , sürekli gelirin değişmeyen (sabit) ortalama ve marjinal tüketim eğilimidir. Aşağıdaki daha yatık tüketim fonksiyonu kısa dönem tüketim fonksiyonu olup, $k(1-j)Y_0$ kesişme noktasında yansıtılan belirli bir geçmiş gelir düzeyi, Y_0 , için çizilmiştir. Kısa dönem tüketim fonksiyonunun eğimi kj 'dir. Cari ve sürekli gelirin Y_0 'a eşit ve dolayısıyla tüketimin kY_0 'a eşit olduğu uzun dönem ve kısa dönem tüketim fonksiyonlarının kesişme noktasından (E'den) başlayarak sürekli gelirdeki bir değişimin etkilerini inceleyelim. Gelirin artarak Y_1 düzeyine çıktığını varsayalım. Cari dönem anlamına gelen kısa dönemde, sürekli gelir tahmini gelirdeki artış çarpy j kadar yükseltilecek düzeltilir ve sürekli gelirdeki bu artışın k kadarlık kısmını tüketime gider. Bu nedenle, tüketim, kısa dönem tüketim fonksiyonu boyunca E_1 noktasına çıkar.

Kısa dönemde E noktasından E_1 noktasına geçildiğinde tüketimin gelire oranının azaldığı görülmektedir. Bir dönem geçtiği ve gelirdeki artışın aynen korunduğunu yani gelir düzeyinin Y_1 olarak kaldığını varsayıldığında, kısa dönem tüketim fonksiyonu yukarı kayar. Yukarı kayma nedeni, verili yüksek gelir düzeyinden başlayarak sürekli gelir tahmininin Y_1 'e çıkacak şekilde düzeltilmesidir. Bu nedenle tüketiciler yeni sürekli gelir tahmini Y_1 'in k kadarlık bir bölümünü harcamak isterler. Yeni denge noktası, tüketimin gelire oranını tekrar uzun dönem düzeyine getiren E_2 noktasıdır. Bu noktada tüketim-gelir oranı uzun dönem düzeyine geri dönmektedir. Kısa dönemde gelirdeki artış, ortalama tüketim eğilimini düşürmektedir. Çünkü tüketiciler gelirdeki bu artışın sürekli olup olmadığını tam olarak öngörememektedirler. Tüketiciler gelirlerindeki artışın sürekli olduğunu gördüklerinde ise ortalama tüketim eğilimi eski düzeyine çıkmaktadır. Tersine gelir düzeyinin Y_2 'ye düştüğünü varsayalım. Bu durumda kısa dönemde E_3 noktasında kısa dönem tüketim fonksiyonu üzerinde denge sağlanacak, uzun dönemde ise E_4 noktasında denge sağlanacak, kısa dönem tüketim fonksiyonu ise bu yeni sürekli gelir seviyesine uygun bir şekilde aşağı kayacaktır. Örnekte, insanların kısa dönemde gelir artışının/azalışının sürekli olup olmadığı yönündeki tereddütlerinin ortalama tüketim eğilimini düşürdüğü/artırdığı görülmektedir. Ancak, gelirdeki artış ya da azalışın sürekli olduğu anlaşılınca, tüketim eğilimi uzun dönem tüketim eğilimine eşit hale gelmektedir.

Böylece, Friedman'ın modeli, uzun dönemde ortalama tüketim eğiliminin oldukça istikrarlı (sabit) ve $APC=MPC$ sonucunu olduğu kadar, yatay kesit bütçe incelemeleri ile kısa dönem konjonktür hareketlerinde gözlemlenen $MPC<APC$ sonucunu da açıklamaktadır. O'nun modeli, varlıkları sürekli geliri hesap ederken yalnızca zımni olarak dikkate aldığından Ando-Modigliani modelinden daha az tatminkârdır. İlaveten gelirin sürekli ya da geçici kısmının gözlenmesindeki zorluk, Ando-Modigliani modelinde varlıkların değeri ve emek geliri biçimindeki ayırım dikkate alındığında diğer bir zayıflıktır. Bununla birlikte, her iki model birbiriyle oldukça yakından ilişkilidir. Friedman'ın analizindeki geçici olarak yüksek gelire sahip aileler, Ando-Modigliani modelindeki hayatlarının orta dönemini yaşayan

aileler olarak kabul edilebilir ve negatif geçici gelire sahip aileler de hayatlarının sonundaki aileler olarak kabul edilebilir¹⁶⁸.

Sürekli gelir hipotezine yöneltilen en önemli eleştiri, sürekli gelir ve sürekli tüketime ait verilerin elde edilmesi konusundadır. Her şeyden önce Friedman, tüm harcamaları tüketim harcaması olarak kabul etmemektedir. Dayanıklı tüketim malı satın alımlarını, sermaye stoğuna yapılan ilave gibi düşünmekte ve sadece onlardan sağlanan hizmetleri tüketim olarak kabul etmektedir. Öte yandan, sürekli gelir ve tüketim verilerinin doğrudan elde edilemeyeceğini de vurgulamaktadır. Sürekli gelir ve tüketime ait verilerin tüketiciler tarafından ayırt edilmesi ve belirlenmesi oldukça zor olduğu için, uygulamada, tüketiciler gelir gruplarına göre tasnif edilir. Geliri, bir grup tarafından temsil edilen tüketicilerin gelirlerinin ortalaması sürekli gelir, gözlenen tüketimlerinin ortalaması da sürekli tüketim olarak kabul edilmektedir¹⁶⁹. Sürekli gelir hipotezinin teorik izahı kolay olmasına rağmen, ampirik çalışmalarda önemli sorunlarla karşılaşmaktadır. Bunun en önemli nedeni ise gelir ve tüketimin sürekli ve geçici kısımlarının birbirinden ayrılmasındaki zorluktur.

Sürekli gelir teorisine yöneltilen diğer bir eleştiri ise, arizi unsurlar arasında ilişkinin bulunmadığı varsayımına yöneliktir.

1.4.2.5.2 Ömür Boyu Gelir Hipotezi

Yaklaşık olarak Friedman'ın sürekli gelir hipotezi ile aynı dönemde, Modigliani öncülüğünde, Brumberg ve Ando tarafından 1950'lerin ortalarından itibaren geliştirilen ömür boyu gelir hipotezi yaklaşımının referans noktası da Fisher'in zamanlararası tüketim tercihi ve tüketim düzleştirme analizidir. Modigliani de Friedman gibi, bireylerin gelirlerindeki her geçici salınmada düşen ya da artan tüketim harcaması yerine istikrarlı bir tüketim bileşimini tercih ettikleri varsayımı ile işe başlamakla birlikte, yatay kesit veriler ile zaman serisi verileri arasında ortaya çıkan çelişkiyi oldukça farklı bir yöntemle uzlaştırmıştır. Modigliani istikrarlı tüketim argümanını Friedman'dan daha ileriye taşıyarak; insanların bütün ömürleri boyunca tüketimlerini stabilize etmek için çalıştıklarını iddia etmiştir. Ömür

¹⁶⁸Branson, a.g.e., ss.263-264.

¹⁶⁹Friedman, a.g.e., s.20,144.

boyu gelir hipotezi, tüketicilerin, tüketim ve tasarruf davranışlarına tüm hayatları boyunca tüketimlerini en iyi biçimde tahsis etmek amacıyla karar verdiklerini vurgulamaktadır. Buna göre tüketiciler, tüketim ve tasarruf kararlarını belirleme aşamasında sadece cari gelir seviyesini değil, aynı zamanda ve hatta daha ağırlıklı olarak hayatları boyunca elde etmeyi umdukları gelir seviyesini dikkate almaktadırlar¹⁷⁰.

Keynesyen tüketim fonksiyonu, bireylerin verili bir dönemdeki tüketim davranışlarının o dönemdeki gelirleri ile ilişkili olduğunu varsayar. Ömür boyu gelir hipotezi, bunun yerine, bireyleri, yaşam süreleri içinde tüketimlerini mümkün olan en iyi şekilde dağıtmak amacıyla tüketim ve tasarruf davranışlarını uzun dönemli planlayan kişiler olarak ele alır. Bireylerin amacı, ömürleri boyunca yaptıkları tüketimden en büyük faydayı temin etmektir. Ömür boyu gelir hipotezi, tasarrufların, yaşlılık dönemindeki tüketimi finanse etmek amacıyla yapıldığını farzeder. Diğer bir ifadeyle, tüketicilerin ömürlerinin farklı dönemlerinde değişiklik gösteren gelir akımları, tasarruflar yoluyla düzenli bir hale getirilmektedir. Böylece, tüketim düzleştirmesi yapmak mümkün hale gelmektedir. Teori, ekonominin tasarruf oranını etkileyen beklenmedik unsurlara da dikkat çeker; örneğin, nüfusun yaş yapısını, tüketim ve tasarruf davranışının önemli bir belirleyicisi olarak analize dahil eder¹⁷¹.

Ömür boyu gelir hipotezine göre, tüketicinin tüketiminin gelirine oranı, onun yaşamının hangi aşamasında bulunduğuyla bağlı olarak değişir. Yani tüketicinin gelirinin ne kadarını harcıyıp ne kadarını tasarruf edeceği ya da borçlanacağı onun yaşına göre değişmektedir. Bu nedenle nüfusun yaş yapısı, tüketim ve tasarruf davranışının önemli bir belirleyicisidir. Gelir, bir kimsenin yaşamı boyunca sistematik olarak dalgalanma eğilimi gösterir, bu nedenle kişisel tasarruflar, can alıcı bir şekilde kişinin hayatının içinde bulunduğu dönemi tarafından belirlenir¹⁷².

¹⁷⁰Franco Modigliani and Richard Brumberg, "Utility Analysis and the Consumption Function" In **Post-Keynesian Economics**, edited by Kenneth Kurihara, 1954, ss.388-436; Franco Modigliani and Albert Ando. "The Life Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests", **American Economic Review**, 53, March-1963, ss.55-84.

¹⁷¹Modigliani, a.g.e., ss.153-154;

Martin Browning and Thomas F.Crossley, "The Life-Cycle Model of Consumption and Saving", **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 15, No. 3, Summer 2001, s.19;

Mankiw, a.g.e., s.409.

¹⁷²Sachs and Larrian, a.g.e., s.98.

Modigliani yatay kesit verilerin sonuçlarına bakarak, tüketicilerin psikolojik eğiliminin, orta yaşlarda, gençlik ve yaşlılık dönemlerine göre daha fazla tasarrufta bulunma olduğu sonucuna ulaşmıştır¹⁷³. Ömür boyu gelir hipotezine göre, bireyin sahip olduğu gelir akımları, verimliliğin düşük olduğu hayatın başlangıcında ve son döneminde az, verimliliğin yüksek olduğu orta dönemde ise yüksektir. Bireyin gelir akımında yapılan kısıtlama şöyledir; kişinin toplam tüketiminin şimdiki değeri, toplam gelirinin şimdiki değerini aşamaz. Genç yaşlarda kişilerin gelirleri düşük olduğu için tasarrufları da düşüktür. Hatta bu yaşlarda tüketiciler, ev, otomobil, beyaz eşya vb. ihtiyaçlarını karşılamak için borçlanmakta yani negatif tasarrufta bulunmaktadır. Orta yaşlarda ise, gelirlerin artması ile birlikte, geçmiş dönemden kalan borçlar temizlenmekte ve emeklilik döneminde hayat standartlarındaki düşüşü engellemek için tasarruf etmektedirler. Emeklilik dönemine ulaşan tüketiciler ise, birikmiş tasarruflarını harcayarak negatif tasarrufa yönelmektedirler¹⁷⁴.

Ömür boyu gelir hipotezi'ne göre, bir ekonomide t dönemindeki tüketim harcaması, tüketicilerin t döneminde elde ettikleri gelirlerine değil, ömür boyunca elde etmeyi bekledikleri gelirlerine bağlıdır. Başka bir deyişle, cari, bugünkü tüketim (C_t), gelirin bugünkü değerine (PV_t) bağlıdır:

$$C_t = k (PV_t)$$

Denklemdaki k terimi, bireylerin gelirlerinin bugünkü değeri üzerinden tüketime ayırdıkları kısmı temsil eder. Tüketiciler uzun dönemde gelirlerinin sabit bir oranını (k) tüketime ayırırlar. Bu nedenle, ekonominin daralma dönemlerinde bireylerin gelirleri azalacağından tüketim eğilimi yükselir. Genişleme dönemlerinde ise gelirlerin artması ile birlikte tüketim eğilimi düşer.

Ömür boyu gelir hipotezinin temel sonuçlarını aşağıdaki tüketim fonksiyonu yardımıyla açıklanabilir¹⁷⁵:

$$C = aWR + cYL$$

¹⁷³Modigliani, a.g.e., s.159-160;
Sherman, a.g.e., s.89.

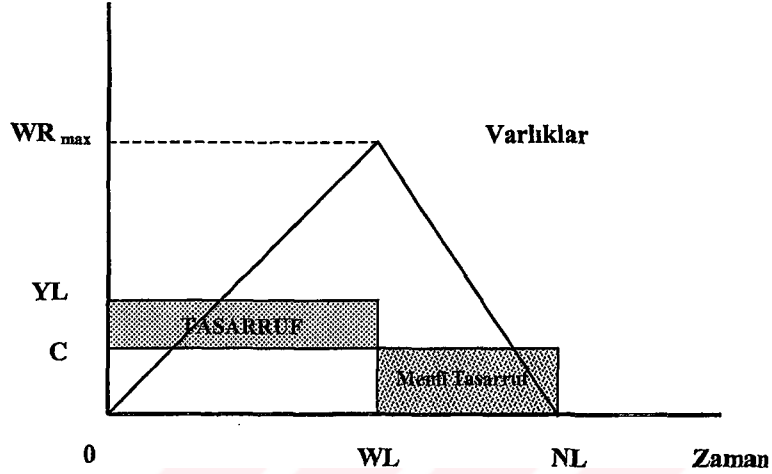
¹⁷⁴Branson, a.g.e., s.253.

Sachs and Larrian, a.g.e., s.98.

¹⁷⁵Modigliani, a.g.e., ss.154-158;

Dorbusch and Fisher, a.g.e., ss.300-305.

Burada WR , reel serveti; a reel servetten yapılan tüketime marjinal eğilimini; YL , emekten elde edilen geliri ve c de emekten elde edilen gelirin –diğer gelirlerden mesela kira ve kârdan elde edilen gelirler yerine bugünkü çalışma karşılığı elde edilen gelirin- marjinal tüketim eğilimini göstermektedir. Aşağıdaki grafik teorinin mantığını anlamakta bize yardımcı olacaktır.



Şekil 7: Ömür Boyu Gelir Hipotezine Göre Tüketim Fonksiyonu

NL yıl yaşamayı, WL yıl çalışarak her yıl YL kadar gelir elde etmeyi ve daha sonra $(WL-NL)$ yıl emekli olarak yaşamayı uman bir kişiyi düşünelim. Kişinin birinci çalışma yılı, çalışmaya başladığı ilk yıldır. Bu aşamada beklenen ömür ve çalışma süresinin uzunluğu ile ilgili belirsizlikler gözardı edilmektedir. Ayrıca tasarrufların faiz getirmediğini ve fiyatların da sabit olduğu da varsayılmaktadır. Böylece, bugünkü 1 liralık tasarruf, gelecekte 1 liralık tüketime imkân vermektedir.

Grafik, yaşam süresi boyunca tüketim, tasarruf ve menfi tasarrufların kalıbını göstermektedir. Bütün yaşamı boyunca toplam $C \times NL$ miktarına ulaşan, C oranında düzenli bir tüketim akışı söz konusudur. Tüketim harcamaları, çalışma yaşamı boyunca elde edilen cari gelirden finanse edilmektedir. Çalışma yaşamı sona erdikten sonraki tüketim ise, çalışma yaşamı boyunca biriktirilen tasarruflardan finanse edilmektedir. Bu nedenle, $(YL-C) \times WL$ ve $C \times (WL-NL)$ taralı alanları birbirine eşittir.

Şekil, aynı zamanda tüketicinin çalışma yaşamı boyunca yaptığı tasarruflar sonucunda oluşan varlıklarının seyrini de göstermektedir. Tüketiciler, WL yıl çalışarak servetlerini oluştururlar. Çalışma yaşamının sonundan hayatları sona erene

kadar, bu varlıklarını kullanarak yaşamlarını sürdürürler. Bu nedenle, grafikte, çalışma yaşamı boyunca oluşturulan tasarrufları gösteren taralı alan, emeklilik döneminde kullanılan menfi tasarrufları gösteren taralı alana eşittir. Kişinin serveti, çalışma yaşamının sonunda zirveye ulaşmakta ve yaşamının sonunda tamamı kullanılarak tüketilmektedir. Varlıkların değeri şekilde WR_{max} ile gösterilmiştir. Bu durumda,

$$WR_{max} = Cx(NL-WL) \text{ olmaktadır.}$$

Ömür boyu gelir hipotezi'ne göre, bireyler çalışma hayatlarının başlangıç ve son dönemlerinde, çalışma hayatlarının orta dönemine oranla daha az gelir elde ederler. Verimliliğin, dolayısıyla gelirin düşük olduğu gençlik döneminde, borçlanmak suretiyle gelirlerinden daha fazla harcama yaparlar. Bireyler tüketim düzleştirmesi yapmak (gelirlerinde ömür boyu meydana gelen dalgalanmaların tüketim harcamaları üzerindeki etkisini gidermek) amacıyla, çalışma hayatlarının orta döneminde pozitif tasarruf yaparak, bu tasarruflarla, çalışma hayatının başlangıç döneminde tüketimlerinin gelirlerini aşan kısmını ve emeklilik dönemindeki tüketimlerini finanse ederler. Şu halde, ömür boyu gelir hipotezine göre, tüketicinin hayat süresinin hangi döneminde bulunduğu gelirini etkileyeceğinden, hayat sürelerinin ortasında ya da olgunluk çağında tüketiciler daha düşük APC'ye sahip olacaklar, başlangıç ve son dönemlerinde ise gelirleri düşük olduğu için APC'leri yüksek olacaktır. Sonuçta, gelirlerin yükselmesi ile birlikte APC'nin düşmesi, yatay kesit analizlerinde gelirlerin artması ile APC'nin azalması bulgusunu izah etmektedir. Ömür boyu gelir hipotezinin tüketim düzleştirmesine ilişkin yukarıda açıklanan varsayımları, aile bütçesi anketlerine dayalı araştırmalarda ortaya çıkan, gelir düzeyi yüksek ailelerin ortalama tüketim eğilimlerinin düşük olması sonucunu teyit etmektedir¹⁷⁶.

Yukarıda mikro boyutta ele alınan teorinin makro açıdan, yani toplam tüketim fonksiyonu açısından da önemli sonuçları vardır. Zaman içinde GSMH'sı ve nüfusu sabit olan bir ekonomi farzedelim. Toplumdaki herkes yukarıda anlatıldığı gibi davranmakta; toplumun bir kısmı tasarrufla bulunurken bir kısmı tasarruflarını tüketmektedir. Tüm ekonomi dikkate alındığında pozitif tasarruf olması nasıl

¹⁷⁶Branson, a.g.e., s.253

mümkün olacaktır? Daha açık ifade edilirse, acaba negatif tasarrufların, pozitif tasarrufları aşması gibi bir durum ortaya çıkabilir mi? Sorunun cevabı, tamamıyla nüfusun yaş bileşimine bağlıdır. Toplumun nüfusunun arttığı ve gençlerin ağırlıkta olduğu bir durum söz konusuysa, toplam tasarruf pozitif olacaktır. Nüfusun yaş bileşimi yaşlıların lehine değiştiğinde ise durum tersine dönecektir. Eğer nüfus sabitse ve her birey bir bütün olarak ömrü boyunca hiç tasarruf bırakmıyorsa ve verimlilikteki artış nedeniyle kişi başına gelirden yukarı kayma da yoksa, o zaman ulusal düzeyde tasarruf oranı sifıra gitme eğilimindedir. Pozitif tasarruf ancak büyüyen nüfusa sahip bir ekonomide gözlenebilir ki, bunun sebebi, çalışma yaşındaki genç neslin, emeklilik döneminde negatif tasarruf yapan yaşlılardan fazla olmasıdır. Bu konuda diğer bir ilginç implikasyon ise, ömür boyu gelir hipotezine göre bir ülkenin tasarruf oranının tamamıyla onun kişi başına milli gelirinden bağımsız olmasıdır¹⁷⁷.

Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta vardır; toplam tasarruflar her ne kadar nüfusun yaş bileşimine bağlı ise de, emeklilik yaşı ve sosyal güvenlik sisteminin varlığı ve etkinlik derecesi de önemlidir. Bireylere emeklilik geliri sağlayan bir sosyal güvenlik sisteminin varlığı, bireylerin emeklilik dönemi için tasarruf etme eğilimini düşürür. O zaman toplam tasarrufun ne olacağı, devletin emeklilere gelecekte ödeyeceği sosyal güvenlik ödemeleri için tasarruf yapmayı yapmayacağına bağlıdır. Devlet tasarruflarını artırmayıp emekli ödemelerini vergilerle finanse etmeyi planlıyorsa, sosyal güvenlik özel tasarrufların yerini aldığı zaman toplam tasarruf azalacaktır¹⁷⁸. Bu nedenle, nüfusu yaşlanan gelişmiş ülkelerde emeklilik yaşının sürekli yükseltilmesi bir tesadüf değildir.

Makro açıdan ele alınacak ikinci konu, servetin toplam tüketim harcamaları üzerindeki etkisidir. Bu hipotezin ima ettiği tüketim fonksiyonuna göre tüketim, hem harcanabilir gelire hem de servete bağlıdır¹⁷⁹. Tüketim fonksiyonu denklemine geri dönersek,

¹⁷⁷Modigliani, a.g.e., s.154;

Gordon, a.g.e., s.429.

¹⁷⁸Modigliani, a.g.e., s.154;

Dornbusch and Fisher, a.g.e., s.305.

¹⁷⁹Yıldırım ve Karaman, a.g.e., ss.493-495.

$$C = a WR + cYL$$

Servetteki bir artış, tüketimin harcanabilir gelire oranını yükseltecektir. Denklem her iki tarafı harcanabilir gelire bölünürse, durum daha iyi anlaşılacaktır,

$$C/Y_D = a WR/Y_D + cYL/Y_D$$

Servet ve harcanabilir emek gelirlerinin, harcanabilir gelire oranları sabitse, tüketimin harcanabilir gelire oranı da sabit olacaktır. Eğer servetin değerinde bir değişiklik olursa, ortalama tüketim eğilimi de değişecektir. Uzun dönemde servetin harcanabilir gelire oranı sabitken, kısa dönemde, servetin değerindeki değişmeye bağlı olarak ortalama tüketim eğilimi önemli oranda değişebilmektedir.

Reel tüketim harcamalarının reel varlıklar ya da servetin bir fonksiyonu olması ekonominin kendi kendini stabilize etme gücünü artırmaktadır. Eğer harcamalardaki bir düşüş (toplam talebin düşmesi anlamında) fiyat seviyesini düşürürse, reel servetin değeri artar. Reel servet seviyesindeki bu yükselme, harcamalardaki düşüşü telafi etmeye yarar. Öte yandan, harcamalardaki artışa bağlı olarak fiyatların yükselmesi reel servet seviyesinin düşmesine yol açar; böylece harcamaları teşvik eden etkenlerin törpülenmesi gerçekleşmiş olur. Böylece ironik bir şekilde Modigliani'nin hipotezi, Moneteristlerin, ekonominin kendi haline bırakıldığında, kendini stabilize edecek güçlere sahip olduğu yönündeki önermesini teyit eder. Harcanabilir gelirden, yaşam boyu sürmesi beklenmeyen geçici artışlar cari tüketimi yalnızca ılımlı bir şekilde etkileyeceğinden özel harcamalar ekonomiyi stabilize eder¹⁸⁰. Ayrıca, tüketim fonksiyonuna servetin dahil edilmesi, kısa dönemde, para politikasının toplam talebi yalnızca geleneksel yatırım kanalıyla değil, fakat varlıkların piyasa fiyatı ve tüketim yoluyla etkilemesi anlamına gelir¹⁸¹.

Modigliani'nin tüketim davranışı modeli, tüketim olgusunda gözlemlenen üç olgunun tamamını açıklamaktadır. Model, yatay kesit bütçe analizlerinde ortaya çıkan MPC < APC sonucunu açıklamaktadır. Model aynı zamanda, kısa dönem tüketim fonksiyonu ile uzun dönem tüketim fonksiyonu arasındaki çelişkiyi de açıklamaktadır. Tüketiciler uzun dönemde daha istikrarlı (düzgün) bir tüketim

¹⁸⁰Gordon, a.g.e., s.432.

¹⁸¹Modigliani, a.g.e., s.167-168.

seviyesine sahiptir, bu nedenle de uzun dönemde ortalama tüketim eğilimi istikrarlı bir seyir izlemektedir. Çünkü ömür boyu gelir hipotezi, her şeyden önce Keynes gibi, cari gelirle tüketim arasında oransal artışlar öngörmemektedir: Cari gelirdeki konjonktürel değişim, tüketim harcamalarına önemli oranlarda yansımamaktadır. Böylece, gelirden ortaya çıkan ani bir artış aynı oranda tüketime yansımayınca, kısa dönemde ortalama tüketim eğilimi düşmektedir. Bu bağlamda, ömür boyu gelir hipotezi, tasarruf oranının ekonominin genişleme yıllarında yükselip, resesyon yıllarında düşmesi ile ilgili imayı sürekli gelir hipotezi ile paylaşır. Model, ek olarak, tüketim fonksiyonunda açıklayıcı bir değişken olarak servetin rolünü açık bir biçimde ortaya koymaktadır¹⁸².

Ömür boyu gelir hipotezi, tüketim-gelir ilişkisinin bazı muammalı yönlerini açıklamasına rağmen, birtakım ciddi eleştirilere de maruz kalmaktadır. Bunlar¹⁸³:

Ömür boyu gelir hipotezi'ne yönelik en önemli eleştiri, hanehalklarının tüketim kararlarını verirken, kesin, bilinçli bir şekilde hareket ettiği varsayımına yöneliktir. Ömür boyu gelir hipotezi, tüketim kararlarını verirken, tüketimle ilgili aşağıdaki dört konuda tüketicilerin "kesin ve bilinçli görtüşe" sahip oldukları varsayar:

- Hanehalkının gelecekteki büyüklüğü ve yapısı, geçireceği değişim, özellikle her üyenin hayat uzunluğu hakkında,
- Her üyenin hayatının tamamında yapacağı işten elde edeceği geliri hakkında, (o zamana uygun vergileri de dikkate aldıktan sonra),
- Elde edebileceği herhangi bir kredinin şimdiki ve gelecekteki miktarı ve şartları hakkında,
- Hanehalkının tüketim harcamalarını etkileyebilecek acil durumlar, imkânlar hakkında.

¹⁸²Branson, a.g.e., ss.257-258;

Gordon, a.g.e., s.429.

¹⁸³Richard T. Froyen, **Macroeconomics, Theories and Policies**, 5th Edition, Upper Saddle River: Prentice Hall, 1996, s.331-336;
Browning and Crossley, a.g.m., s.17-18;
Dornbusch and Fisher, a.g.e., s.306.

Modelde tüketim davranışını açıklamakta çalışma zamanı ve beklenen yaşam süresi anahtar öğeler arasında yer almaktadır. Ancak gerçek hayatta, teorinin varsayımının aksine, insanların bunları bilmesi mümkün değildir. İnsanlar çalışma sürelerini, ekonomik krizler, hastalık vb. durumlar nedeniyle kesin olarak bilemese de bir dereceye kadar tahmin etme imkânına sahiptir. Ancak, yaşam süresine ilişkin beklentilerin geçerliliğini beklemek mümkün değildir. Bu konuda tüketicinin kendisi bir yana, tıp otoritelerinin bile söyleyebileceği fazla bir şey yoktur. Bunun yanında, herkesin ömürle ilgili iyimser beklentilere sahip olması ve modelin öngördüğünden daha fazla tasarrufta bulunması da zayıf bir olasılık değildir. Birey kendi ömrünü zaman bakımından tam olarak planlayamadığına göre, öldüğünde bir kısım varlıklarının mirasçılara kalması muhtemeldir. Modigliani prensip olarak, insanların yaşlılık döneminde tasarrufların tamamını kullanacaklarını ve miras bırakmayacaklarını kabul etmekle birlikte, ölüm zamanının belirsizliğinden dolayı bir kısım tasarrufların miras olarak bırakıldığını da kabul etmektedir.

En önemli eleştiri, tasarrufların sadece emeklilik dönemindeki tüketim harcamalarını finanse etmek için yapıldığı ve bireylerin sınırlı ömürleri içerisinde sahip oldukları tüm kaynakları kullanması ve gelecek nesillere herhangi bir varlık bırakmaması varsayımı ile ilgilidir. Halbuki insanlar pek çok nedenle çocuklarına miras bırakmak isterler. Modigliani'ninin geliştirdiği şekliyle kuram, insanların sadece emeklilik için tasarruf edeceklerini ve emeklilik döneminde bu tasarrufları kullanacaklarını varsaymaktadır. Halbuki, yaşlılıkta tasarrufların çoğunun tüketilmek yerine miras bırakıldığı bir gerçektir. Yaşlıların servetlerini bırakması, ömür boyu gelir teorisinin mantığına ters düşen önemli bir durum olarak kalmıştır. Doğal olarak, insanlar emeklilik döneminde tasarruflarını kullanırlar, ancak, bu amaçla kullanılan servet, ekonomideki toplam servetin nisbeten küçük bir kısmını oluşturur.

Servetle ilgili olarak belirtilmesi gereken bir diğer nokta ise, insanların servetin sağladığı itibar, prestij ve kuvvet nedeniyle ona sahip olmak istemeleri ve korumak arzularıdır. Bu konuda yapılan çalışmalar, miras bırakma saikinin tasarrufu, ömür boyu teorinin emekliliği finanse etme motifinden daha çok etkilendiğine vurgu

yapmaktadır. Laurance ve Summers yaptıkları çalışmalarda tasarrufu belirleyen en önemli saikin miras bırakma içgüdüğü olduğu sonucuna ulaşmışlardır¹⁸⁴.

1.4.2.6 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi Üzerindeki Tartışmalar

Geleceğe dönük tüketim teorisiyle ilgili en önemli konulardan birisi, tüketimin cari gelirdeki değişikliklere aşırı bir şekilde cevap verip vermediğidir. Bu nedenle, tüketim teorisi alanında son dönemde yapılan ampirik çalışmalar, daha çok tüketimin cari gelire duyarlılığı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Yapılan bu çalışmalar rasyonel beklentiler ile ömür boyu gelir ve sürekli gelir hipotezlerini uzlaştırma amacına yöneliktir. Bu teoriler, tüketimin cari gelirdeki değişiklikler karşısında fazla dalgalanma göstermeyeceğini ileri sürmektedir. Halbuki yapılan çalışmalar, tüketimin cari gelirdeki değişikliklere aşırı duyarlı olduğunu ortaya koymaktadır. Kısa dönemde gelir artınca, tüketim bu teorilerin öngördüğünden daha fazla artmaktadır.

Tüketicilerin, cari gelirdeki değişimlere karşı aşırı tepki göstermesi konusunda değişik açıklamalar yapılmaktadır. Birincisi, hanehalkları cari gelirdeki değişimlerin sürekli ya da geçici mi olduğunu tam olarak idrak edememektedir. Muhtemelen tüketicilerin çoğu cari gelirdeki değişimin gelecekteki geliri etkileme gücünü abartılı tahmin etmektedir. Olayın bu şekilde izahı (idrak edememe modeli), rasyonel beklentiler teorisinin bir yetersizliği ve eksikliği şeklinde değerlendirilmektedir. Çünkü bu teori, ekonomik birimlerin mevcut bütün bilgileri tam olarak kullandığını varsaymaktadır. Bu duruma, “miyopluk” ya da “kısa görüşlülük hipotezi” adı verilmektedir¹⁸⁵.

Beklentilerin rasyonel olması halinde, tüketicilerin sürekli gelirle ilgili tahminleri, gelirdeki halihazır değişimlerle tutarlılık gösterir. Ancak, cari gelirden bir artış olduğu zaman genellikle, bu artışın sürekli mi yoksa geçici mi olduğu

¹⁸⁴Laurence Kotlikoff, “Dividing Capital Accumulation Into Its Life-Cycle and Intergenerational Transfer Components”, NBR Discussion Paper No:144, December 1978, ss. 2-5;

Laurence, Kotlikoff, “Intergenerational Transfers and Savings”, *Journal of Economic Perspectives*, Vom: 2, No:2, Spring 1988, ss.41-45;

Modigliani, a.g.m., s.164;

Mankiw, a.g.m., s.4.

¹⁸⁵Dornbusch and Fisher, a.g.e., s.314;

Mankiw, a.g.m., s.3.

konusunda karar vermek zordur. Gelecekteki gelirin doğru tahmin edilememesi ise, tüketimin cari gelirdeki değişikliklere teorinin öngördüğünden daha fazla tepki göstermesine neden olmaktadır. Vergilerdeki geçici değişiklik durumunda; hanehalkları hükümetin çevirdiği dolapların tam farkında olmayabilir. Vergi değişiklikleri ile ilgili haberlere yeterince dikkat etmeyebilir ya da gözden kaçırabilir. Böylece vergilerdeki değişikliğin harcanabilir gelir üzerindeki etkisini sürekli olarak kabul edebilir. Bu durumda sanki sürekli geliri artmış gibi tüketimini artırır¹⁸⁶.

İkinci açıklama ise, hanehalklarının gelirdeki değişmelerin niteliğinin tam olarak farkında oldukları ancak likidite sınırlaması nedeniyle bu değişikliğe tam olarak ayak uyduramadıkları yönündedir. Ömür boyu ve sürekli gelir hipotezleri, tüketicilerin istikrarlı bir tüketim davranışını tercih edeceklerini iddia etmekte ve bunu rasyonel davranışın bir gereği olarak görmektedirler. Eğer öyleyse, tüketimlerini uzun dönemli gelir akımları ile ilişkili bir biçimde planlayan tüketicilerin, gelirlerinin düşük olduğu yıllarda borçlanmaları gerekir. Tüketici, gelecekte daha yüksek gelir elde etme beklentisine sahip olduğu halde, cari tüketimini artırmak için ödünç fon bulma imkânından mahrum ise likidite sınırlaması vardır. Likidite sınırlamasının varlığında ise, tüketim ancak gelir arttığında artabilecektir. Ömür boyu ve sürekli gelir hipotezlerine göre, cari gelir artınca tüketim harcamalarının çok fazla değişmemesi gerekir. Halbuki, likidite sınırlamasının varlığı halinde, gelir artınca tüketim büyük ölçüde artmaktadır. Böylece tüketim, teorinin ima ettiğinin aksine cari gelire yakından ilişkili hale gelmektedir. Bu şekilde tüketimin cari gelire bağlı olarak değişmesi, her iki teoriye göre de aşırı bir tepki olarak kabul edilmektedir. Sonuç olarak, likidite sınırlamasının varlığı, tüketim davranışını Keynesyen tüketim fonksiyonuna yaklaştırmaktadır¹⁸⁷.

Son dönemde yapılan çalışmalarda, pek çok hanehalkı açısından Keynes'in görüşlerinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü tüketicilerin önemli bir kısmı likidite kısıtı ile karşı karşıyadır. Bu kapsamdaki tüketiciler, borçlanma

¹⁸⁶Hall and Taylor, a.g.e., s.265-266;

¹⁸⁷Angelos A.Antzoulatos, "On The Excess Sensivity of Consumption to Information About Income", *Journal of Macroeconomics*, Vol:19, No:3, Summer 1997, ss.539-540;
Browning and Crossley, a.g.m., s.12;
Sachs and Larrian, a.g.e., s.103.

imkânından mahrumdurlar. Borçlanamayan tüketiciler için, tüketim harcamaları cari gelir ile sınırlanmış olmaktadır. Bu durum, tüketicilerin rahatlıkla borçlanabileceğini varsayarak açıklamada bulunan teorilerin gücünü zayıflatmaktadır.

Üçüncü açıklamaya göre ise; hanehalkları ekonomik haberlere yakın ilgi göstermekte ve dikkatle takip etmekte; ancak vergilerdeki geçici bir indirimin ekonomiyi uyaracağına inanmaktadırlar. Gelecek yıllarda ekonominin performansının yükselmesini bekleyen hanehalkı, ekonomideki bu canlanma neticesinde daha yüksek gelir elde etmeyi ummaktadır. Geleceğe dönük tüketim teorisine göre, ekonominin iyileşmesi ile birlikte gelirin artacağını düşünen hanehalkı tüketimini artırmak ister. Böylece, küçük bir vergi değişikliği bile toplam tüketim seviyesini artırabilir¹⁸⁸.

Bu konudaki dördüncü açıklama ise, tüketim ile tüketim harcamaları ayırımından yola çıkan MIT-Penn-SSRC (MPS)* modelinden gelmektedir. 1967 yılından itibaren bir grup iktisatçı, ömür-boyu gelir hipotezinin kurucuları Ando ve Modigliani liderliğinde, ABD ekonomisi için bir ekonomik model geliştirdi. Söz konusu modelin tüketim teorisi açısından en önemli neticelerinden birisi, tüketim ve tüketim harcamaları arasındaki farkı çok açık bir biçimde ortaya koyması oldu. Tüketim, herhangi bir dönemde tüketim malları alımı için yapılan harcamalardan ziyade, mal ve hizmetlerin kullanılması anlamına gelmektedir. Dayanıklı tüketim malları uzun bir kullanım süresine sahiptir. Bir malın kullanım süresi boyunca sağladığı hizmetin bugünkü değeri, o malın satın alma fiyatına eşittir. Tüketim harcaması, bir dönemde tüketim mal ve hizmetleri için yapılan harcamalar iken, tüketim o malın kullanılan kısmının değeridir. Bu iki değer doğal olarak birbirinden farklıdır. Tüketiciler dayanıklı tüketim malları satın aldıklarında bedelinin tamamını ödemekte, ancak bundan yararlanmaları yani tüketimleri zamana yayılmaktadır. Gelirdeki bir artış sonucu, dayanıklı tüketim malı harcamalarındaki artış, tüketimdeki artıştan hayli yüksek olmaktadır. Netice itibariyle, tüketim gelirdeki değişmelere sürekli gelir hipotezine uygun tepki gösterirken, tüketim harcamalarında bir sıçrama meydana gelmektedir. Bu nedenle, ampirik çalışmalarda tüketim harcamaları yerine

¹⁸⁸Hall and Taylor, a.g.e., s.265-266.

*Modelin adı modelin, modelin oluşturulmasına katkıda bulunan kurumların baş harflerinden oluşturulan kısaltmadır. Bunlar, Massachusetts Institute of Technology (MIT), Pennsylvania University ve Social Science Research Council'dir.

tüketimin kullanılması, sürekli gelir ve ömür boyu gelir hipotezlerine daha yakın bir tüketim davranışının ortaya konulmasına imkân tanımaktadır¹⁸⁹.

Sonuç olarak, geleceğe dönük tüketim teorisinde, dönemlerarası düzleştirmeye konu olan tüketimdir, tüketim harcamaları değil. Bu ayırım, dayanıklı tüketim mallarına yapılan cari harcamaların çoğunun, gerçekte tüketim harcaması yerine, yatırım harcaması (gelecekteki tüketim harcamalarına bir yatırım) olarak kabul edilmesidir. Tüketimin uygun ölçümü ise, harcamalardan dayanıklı mallara yapılan harcamalar çıkarılıp, mevcut dayanıklı mal stokundan sağlanan tüketim hizmeti akımının değeri tahmin edilip ilave edilerek yapılmasıdır. Ne var ki uygulamada bunu yapmak hiç te kolay değildir¹⁹⁰.

Sürekli gelir ve diğer tüketim düzleştirmesi modellerine yöneltilen en önemli eleştirilerden bir tanesi de tüketim düzleştirmesinin yatay kesit verilerde ispatlanamadığı yönündedir. En başta, yıllık gelir grupları arasında, tüketim-gelir oranının çarpıklığı (skewness) harcama anketlerinin iyi bilinen bir özelliğidir. Friedman yatay kesit verilerde ortalama gelir-tüketim oranının gelir yükseldikçe artmasını; sürekli gelir ile cari gelir arasındaki farklılığa bağlamaktadır. Yatay kesit verilerde tüketimin gelir oranlarının gelirle negatif korelasyona dayanan tahmin, Friedman ve diğer tüketim düzleştirmesi teorilerinin iyi bilinen bir özelliğidir. Düşük yıllık gelire sahip aileler daha yüksek sürekli gelire sahiptirler; böylece düşük gelir gruplarında ortalama tüketim, ortalama gelirden yüksek olmaktadır. Gelir dağılımının tepesinde ise, yüksek gelirli ailelerin sürekli gelirleri daha düşüktür; böylece yüksek gelir gruplarında ortalama tüketim ortalama gelirden daha düşük olmaktadır. Fakat, yatay kesit harcama datalarındaki tüketim ve gelir arasında gözlenen ilişkinin uzun dönemli gelir değişkenleri ile uzlaştırılması, tüketim gelirdeki geçici değişmelere tamamen duyarsız kabul edildiğinde bile, en katı tüketim düzleştirmesi modelleri kullanılarak mümkün olmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, kısa dönemde gelir arttıkça ortalama tüketim eğiliminin düşmesi şeklinde

¹⁸⁹Branson, a.g.e., ss.275-276.

¹⁹⁰Sachs and Larriar, a.g.e., s.97.

ortaya çıkan çarpıklık ortadan kaldırılamamaktadır¹⁹¹. Bu eleştiriye verilen cevap ise eldeki verilerin niteliği ve yeterliliği ile ilgilidir.

Bir kısım iktisatçılar ise, tüketimle ilgili datalarda açıkça ortaya çıkan heterojenlikten yola çıkarak, tüketicilerin tamamı için geçerli bir modelin ortaya konulamayacağını belirtmekte, bütün tüketicileri homojen kabul etmek yerine, iki ayrı ana gruba ayırarak analiz yapmanın özellikle maliye politikası açısından daha sağlıklı sonuçlar vereceğini iddia etmektedir. Campbell ve Mankiw tüketicileri, sürekli gelir hipotezine göre hareket edenler ve basitçe gününbirlik yaşayan (göz kararı yaşayan)lar olmak üzere iki gruba ayırmaktadır. Mankiw daha sonraki çalışmasında, birinci gruptakileri tasarrufçular (savers), ikinci gruptakileri harcamacılar (spenders) olarak kabul etmekte ve maliye politikasının bu yeni modelini “savers-spenders” modeli olarak adlandırmaktadır. Böylece tüketim davranışı ve servet birikimi hakkındaki gerçeklerin de daha iyi anlaşılabilceğini iddia etmektedir. Birinci gruptaki tüketiciler, tüketim düzleştirmesi ile ilgili uzun dönemli planlara sahipken, ikinci gruptakiler günü birlik yaşamakta olup hemen hemen sıfır servete sahip ve her dönemde vergi sonrası gelirlerinin tamamını harcamaktadırlar. Bu grupta yer alan tüketiciler için mal ve hizmetlerin talebinde geçici vergi değişiklikleri bile, çok güçlü bir etkiye sahiptir¹⁹².

1.4.2.7 Geleceğe Dönük Tüketim Teorisi ve Ekonomik Politika

Ekonomi politikalarının sonucu ve etkinlik derecesi, değişik tüketim hipotezlerine göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle, ekonomi yönetiminden sorumlu olanlar, politikalarını oluştururken bu farklılıkları göz önünde bulundurmalarıdır. Yakın dönemde, özellikle vergi indirimlerinin tüketim harcamaları üzerindeki etkinliği konusu, politika yapıcı ve iktisatçıların yoğun ilgisini çekmiştir¹⁹³.

¹⁹¹John Sabelhaus and Jeff Groen, “Can Permanent-Income Theory Explain Cross-Section Consumption Patterns?”, JEL Codes: D12, March 1998, ss.1-3.

¹⁹²John Y. Campbell and N. Gregory Mankiw, “Consumption, Income and Interest Rates: Reinterpreting the Time Series Evidence”, NBER Macroeconomics Annual 1989, ss.185-216; N.Gregory Mankiw, “The Savers-Spenders Theory of Fiscal Policy”, HIER, Discussion Paper, Number:1888 January 2000.

¹⁹³Charles Steindel, “The Effect of Tax Changes on Consumer Spending”, Current Issues In Economics and Finans, Volume:7, No:11, December 2001, s.1.

Keynesyen analizde, hanehalklarının gelirlerindeki değişikliğin türüne bakmaksızın, bütün değişikliklere aynı tarzda tepki gösterdikleri varsayılır. Keynesyen görüşe göre, vergilerdeki bir indirim ya da değişikliğin geçici ya da sürekli olması sonucu değiştirmez. Vergilerde geçici bir değişiklik ya da indirim yapılarak, ekonomiyi istenilen biçimde yönlendirmek mümkündür. İndirim ya da geçici değişiklikler kısa dönemde bile etkindir. Böylece, Keynesyen görüşe göre, talebin canlandırılması ya da dizginlenmesi gerektiğinde vergi politikasının etkin bir biçimde kullanılmasını mümkündür. Geleceğe dönük tüketim teorisi ise, vergilerdeki geçici indirim ya da değişikliğin tüketim harcamaları ve dolayısıyla toplam talep üzerinde etkin olmadığını iddia eder. Ampirik çalışmalar vergilerdeki geçici değişikliklerin tam olarak etkin olmadığını göstermese de önemli bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Aynı çalışmalarda, sürekli gelirdeki değişmelerin tüketim üzerindeki etkisinin, geçici gelirden çok daha yüksek olduğu da ortaya konulmuştur¹⁹⁴.

Keynesyen analizin kilit unsuru, yatırımlardaki ve maliye politikası değişkenlerindeki değişikliklerin çarpan aracılığıyla, cari gelirin fonksiyonu olan tüketimi etkilemesidir. Ömür boyu gelir hipotezine göre ise, tüketim, beklenen ömür boyu gelir ve servet tarafından belirlenir. Modigliani ve Ando ampirik çalışmalarında, gelecekte beklenen gelirin, cari gelirin bir oranı olduğunu varsaymışlardır. Diğer bir ifadeyle, ömür boyu gelir beklentisi oluşturulurken cari gelir önemli bir etken olarak dikkate alınmaktadır. Eğer bu doğruysa, cari gelirdeki değişikliklerin ömür boyu geliri değiştirmesi gerekeceğinden, tüketimin de cari gelirdeki değişmelere güçlü bir tepki göstermesini beklenebilir. Çünkü cari gelir, eldeki bilgilerin en önemlisi ve dikkate değer parçasını oluşturmaktadır. Ancak, ömür boyu gelir hipotezine göre, cari gelirdeki bir değişiklik ancak ömür boyu gelirden sürekli bir değişikliğe neden olduğunda tüketim üzerinde etkili olabilir¹⁹⁵. Hükümetin transfer ödemelerinde ya da vergi oranlarında geçici olduğu açıkça bilinen bir değişiklik yapması sonucu, cari gelirden meydana gelecek değişimin tüketim harcamaları üzerinde güçlü bir etkiye sahip olması

¹⁹⁴Robert E. Hall, and Frederic S. Mishkin, "The Sensitivity of Consumption to Transitory Income: Estimates from Panel Data on Households", NBER Working Paper No. W0505, 1980, ss.1-2; Gordon, a.g.e., s.437-438;

Browning and Crossley, a.g.m., s.5-7;

Edgmand, a.g.e., s.89.

¹⁹⁵Mankiw, a.g.m., s.3;

Froyen, a.g.e., ss.334-335.

mümkün değildir. Bu tip düzenlemeler, ömür boyu geliri etkilemeyeceğinden tüketim üzerinde çok küçük bir etkiye sahiptir. Yukarıdaki açıklamalar benzer bir şekilde sürekli gelir hipotezi için de geçerlidir.

Geleceğe dönük tüketim teorisine göre, tüketiciler, maliye politikası sonucu harcanabilir gelirlerindeki ortaya çıkan geçici değişiklikleri yanlış değerlendirip gelirlerinden tüketime ayırdıkları kısmı değiştirirlerse maliye politikası üretim ve istihdam üzerinde az bir etkiye sahip olur, çünkü tüketiciler bir süre sonra gerçeği idrak ederler. Tüketiciler maliye politikası ile gelirlerinde ortaya çıkan değişikliğin sürekli olduğuna ikna edilmezlerse tüketim davranışlarını değiştirmezler¹⁹⁶.

Geçici vergi değişikliklerinin tüketim üzerindeki etkinliğini belirleyen bir diğer önemli faktör ise, likidite kısıtının varlığıdır. Eğer likidite kısıtı, tüketimin belirlenmesinde önemli bir etken ise, geçici vergi değişiklikleri bile güçlü bir etkiye sahip olabilir¹⁹⁷. Daha yüksek tüketim seviyesini tercih eden hanehalkı, eğer borçlanma imkânından da mahrum ise, geçici bir vergi indiriminden elde edeceği miktarın tamamını tüketime ayıracak, böylece cari tüketim artmış olacaktır.

Geleceğe dönük tüketim teorisinin maliye politikası yanında para politikasının etkinliği açısından da önemli sonuçları vardır. Modern para politikası analizi esas olarak yatırımlara odaklanmıştır. Ancak, tüketimin bir determinantı olarak reel servetin modele dahil edilmesi, faiz haddinin servet üzerindeki etkisi aracılığıyla tüketim harcamalarını etkilemesi sonucu, muhtemelen maliye politikasına oranla para politikasının etkinliğini artırmaktadır. Para politikası işlemleri hanehalkının servetini, hem hanehalkının net servetinin bir parçası olan para miktarının değerini değiştirerek doğrudan, hem de para miktarındaki değişimin sonucu faiz hadlerindeki değişimin piyasadaki varlıkların değerini değiştirmesi yoluyla dolaylı olarak etkiler. Genişletici para politikası, faiz haddini düşürür; yatırım harcamalarını artırıcı etkisine ilaveten, reel servetin değerini artırarak tüketim harcamalarının artmasına yol açar. Böylece, servet etkisi, para politikasının

¹⁹⁶Modigliani, a.g.e., s.167-168;

Branson, a.g.e., ss.281-28;

Ryan C.Amocher and Holle H. Wilbrich, *Macroeconomics*, Fifth Edition, Ohio: South Western Publishing, 1992, s.261.

¹⁹⁷Mankiw, a.g.m., s.3.

etkinliğini artırmış olmaktadır. Faiz haddi ile ilgili bir diğer etki ise maliye politikasından kaynaklanmaktadır. Genişletici maliye politikası faizleri artırma eğilimindedir. Faiz haddindeki bir artış ise, reel servetin değerini dolayısıyla tüketim harcamalarını düşürür. Böylece faiz haddinin servet üzerindeki etkisi, maliye politikasının etkinliğini azaltmaktadır¹⁹⁸.

Likidite kısıtının varlığı, maliye politikasında olduğu gibi para politikasının etkinliğini de artırmaktadır. Likidite kısıtının varlığı, para politikasına, tüketimin belirlenmesinde önemli işleve sahip olması yolunda ilave kanal açmaktadır. Sıkı para politikası, kredi hacmini daraltması ve kredi şartlarını ağırlaştırması nedeniyle daha çok ailenin keskin bir şekilde likidite kısıtına maruz kalmasına neden olmaktadır. Genişletici para politikası ise daha çok kredinin daha uygun koşullarda temin edilmesine imkân tanıyarak, likidite kısıtını azaltmaktadır¹⁹⁹.

Geleceğe dönük tüketim teorisinde, tüketim harcamaları çok istikrarlı bir kategori oluşturup ekonomik krizlerin yayılmasını önlemektedir. Keynes'te tüketim harcamaları cari gelir gibi sık sık değişebilen bir ekonomik büyüklükle birlikte hareket etmektedir. Düşen gelir, tüketim harcamalarını düşürmekte; düşen tüketim harcamaları da yine geliri düşürerek bir kısır döngü oluşturmaktadır. Şu halde, tüketim harcamaları istikrarlı bir büyüklüğe (sürekli ya da ömür boyu gelire) duyarlı olması halinde, ekonomik krizlerin yayılmasına engel olabilecektir.

Tüketim harcamalarının istikrarlılığı konusunda dayanıklı-dayanıksız tüketim malı ayrımının hayati önemi vardır. Dayanıksız tüketim malları ve hizmetlere yapılan harcamalar ekonomiye istikrar kazandırmakla beraber, dayanıklı tüketim harcamaları ekonomi için ciddi bir istikrarsızlık kaynağı oluşturmaktadır. Geleceğe dönük tüketim teorisine göre, tüketim, yatırım ya da kamu harcamalarından kaynaklanan kısa dönemli küçük dalgalanmalara tam olarak tepki vermediğinden, gelir-harcama yaklaşımına göre hesaplanan çarpanın değerini küçültür ve istikrarsızlaştıran şoklardan ekonomiyi stabilize eder. Böylece, geleceğe dönük tüketim teorisi,

¹⁹⁸Modigliani, a.g.m., s.167-168;

Froyen, a.g.e., s.335;

Branson, a.g.e., ss.281-282.

¹⁹⁹Froyen, a.g.e., s.336.

ekonominin kendi başına istikrarı sağlayacağına dair moneterist önermeyi destekler. Ancak ne yazık ki, geleceğe dönük tüketim teorisi, tüketim davranışının tamamı değildir²⁰⁰. Geleceğe dönük tüketim teorisi, mal ve hizmet tüketiminden kabaca sabit bir zevk seviyesinin sürdürülmesi arzusuna dayanır. Traş olma ve yemek yeme gibi hizmetler ve dayanıksız mallarda tüketicinin harcaması ve tatmini yaklaşık olarak aynı anda vuku bulmaktadır. Fakat dayanıklı tüketim mallarında durum farklıdır. Bir TV seti zamanın belli bir noktasında satın alınmasına rağmen, bundan sonra tüketiciye yıllarca tatmin sağlar. Böylece; geleceğe dönük tüketim teorisi, sürekli gelirin sabit bir kısmına eşit olarak dayanıklı tüketim harcamalarının alınmasını değil, dayanıklı tüketim mallarından sağlanan hizmetin alınmasını önerir. Diğer bir ifadeyle, sürekli gelirin sabit bir oranı dayanıklı tüketim mallarından sağlanan hizmet için geçerlidir; dayanıklı tüketim harcamaları için değil.

Tüketim düzleştirmesi modellerinde; dayanıklı tüketim harcamaları tüketime dahil edilmeyip, tüketici açısından bir nevi yatırım olarak kabul edilir. Tüketicinin dayanıklı mal stokundan sağladığı hizmetler ise tüketime dahil edilir. Cochrane ve Shawbell dayanıklı tüketim mallarını “tüketici sermaye malları” (consumers’ capital goods) olarak adlandırmaktadır²⁰¹. Dayanıklı malların varlığı, toplam tüketim harcamalarının doğrudan tüketimle ilişkilendirilmesine izin vermez, bu nedenle dayanıklı mal satın alımlarına bu teoriler uygulanmaz. Bu nedenle, standart geleceğe dönük tüketim teorisi testleri, tipik olarak dayanıksız mallar ve hizmetlere odaklanmıştır. Dayanıklı tüketim mallarının analizi ise, tek başına farklı modellerle ele alınmaktadır²⁰².

Bütün tüketim harcamaları dayanıksız tüketim ve hizmetlerden oluşsa idi, sürekli gelir ve ömür boyu gelir hipotezleri; hükümet tarafından kendi haline bırakıldığında, özel ekonominin istikrarlı olduğu savını güçlendirirdi. Tüketim, tüketim dışı harcamalardaki geçici dalgalanmalara sadece kısmen karşılık verir,

²⁰⁰Robert J.Gordon, *Macroeconomics*, Third Edition, Toronto: Little Brown and Company, 1984, s.418.

²⁰¹Sabelhaus and Groen, a.g.m., s.3;

Cochrane ve Shawbell, a.g.m., s.207.

²⁰²Michael Palumbo, Jeremy Rudd and Karl Whelan, “On the Relationships Between Real Consumption, Income, and Wealth” Finance and Economics Discussion Series From Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.), Jel Codes: E21,C43, August,12-2002.s.1-2; Martin M.Tolar, “A Behavioral Model of Nondurable Consumption Expenditure” *Journal Socio-Economics*, Vol:26, 1997.

böylece ekonominin gerçek kısa dönem çarpanları, gelir-harcama yaklaşımında hesaplandığından çok daha küçük olurdu. Geleceğe dönük tüketim teorisi, resesyonda tüketicilerin tasarruf oranlarını azaltarak, ekonomideki daralmayı azalttığını, takip eden genişlemede ise tasarruf oranlarını artırarak ekonomiyi stabilize edeceklerini tahmin eder. Teori, yatay kesit verilerde gözlenen gelirdeki artışla tasarrufların artması durumu ile uzun dönem zaman serisi verilerinde ortaya çıkan ortalama tasarruf eğiliminin sabitliği gözlemini uzlaştırır. Öte yandan, moneterist olmayan aktivist öneri; dayanıklı tüketim harcamalarındaki dalgalanmalar tarafından güçlendirilir. Çünkü, özel ekonomideki bu istikrarsızlık kaynağı devresel olmayan hükümet politikalarını gerektirebilir.

Geleceğe dönük tüketim teorisinin maliye politikası ile ilgili bir diğer implikasyonu vergi adaleti ile ilgilidir. Tüketim üzerindeki artan oranlı bir vergi, sürekli geliri daha iyi kavradığından, cari gelir üzerindeki bir vergiden daha adildir²⁰³.

²⁰³ Modigliani, a.g.m., s.167-168.

İkinci Bölüm

MATERYAL, YÖNTEM ve İKTİSADİ ANALİZ

2.1 VERİ SETİ VE DÜZENLENMESİ

Ekonometrik çalışmalarda, matematiksel modellerdeki parametrelerin tahmini ve diğer bazı istatistiksel bulguların elde edilebilmesi için, öncelikle modelde yer alan değişkenlere ait verilere ihtiyaç vardır. Veriler, incelenen konu ile ilişkili sayısal olarak ifade edilmiş gerçeklerdir. Ekonometrik çalışmalarda kullanılan veriler iki türdür; kalitatif ve kantitatif. Kalitatif veriler, var ya da yok, oldu ya da olmadı, iyi ya da kötü gibi durumları temsil etmekte olup, yapay değişkenlerle ifade edilirler. Kantitatif veriler ise duruma göre zaman serisi verileri ya da yatay kesit veriler olabilmektedir. Örneğin; bir tüketim fonksiyonu çalışmasında, tüketimin gelirin doğrusal bir fonksiyonu olduğu belirtilip, matematiksel olarak $Y=b_0+b_1X$ biçiminde ifade edildiğinde, b_0 ve b_1 parametrelerinin tahmini için tüketim (Y) ve gelir (X) değişkenlerine ait verilere ihtiyaç vardır. Milli gelir hesaplarından, birbirini takip eden değişik yıllara ait tüketim ve gelir rakamları alınıp kullanıldığında bunlar zaman serisi verileridir; örnekleme yöntemiyle seçilen hanhalklarından belirli bir yılda her bir hanhalkı için elde edilen tüketim ve gelir rakamları ise yatay kesit verilerdir²⁰⁴.

Yatay kesit veriler, ana kütlelin üyeleri hakkında aynı zaman noktasında toplanan ve tasnif edilen bilgilerin sayısal ifadesidir. Bu çalışmada kullanılan yatay kesit veriler, Kocaeli İli kırsal ve kentsel alanında, birebir, yüz yüze görüşme tekniği ile yapılan hanhalkı tüketim harcamaları anketlerinden elde edilmiştir. Bu anketlerde hanhalklarının son bir yıllık gelir ve tüketim bilgilerinden yola çıkılarak, bir aylık gelir ve tüketim harcamaları tesbit edilmiştir.

2.1.1 Genel Veri Problemleri

2.1.1.1 Tüketici Birimi

Ekonomideki sektörler arasında en büyüğü, bir çok bakımdan diğer sektörlerden daha önemli ve herkesin aşına olduğu sektör aile ya da hanhalkıdır.

²⁰⁴Tümay Ertek, *Ekonometriye Giriş*, 2.Baskı, İstanbul: BETA Yayınları, 2000, ss.6-7.

Hanehalkı geleneksel olarak, analizlerde temel tüketim birimidir, bu nedenle veriler hanehalkını oluşturan bireyler yerine hanehalkı düzeyinde toplanmaktadır.

Hanehalkı tüketim davranışının incelenmesinde bir araştırmacının öncelikle cevap vermesi gereken soru; “*kimin tüketimi*” sorusudur. Bu sorunun cevabı; karar verici birim olarak **aile** ya da tüketim birimi olarak **ekonomik aile**dir. Aile, harcama ünitesi olarak, aynı meskende yaşayan, kan bağı, evlilik ya da evlat edinme bağı ile birbirine bağlı, temel harcama kalemleri için gelirlerini bir havuzda toplayan kişilerden oluşan veri toplama birimi olarak tanımlanmaktadır. İnsanların gelirlerinin yarısından fazlasını harcama birimine katkıda bulunmak için birleştirdiği yerde, havuzun varolduğu kabul edilir. Ekonomik aile, daha geniş kapsamlı bir tüketici birimi kavramıdır; hem iki ya da daha fazla kişiden oluşan, genellikle aynı hanede oturan, temel harcama kalemleri için gelirlerini birleştirme konusunda birbirine bağımlı bir aile, ya da hem finansal olarak bağımsız hem de bir aile grubundan ayrı yaşayan tek bir tüketici için kullanılmaktadır²⁰⁵. Yapılan araştırmanın amacına göre bu iki tüketici birimi kavramından birisi tercih edilmektedir.

DİE ise hanehalkını; aralarında akrabalık bağı bulunsun ya da bulunmasın aynı konutta ya da konutlarda, aynı konutun bir bölümünde yaşayan, aynı kazandan yemek yiyen, kazanç ve masraflarını ayırmayan, hanehalkı hizmet ve yönetimine katılan, bir ya da birden fazla kişiden oluşan topluluk olarak kabul etmektedir²⁰⁶. Bu tanımda kritik nokta, herhangi bir nedenle birlikte yaşayan insanların gelir ve giderlerini ayırmadan devamlı olarak birlikte yaşamaları ve tüketim kararlarına iştirak etmeleridir.

Bu çalışmada tüketici birimi olarak, aile esas alınmıştır.

2.2.1.2 Gelirin Tanımlanması

En genel bakış açısıyla gelir, belirli bir zaman diliminde, alım gücünde meydana gelen artış şeklinde ortaya çıkan akımdır. Bu tanımda servetin stok niteliğini karşılık gelirin dinamik yapısı vurgulanmaktadır. Satın alma gücünün

²⁰⁵Williard W.Cochrane and Carolyn, ShawBell, *The Economics of Consumption*, New York: McGraw-Hill Book Company, 1956, s.204;

<http://www.die.gov.tr/veriSozlugu.htm>

²⁰⁶DİE Hanehalkı Tüketim Harcamaları Yöntem ve Kavramlar 1994, Ankara: DİE Yayınları, Ekim 2001, s.31.

biriktirilmiş şekli serveti oluşturmaktadır. Buna karşın bir kimsenin veya topluluğun birikmiş servetlerinden elde ettikleri kazançları gelir sayılır²⁰⁷.

Gelir kavramının boyutlarının daha ayrıntılı olarak belirlenmesi teorik açıdan olduğu kadar, uygulama bakımından da önemli sonuçlar doğurur. Gelir kavramının algılanmasında yararlanılmak üzere iki kuram analize sokulmaktadır; kaynak kuramı (dar kapsamlı gelir tanımı); safi artış kuramı (geniş kapsamlı gelir tanımı).

Kaynak kuramına göre, belirli bir üretim faaliyetine katılma sonucu elde edilen ekonomik değere gelir adı verilir. Başka bir anlatımla, üretim faktörlerinin, üretim sürecinde rol almaları karşılığında, o dönem hasılasından aldıkları pay, gelir olarak tanımlanır. Bir kişi ya da hanehalkı açısından elde edilen kazancın gelir sayılabilmesi için bunun cari yıl içinde yapılan üretime katılmanın sonucu elde edilmiş olması gerekir. Bu tanımlamaya göre gelir; ücret, faiz, rant ve kiradan oluşmaktadır²⁰⁸.

Gelirin en bariz özelliği, sahibine tasarruf ya da tüketim imkânı vermesidir. Aynı özellikler; gelir dışında elde edilen ayni ya da nakdi imkânlar için de mevcuttur. Mesela; borç alınmış bir meblağ, evdeki eşyanın satılmasından elde edilen değer ya da sayısal lotodan kazanılan ikramiye gibi. Bunlar tüketici biriminin servetinde meydana gelen değişimlerdir ve bunların da cereyan ettikleri devre geliriyle ilişkilendirilmeleri gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında geliri daha geniş anlamda tanımlamak gerekir²⁰⁹. Safi artış kuramı bu ihtiyacı karşılamaktadır. Safi artış kuramına göre, belirli bir dönemde, hangi kaynaktan doğarsa doğsun, tüketicinin satın alma gücünde meydana gelen artış, gelir olarak kabul edilmektedir. Bu kurama göre, bir kişinin belirli bir döneme ait geliri, dönem başı ile dönem sonu servetinde meydana gelen artış miktarı ile kişinin dönem boyunca yaptığı tüketime eşittir²¹⁰. Hicks'in gelir tanımı da safi artış kuramına benzemektedir. Hicks, tüketici

²⁰⁷Halil Seyidoğlu, *Ekonomik Terimler*, Ankara: Güzem Yayınları, 1992, s.293.

²⁰⁸Mualla Öncel, Ahmet Kumrulu ve Nami Çağan, *Vergi Hukuku*, 2.Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1993, ss.243-244;

Halil Nadaroğlu, *Kamu Maliyesi Teorisi*, İstanbul: Beta Yayınları, 1992, s.320;

Seyidoğlu, a.g.e., s.293.

²⁰⁹Avrahoğlu, a.g.e., s.36.

²¹⁰Öncel ve Diğerleri, a.g.e., s.244;

Gülten Kazgan, *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*, 7. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1997, s.212.

biriminin bir döneme ait gelirini, tüketicinin dönem başındaki maddi varlığını azaltmayacağını umarak, dönem içinde tüketebileceği azami miktar olarak tanımlamaktadır²¹¹.

İktisatçılar sıradan bir gelir kavramından öte, nakdi gelirden daha geniş kapsamlı gelir kavramı kullanmaktadırlar. Mesela; kendi evinde oturan bir hanehalkının geliri hesaplanırken, evlerini kiraya vermeleri durumunda elde edecekleri kira bedelinin diğer kaynaklardan elde ettikleri gelire ilave edilmesi gerekir²¹². Özellikle, öz tüketimin yaygın olduğu az gelişmiş ülkeler dikkate alındığında geliri tanımlamanın zorluğu ortadadır. İktisatçılar modern anlamda gelir tanımını Hicks'in Value and Capital isimli çalışmasına borçludurlar. Hicks geliri, tüketim davranışının bütçe kısıtı olarak tanımlamıştır. Fakat Hicks ampirik çalışmalar için daha spesifik tanımlamalara ihtiyaç duymuştur. O, çalışmasında teorik gelir tanımı ile ampirik gelir arasında büyük uyumsuzluklar olduğunu ve mevcut teorilerin bu uyumsuzlukların çözümünde (gelirin ölçülmesinde) yardımcı olmadığını iddia etmiştir. Hicks, ampirik amaçlarla ex-post ve ex-ante gelir kavramlarını kullanmıştır²¹³.

Hicks, yukarıda açıklanan tanımındaki geliri, ex-ante gelir olarak adlandırmakta ve bir de bu kavramdan farklı olarak ex-post gelir kavramından bahsetmektedir. Bu ayrım dinamik ve statik analizlere tekabül etmektedir. Ex-ante gelir, dinamik analizlerde, ex-post gelir de statik analizlerde kullanılan gelir tanımlarıdır. Ex-post gelir, bir tüketicinin bir devrede harcayabileceği toplam satın alma gücüdür. Bu satın alma gücü, tüketicinin bütün kaynaklardan, o devre içinde elde ettiği nakdi imkanları ihtiva etmektedir²¹⁴. Örneğin; bir hanehalkının belirli bir aydaki gelirini incelemek istiyoruz. Hanehalkı reisi ayda 500.000.000TL maaş alan bir memurdur ve ayda 250.000.000TL gelir getiren dükkânından 4 aylık peşin kira almıştır. Bankadaki vadeli mevduat hesabından o aya isabet eden 100.000.000TL

²¹¹John.R.Hicks, *Value and Capital*, Oxford University Press, Second Edition, 1946, s. 172.

²¹²Graham Bannock, R.E.Baxter and Evan Davis, *The Penguin Dictionary of Economics*, 1998, <http://www.xrefer.com/entry.jsp?xrefid=444904&secid=->

²¹³Hsiang-Ke Chao, "Milton Friedman and The Emergence of The Permanent Income Hypothesis", *The Conference on The History of Economics at Erasmus Institute, Rotterdam, Netherlands, April 2000*, s.2; Hicks, a.g.e., s.172.

²¹⁴Hicks; a.g.e., ss.172-178.

faiz gelirini almış ve bir arkadaşından 250.000.000TL borç almıştır. Bu hanehalkının ex-post geliri 1.850.000.000TL'dir. Aynı hanehalkının ex-ante geliri ise 850.000.000TL'dir. Çünkü ex-ante gelir, toplam gelirin o döneme ait kısmını ihtiva eder. Bu nedenle ex-ante gelire peşin kira ve arkadaşından aldığı borç dahil edilmemektedir.

Bu çalışmada temel olarak, gelirin tüketim üzerindeki etkisi incelendiğinden, gelirin elde ediliş biçimi ve zamanı önem arz etmeyip, statik bir yaklaşımdan hareketle, ex-post gelir kavramı kullanılmıştır.

2.1.1.3 Fiili Tüketim ve Tüketim Harcamaları Ayrımı

Tüketim ve tüketim harcamaları birbirinden farklı kavramlardır. Tüketim ya da diğer bir ifadeyle fiili tüketim, bir malın yenilip içilmesi, kullanılıp bitirilmesi, eskitilmesi ve hizmetlerden faydalanılmasını kapsayan bir olgudur. Tüketim harcamaları ise daha çok, tüketimin finansman şekliyle ilgilidir. Belirli bir devredeki tüketim harcaması o devreye isabet eden tüketime eşit olmak zorunda değildir. Çünkü, tüketim harcamalarının bir kısmı geçmişte yapılan tüketimle ilgili iken, bir kısmı da gelecekte yapılacak tüketimle ilgilidir. Tüketim ve tüketim harcamaları arasındaki bu fark nedeniyle tüketim üzerinde yapılan çalışmalar, fiili tüketim ve tüketim harcamaları ile ilgili araştırmalar olmak üzere iki ana gruba ayrılır. Ancak uygulamada fiili tüketimle ilgili veri toplamanın güçlüğü nedeniyle, bu çalışmada olduğu gibi tüketim harcamalarını konu alan çalışmalar yapılmaktadır.

Tüketim harcamalarını konu alan çalışmaları da iki alt gruba ayırmak mümkündür²¹⁵: İktisap esasına ve ödeme esasına göre yapılan araştırmalar.

İktisap esasına göre, tüketim mallarının fiilen kullanılması problemi üzerinde durulmaz. Önemli olan, tüketime konu olan malın iktisabıdır. Bu esasa göre, araştırmanın kapsadığı devre içinde iktisap edilen mal ve hizmetlerin bedeli, o dönemin tüketimini oluşturmaktadır. İktisap edilen malların peşin ya da vadeli satın alınmasının, fiilen tüketilip-tüketilmemesinin önemi yoktur. Ödeme esasına göre ise, bir devreye ait tüketim, o devrede tüketim mal ve hizmetleri için yapılan ödemeleri

²¹⁵Avralıoğlu, a.g.e., ss.123-124.

kapsamaktadır. Örneğin, önceden satın alınıp kullanılan bir mal için ödenen taksitler araştırma döneminin tüketimi sayılmaktadır. Yine aynı esasa göre önceki devrelerde satın alınıp bedeli ödenen mallar, cari dönemde kullanılmalarına rağmen, tüketim harcaması olarak kabul edilmemektedir.

Bu çalışmada, dayanıklı tüketim malı, konut ve otomobil için yapılan harcamalar dışında (ki bu harcamalarda ödeme esası kabul edilmiştir) iktisap esası esas alınmıştır.

2.1.1.4 Mal ve Hizmetlerin Tüketiminin Ölçülmesi

Tüketim nedir? Tüketim, farklı amaçlarla farklı şekillerde ölçülmektedir. Tüketim, tüketiciye tatmin sağlamak amacıyla, mal ve hizmetlerin bileşiminin kullanılması olarak tanımlanmış ve mal ve hizmetleri elde etmek için harcanan tüketici geliri de tüketim harcaması olarak kabul edilmiştir. Tüketim nedir? sorusunun cevaplanması aslında ilk bakışta zannedildiğinden çok daha zordur. Çünkü, cari tüketimi ölçerken, geçmiş ya da gelecekteki gelirden yapılan harcamanın da hesaba katılması gerekmektedir. Bir aile, elbise satın almak için, elindeki tasarruf bonosunu paraya çevirerek, daha önceki dönemde harcamayarak biriktirdiği önceki dönem gelirinden çekebilir. Bir başka aile, hastane masraflarını ödemek için yani cari tüketim harcamalarını ödemek için gelecekte elde etmeyi beklediği gelirden ödemek üzere ödünç para alabilir. Cari tüketim, parasal terimlerle, negatif tasarruf ya da borç miktarı kadar cari geliri aşabilir. Fakat cari tüketim önceki dönemlerde bedeli ödenmiş tüketim malların kullanılmasını da temsil edebilir. Bir TV sahibi olan aile, onu satın aldıktan sonra ondan uzun bir süre tatmin elde eder ve böylece cari tüketim, geçmiş gelirden meydana gelmiş olur. Taksitle satın alınan bir otomobil hizmet ve tatmin sağlar, bu durumda cari tüketim gelecek gelirle ödenmiş olur. Böylece cari tüketim, cari dönemde kullanılan reel mal miktarı kadar cari geliri aşabilir.

Tüketim, mal ve hizmetlerin ihtiyaçların giderilmesinde kullanılması olarak tanımlanmıştı. Ancak buradaki kullanma terimini geniş anlamda anlamak gerekir. Zira malların ihtiyaçların karşılanmasında hakikaten kullanılıp kullanılmadığını bilmeye çoğu zaman imkân yoktur. Bu sebeple, malların bunları kullanacak tüketicilerin eline geçmesine; dayanıksız ve dayanıklı malların stok maksadı ile dahi

olsa, tüketiciler tarafından satın alınmasına tüketim; gelirin tüketim malları alımı için kullanılan kısmına ise tüketim harcaması adı verilmektedir²¹⁶.

Belirli bir devrenin tüketimi söz konusu olduğunda, dayanıksız tüketim ve hizmetlerin ölçülmesi konusunda herhangi bir sorun, en azından teorik olarak yoktur. Ancak, dayanıklı tüketim malları söz konusu olduğunda, teorik ve ampirik olarak ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Dayanıklı tüketim malları belirli bir devrede tüketilip tamamen ortadan kaldırılmadığına göre, onların bedellerinin tamamının incelenen dönemin tüketimi olarak kabul edilmesi gerçeklere uygun düşmemektedir. Dayanıklı tüketim mallarının incelenen belirli bir devreye isabet eden kısmının nasıl hesaplanacağı konusu ise çözülmesi oldukça güç bir sorundur. Bu soruya, dayanıklı malın incelenen devreye isabet eden kısmının amortismanlarının tüketim olarak kabul edilmesi biçiminde bir cevap verilebilir. Ancak uygulamada bunu yapmak zannedildiği kadar kolay değildir.

2.1.2 Harcamaların Kapsamı

Hanehalkı tüketim harcaması, hanehalklarının çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yapmış olduğu peşin ya da vadeli mal ve hizmet satın almalarıdır. Bu çalışmada hanehalkının anket dönemi içinde tüketim mal ve hizmetleri için yaptığı tüm harcamalar, tüketim harcaması olarak kabul edilmiştir. Hanehalklarının kendi üretimlerini tüketmeleri (öz tüketim) ya da bedelsiz olarak iktisap ettikleri mal ve hizmetlerin (hibe ve yardımlar) değeri de tahmini olarak hesaplanmıştır. Böylece hanehalkı tüketimine ait tüm bilgilerin kapsanması amaçlanmıştır.

Hanehalkı tüketimine ait bilgiler, 10 ana tüketim harcaması grubu ve öz tüketim ile hibe ve yardımları kapsamak üzere 12 ana başlık ve 70 alt başlık altında tasnif edilmiş ve toplanmıştır. Bu harcama grupları şunlardır:

I.GIDA: A.Zorunlu Mallar, B.Keyfi Mallar

II.ISITMA ve AYDINLATMA

²¹⁶Köktü, a.g.e., ss.78-79.

III.GİYİM

IV.DAYANIKLI MALLAR

V.KİRA ve EV BAKIMI

VI.TEMİZLİK-SAĞLIK ve BEBEK BAKIMI: A.Temizlik ve Sağlık, B. Bebek Bakımı

VII.KÜLTÜR-EĞİTİM ve EĞLENCE

VIII.HABERLEŞME ve ULAŞIM: A.Haberleşme, B.Ulaşım

IX.KONUT ve OTOMOBİL SATIN ALIMI, BÜYÜK ONARIM

X.DİĞER HARCAMALAR

XI.ÖZ TÜKETİM

XII.HİBE ve YARDIMLAR

2.1.3 Anket Çalışması

Tüketimle ilgili çalışmalarda cevaplanması gereken kritik sorulardan bir tanesi de “tüketim nasıl araştırılmalıdır?” sorudur. Verilerin doğruluğu ve güvenilirliği, tamamen, verilerin toplanmasında kullanılan yöntemle bağlı olduğundan, bu sorunun cevabı hayati önem taşır. Değişik yöntemlerle veri toplamak mümkün olmakla birlikte, mülakat tekniğiyle elde edilen veriler, diğer yöntemlerle elde edilenlerden çok daha tam ve güvenilirdir. Mülakat tekniği pek çok zorluklar içermesine rağmen, en güvenilir yöntem olduğundan bu çalışmada tercih edilmiştir. Mülakat tekniğinde, alan çalışması yapanların yoğun bir eğitimden geçmesi gerekir, böylece soruların yerli yerinde, aynı anlamda ve amacına uygun sorulması ve yorumlanması mümkün olur. Soruların çoğunun psikolojik bir boyutu vardır, cevaplayıcı mülakatçıyı etkilemek ve onu memnun etmek için, bilerek ya da bilmeyerek, sempati kazanmak amacıyla yanlış ve abartılı bilgiler verebilir. İnsanlar soruları cevaplama istekleri konusunda da farklılık gösterirler. Genel olarak, yüksek gelir gruplarında yer alan hanehalkları, gelirleri ile ilgili sorulara çok yüksek oranda

“cevap yok” karşılığını verirler²¹⁷. Bundan başka, insanlar sıklıkla, gelir ve harcamalarını beyan ederlerken dürüst davranmakta zorluk çekerler.

Bütün bu zorluklar düşünülerek anket uygulaması sırasında hiçbir şekilde anketör kullanılmamış, bütün anketler bizatihi araştırmacı tarafından yüzyüze mülakat tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Ankette yaklaşık 125 soru başlığı bulunmaktadır. Uygulamada daha sağlıklı verilere ulaşılmasını sağlamak amacıyla, bu sorular yaklaşık 300’e kadar çıkmıştır. Ortalama anket süresi 40 dakika civarında olup, alt gelir gruplarından yüksek gelir gruplarına doğru gidildikçe süre uzamıştır. Özellikle, ücret dışı gelir elde eden hanhalklarının anketleri, 1 saati aşan bir sürede gerçekleştirilmiştir.

Örneklem kümesi olarak belirlenen 400 hanhalkına, 01 Haziran-31 Temmuz 2003 tarihleri arasında, son bir yıl içinde yaptıkları tüketim harcamaları ve gelirlerini tesbit etmek amacıyla “Kocaeli İli Hanhalkı Tüketim Harcamaları Anketi” uygulanmıştır. Anket, hanhalkını temsilen, hanhalkı reisine yönelik olarak uygulanmıştır. Ortalama olarak, kendisine anket uygulanması teklif edilen dört hanhalkı reisten ancak birisi ankete katılmayı kabul etmiştir. Ankete katılma konusunda en kolay ulaşılan kütle, Kocaeli’nde yaşayan ana gruplardan muhacirler olmuştur. Gürcüler ve Karadeniz kökenliler ankete katılma konusunda ortalama bir tavır sergilemiştir. Manavlar ve doğu kökenlileri ankete katılma konusunda ikna etmek hayli zor olmuştur, bu gruplarda çok sayıda anket ya yarıda bırakılmış ya da kontrol soruları kullanılarak elenmiştir. Özellikle, sendikalı işçi ve memurlar gerek kendi katılımları gerekse başka hanhalklarına ulaşma konusunda ciddi destek sağlamışlardır.

Uygulanan anketlerden elde edilen veriler, bilgisayar ortamında değerlendirilmek üzere, önce MsOffice Excel programına girilmiştir. Daha sonra verilerin tasnif edilmesi, özellikle farklı tüketim hipotezlerine göre uyarlanmasını sağlamak amacıyla File Maker Pro.5.0 Database program tabanı üzerine, araştırmacı tarafından yazılan özel bir veri analiz programına aktarılmıştır. Bu program sayesinde daha detaylı ve kapsamlı iktisadi ve ekonometrik analizleri gerçekleştirmek mümkün olmuştur. Son aşamada veriler, yapay değişkenlere göre

²¹⁷Cochrane and ShawBell, a.g.e., s.208-209.

kullanılmak üzere File Maker Pro.5.0'dan MsOffice Excel'e export edilmiş, oradan da Eviews 3.1'e import edilerek ekonometrik analizler gerçekleştirilmiştir.

2.1.3.1 Anketin Amaç, Kapsam ve Yöntemi

Gelir ve tüketim harcamaları konusunda düzenlenen anketlerde, veri derleme sisteminin seçimi; araştırmanın amaçlarına bağlı olarak yapılmaktadır. Bu konuda düzenlenen anketlerin iki temel amacı vardır: Birincisi; milli gelir ve tüketici fiyatları indeks ağırlıkları için toplam ya da ortalama hanehalkı harcama ve gelir verilerinin elde edilmesi. İkincisi; gelir ve tüketim harcamasına göre hanehalklarının dağılımı ve gelir ile tüketim arasındaki ilişkilerin belirlenmesi²¹⁸.

Bu çalışmada uygulanan anketin yapısı, yukarıdaki amaçlardan ikincisinin gerçekleştirilmesine uygun olacak biçimde, ülkemizde ve yurt dışında yapılan anketler incelenerek oluşturulmuştur.

Hanehalkı tüketim harcamaları anketi, Kocaeli il sınırları içinde yaşayan T.C. uyruklu tüm hanehalklarını kapsamaktadır. Ancak, okul, yurt, otel, çocuk yuvası, huzur evi, hastane ve hapisanede bulununlar, aile bağı olmaksızın bir arada yaşayanlar ile askeri birlik ve ordu evlerinde ikamet edenler anket kapsamı dışında tutulmuştur. Ayrıca anket uygulanan hanehalklarının asgari bir yıldır aynı adreste oturuyor olması şartı da aranmıştır.

Kocaeli İli toplam nüfusu, 1.206.085'tir. İdari tasnife göre nüfusun %60'ı (722.905 kişi) şehirlerde (il ve ilçe merkezleri), %40'ı (483.180 kişi) ise köylerde (köy ve bucaklar) yaşamaktadır. Kır-kent ayrımına göre nüfus tasnif edildiğinde ise, toplam nüfusun %28'i (336.144 kişi) kırsal alanda, %72'si (869.941 kişi) ise kentsel alanda yaşamaktadır.

İldeki toplam hanehalkı nüfusu ise, 1.181.086 olup, hanehalkı sayısı 283.708'dir. Ortalama hanehalkı büyüklüğü ise 4.2'dir. Bu hanehalklarının, %27'si kırsal alanda, %73'ü ise kentsel alanda yaşamaktadır.

Ekonomik faaliyetlere göre istihdam edilen nüfusun %39'u tarımda, %20.3'ü sanayide ve %32.2'si hizmet sektöründe çalışmaktadır. Bunların %52.8'i ücretli-

²¹⁸DİE Hanehalkı Tüketim Harcamaları Yöntem ve Kavramlar 1994, s.7.

maaşlı-yevmiyeli, %2.2'si işveren ve %28.8'i ücretsiz aile işçisidir. İldeki işsizlik oranı ise 2000 yılı verilerine göre %8.3'tür. Ancak, özellikle istihdam yapısı ile ilgili DİE verilerinin oldukça sağlıklı olduğunu belirtmek gerekir. Ülkemizin sanayi bakımından en gelişmiş ilinde, tarımın istihdamda bu derece yüksek bir nisbi paya sahip olması, gerçeklerle bağdaşır görünmemektedir. Kanaatimizce, 2000 nüfus sayımından elde edilen bu verilerde, özellikle istihdam ile ilgili kısımda, sistematik hata yapılmıştır. Bu durum dikkate alınarak, istihdam yapısına göre örneklemin belirlenmesinde il GSYİH'da sektörlerin payı dikkate alınarak, tarafımızdan gerekli uyarlamalar yapılmıştır. Sırasıyla, il GSYİH içinde, tarımın payı %2.30, sanayinin payı %75.43 ve hizmetlerin payı %22.27'dir.

Daha önce belirtildiği gibi, nihai örnek birimi olarak hanehalkı (aile) baz alınmıştır. Dolayısıyla Kocaeli İlinde yaşayan 283.708 hanehalkı ana kütleli oluşturmaktadır. Örnek kütleinin belirlenmesinde; %5 önem seviyesinde ve %5 hata payı ile 100.000'den büyük ana kütleler için örnek kütleinin en az 398 olması gerektiğini öngören Yemane'nin kriteri baz alınmıştır²¹⁹. Örnek kütleinin ana kütleli temsil oranı %0014 (on binde on dört)'tür. Örneklemin ana kütleli temsildeki gücü, 1987 yılında DİE tarafından yapılan ve tüm ülkeyi kapsayan Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi'nin 2.200 hanehalkına, 1994 yılında yine DİE tarafından yapılan Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi'nin ise 2.188 hanehalkına uygulandığı dikkate alındığında açıkça ortaya çıkmaktadır.

Araştırma verilerinin güvenilirliğini artırmak amacıyla, hanehalkları demografik özelliklerine göre mümkün olduğunca ayrıntılı olarak ana ve alt gruplara ayrılmış ve her ana ve alt kategori için belirlenen asgari kotasyonların doldurulmasında azami titizlik gösterilmek suretiyle, örneklemin ana kütleli en iyi şekilde temsil etmesine ve verilerin gerçeğe yakın olmasına gayret edilmiştir.

2.1.3.2 Örneklem Kümesinin Demografik Özellikleri

Anket uygulanan örneklem kümesinin detaylı bilgileri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

²¹⁹ Toro Yamane, *Statistics, An Introductory Analysis*, New York: Harper&Row, 1967, s.886.

Tablo 1: Demografik Özelliklerine Göre Kır-Kent Ayrımında Hanehalklarının Dağılımı

DEMOGRAFİK ÖZELLİK		KIR		KENT		TOPLAM		
		Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	
İkamet Edilen Yerleşim Birimi	Nüfusu 2.000'den az	34	30.63	-	-	-	-	
	2.001-10.000 arası	39	35.13	-	-	-	-	
a.Nüfusa Göre (Kır)	10.001-20.000 arası	38	34,23	-	-	-	-	
	b.Mahallenin Zenginlik Durumuna Göre (Kent)	Fakir Mahalle	-	-	39	13.49	-	-
		Orta Halli Mahalle	-	-	191	66.09	-	-
	Zengin Mahalle	-	-	59	20.41	-	-	
Toplam		111	27.75	289	72,25	400	100	
HHR Cinsiyetine göre	Erkek	109	98.20	281	97.23	390	97.50	
	Kadın	2	1.18	8	2.76	10	2.50	
HHR Yaşına Göre	18-35	34	30.63	102	35.42	136	34.00	
	36-50	49	44.14	153	53.13	202	50.50	
	51-65	24	20.72	28	9.72	52	13.00	
	66+	5	4.50	5	1.17	10	2.50	
HHR Mesleğine Göre	İşçi	33	29,73	123	42.56	156	39.00	
	Memur	15	13.51	72	24.91	87	21.75	
	Esnaf ve Zanaatkar	14	12.61	30	10.38	44	11.00	
	S.Meslek/Tüccar-Sanayici	5	4.50	32	11.07	37	9.25	
	Çiftçi	25	22.52	1	0.003	26	6.50	
	İşsiz	-	0.00	4	1.38	4	1.00	
	Emekli	9	8.11	17	5.88	26	6.50	
	Çalışan Emekli	10	9.01	10	3.46	20	6.50	
Toplam	Ücretli	67	60.36	222	66.67	289	72.25	
	Ücret Dışı Gelirliler	44	39.64	67	33.33	111	27.75	
HHR Eğitimine Göre	İlköğretim	73	65.77	103	35.64	176	44.00	
	Lise	30	27.03	94	32.53	123	31.00	
	Fakülte/MYO	4	3.60	75	25.95	79	19.75	
	Lisansüstü	4	3.60	17	5.88	21	5.25	
Hanehalkı Büyüklüğüne Göre	2 Kişi	5	4.50	35	12.11	40	10.00	
	3-4 Kişi	55	49.55	170	58.82	225	56.25	
	5-7 Kişi	43	38.74	76	26.30	119	29.75	
	8+ Kişi	8	7.21	8	2.77	16	4.00	
	Ort.Hanehalkı Büyüklüğü	4,71	-	4.07	-	4.24	-	
Sosyal Güvenlik Mevcudiyetine Göre	S.Güvencesi Olan	79	71.17	259	89.62	338	84.50	
	S.Güvencesi Olmayan	32	28.83	30	10.38	62	15.50	
Evin Mülkiyetine Göre	Kiracı	19	17.12	119	39.93	128	33.82	
	Ev Sahibi	92	82.88	170	60.07	262	66.18	
Evin Isınma Sistemine Göre	Sobalı	97	87.39	178	61.59	275	68.75	
	Kaloriferli	9	8.11	53	18.34	62	15.50	
	Doğalgazlı/K.Kaloriferli	5	4.50	58	20.07	63	15.75	

Örneklem kümesini oluşturan hanehalklarının %27.75'i kırsal alanda, %72,25'i kentsel alanda ikamet etmektedir. Analizin daha sağlıklı olmasını sağlamak amacıyla, hanehalkları oturdukları yerleşim biriminin kır ya da kent olmasına göre tasnif edildikten başka, her iki ana kategori alt kategorilere ayrılarak anket uygulanmıştır. Ana ve alt kategorilere göre yapılan ayrımlarda, DİE'nin 2000 yılı nüfus sayımı verileri dikkate alınmıştır. Yerleşim birimine göre, kırsal alanda anket uygulanan hanehalklarının %30,63'ü nüfusu 2.000'nin altı köylerde, %35.13'ü 2.001-10.000 arası köy ve kasabalarda, %34,23'ü ise ilçelerde oturmaktadır. Kentsel alanda ise benzer ayırım, oturulan semtin niteliğine göre yapılmıştır. Oturulan semtin niteliği, alışveriş merkezlerine, okul, cami, hastane gibi sosyal tesislere yakınlığı, ulaşım kolaylıkları, ana caddeye uzaklığı, çevredeki konutların yapı kalitesi, kiraların yüksekliği gibi pek çok etken dikkate alınarak –hanehalkı reisinin beyanı ile bağlı kalınmaksızın- tesbit edilmiştir. Anketin yüzyüze yapılması bu imkânı tanımıştır. Bu ayırma göre anket uygulanan hanehalklarının %13.49'u fakir, %66.09'u orta halli, %20.41'i ise zengin mahallede ikamet etmektedir.

Örneklem kümesinin oluşturan hanehalkı reislerinin, %97.50'i erkek, %2.50'i kadındır. Yaşa göre dağılımda ise; hanehalkı reislerinin %34.00'ü 18-35, %50,50'si 36-50, %13.00'ü 51-65 ve %2.50'i 66+ yaş grubundadır.

Hanehalkı reisleri mesleklerine göre, önce 8 gruba ayrılmış, daha sonra ücretli ve ücret dışı gelir elde edenler olmak üzere iki ana gruba ayrılmıştır. Buna göre, örneklem kümesinin %39.00'u işçi, %21.75'i memur, %11.00'i esnaf ve zanaatkâr, %9.25'i serbest meslek-tüccar-sanayici, %6.50'si çiftçi, %1.00'i işsiz, %6.50'si emekli ve %6.50'si çalışan emekli ailelerinden oluşmaktadır. Toplam olarak, hanehalklarının %72,25'i ücretli, %27,75'i ücret dışı gelir elde edenlerden oluşmaktadır.

Hanehalkı reislerinin %44.00'ü ilköğretim mezunu, %31.00'i lise mezunu, %19.75'i fakülte/meslek yüksek okulu mezunu, %5.25'i ise lisansüstü eğitim mezunudur.

Hanehalkı büyüklüğüne göre, örneklem kümesinin %10.00'nu 2 kişi, %56.25'i 3-4 kişi, %29.75'i 5-7 kişi, %4.00'ü 8+ kişiden oluşan hanehalklarından

oluşmaktadır. Ortalama hanehalkı büyüklüğü, kırdaki 4.71, kentte 4.07 kişidir. Örneklemin tamamı için ortalama hanehalkı büyüklüğü 4.24 kişidir.

Örneklem kümesini oluşturan hanehalklarının %84.50'sinin sosyal güvencesi varken, %15.50'sinin herhangi bir sosyal güvencesi mevcut değildir.

İkamet edilen hanenin mülkiyetine göre, hanehalklarının %67.18'i hanehalkı üyelerine ait bir hanede ikamet etmekte, %32.82'si ise mülkiyeti başkasına ait bir evde kiracı olarak ikamet etmektedir. Bu ayrımında, lojmanda oturan ailelerden lojman kirası verenler kiracı, sadece kapıcı ve yakıt bedeli ödeyenler ev sahibi kategorisine dahil edilmiştir.

İkamet edilen hanenin ısıtma sistemine göre, oturlan hanelerin %68'75'i soba, %15.50'si kalorifer, %15.75'i doğal gaz sobası ya da kat kaloriferi ile ısınmaktadır.

2.2 ANKET SONUÇLARININ İKTİSADİ ANALİZİ

2.2.1 Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bileşimi İçindeki Paylarının Analizi

Harcama gruplarının hanehalkı bütçesi içindeki paylarının dağılımı bir ülkenin gelişmişlik düzeyinin temel göstergelerinden birisidir. Toplumsal refah düzeyinin yüksekliğinin en önemli kriteri, hanehalkı bütçesi içinde başta gıda harcamaları olmak üzere, zorunlu mal grupları için ayrılan payların düşük olmasıdır. Kocaeli İli hanehalkı tüketim harcamalarını mümkün olduğunca detaylı bir biçimde analiz etmeyi amaç edinen bu çalışmada, hanehalkı tüketim bütçesi içinde harcama gruplarının paylarını bütün yönleriyle ele alabilmek amacıyla, öncelikle kır kent ayrımında olmak üzere 6 ayrı grup altında veriler derlenmiş ve analiz edilmiştir. Gerçeğin en iyi şekilde ortaya konulabilmesi amacıyla, sadece harcama gruplarının hanehalkı bütçesi içindeki payları değil, reel tüketim bileşimi içindeki payları da hesaplanmıştır. Böylece kentten kıra doğru gidildikçe artan oranlarda ortaya çıkan öz tüketim ile kentte alt gelir gruplarında varlığını sürdüren yardım ve hibeler de dikkate alınarak, yorumların daha kapsamlı olması amaç edinilmiştir.

Harcama gruplarının tüketim bütçesi ve reel tüketim bileşimi içindeki payları, kır, kent ve ana evren (Kocaeli) için gelir gruplarına göre hazırlanan tablolarla yardımcıyla izah edilmiştir.

2.2.1.1 Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Tüketim Bütçesi İçindeki Payları

Uygulanan ankette 10 ayrı ana başlık altında tasnif edilen harcama gruplarının hanehalkı bütçesi içindeki payları, çalışmanın başlığına uygun olarak oturulan yerleşim biriminin niteliğine göre, gelir gruplarına göre hesaplanmıştır. Böylece ikamet edilen yerleşim biriminin, aynı gelir gruplarında yer alan hanehalklarının tüketim bileşimi içinde farklı tüketim harcaması gruplarının nisbi ağırlığı üzerinde etkili olup olmadığı da ortaya konulmuştur.

Tablo 2: Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları

HARCAMA GRUPLARI	KIR			KENT			
	0-500	500-1.000	1.000-2.500	0-500	500-1.000	1.000-2.500	2.500-5.000
I.GIDA	44.02	41.69	34.66	46.76	39.40	33.65	29.83
A.Zorunlu Mallar	33.02	30.30	25.64	38.89	32.26	24.89	20.75
B.Keyfi Mallar	11.00	11.40	9.02	7.77	7.18	8.76	9.07
II.ISITMA ve AYDINLATMA	8.53	8.58	8.14	10.53	9.90	7.03	5.67
III.GİYİM	3.02	5.02	5.04	3.50	5.09	6.13	7.69
IV.DAYANIKLI MALLAR	0.66	3.26	4.41	0.95	2.71	5.15	4.59
V.KİRA ve EV BAKIMI	16.54	13.21	11.05	19.18	14.85	11.66	8.41
Kira	16.22	12.71	10.12	18.56	14.03	10.08	8.05
VI.TEMİZLİK-SAĞLIK ve BEBEK BAKIMI	11.78	11.00	8.95	9.18	10.55	10.21	10.33
VII.KÜLTÜR-EĞİTİM ve EĞLENCE	0.34	2.48	3.55	1.26	2.51	5.28	4.89
VIII.HABERLEŞME ve ULAŞIM	10.54	8.65	13.85	5.67	9.15	12.24	15.98
IX.KONUT ve OTOMOBİL SATIN ALIMI, BÜYÜK ONARIM	1.43	1.43	5.40	0.93	1.93	4.28	4.79
X.DİĞER HARCAMALAR	3.14	4.68	4.95	2.05	3.87	4.38	6.82

Kır-kent ayrımında tüketim harcaması gruplarının hanehalkı bütçesi içindeki payları, karşılaştırmanın anlamlı ve fonksiyonel olabilmesi için, yerleşim biriminin alt kategorileri yerine, gelir gruplarına göre tasnif edilmiş ve yorumlanmıştır. Hanehalkları, kır-kent ayrımında, elde ettikleri gelirlerine göre, 0-500 Milyon TL,

500-1.000 Milyon TL, 1.000-2.500 Milyon TL ve 2.500-5.000 Milyon TL olmak üzere dört alt kategoriye ayrılmıştır²²⁰.

Kocaeli İlinde, gerek kent gerekse kırsal alandaki bütün gelir grubu kategorileri için hanehalkı tüketim bütçesi içinde en büyük pay, gıda harcamalarına aittir. Kırsal alanda, gıda harcamalarının nisbi payı, en düşük gelir grubundan en yükseğe doğru, sırasıyla %44.02, %41.69, %34.66'dır. Kentsel alanda ise sırasıyla, %46.76, %39.40, %33.65 ve %29.83'tür. Her iki grupta da hanehalkı geliri yükseldikçe, teorik beklentilere uygun olarak, gıda harcamalarının nisbi büyüklüğü azalmaktadır. Gıda harcamalarının nisbi payı, düşük gelir gruplarında kırsal kentten daha düşüktür. Aslında aradaki farkın daha yüksek olması beklenmekle birlikte, kentsel alanda büyük alışveriş merkezlerinin varlığı, aynı mallar için kırsal göre daha düşük bedel ödenmesine imkân tanımaktadır. Yine kırsal oturan hanehalklarının önemli bir kısmı bakkaldan veresiye alışveriş yaptığından artan maliyete katlanmak zorundadır. Kırsal oturan hanehalklarının %31'i genellikle veresiye alışveriş yaptığını beyan ederken, kentte bu oran %12'dir.

Kırsal alanda, ısınma ve aydınlatma giderlerinin payı hemen hemen bütün gelir gruplarında aynıdır. Gelir arttıkça bu harcama grubuna ayrılan payın düşmemesinin altındaki temel neden, kırsal alanda özellikle düşük gelirli hanehalklarının kışlık yakıt ihtiyaçlarını çok büyük oranda öz tüketimle karşılamalarıdır. Ayrıca bu durumun diğer nedeni, gelir arttıkça kullanılan yakıtın cinsinin değişmesidir. Kırsal alanda ısıtma ve aydınlatma giderlerinin üç gelir grubu için nisbi payları sırasıyla, %8.53, %8.58, %8.14'dür. Kentsel alanda normal beklentiye uygun olarak bu harcama grubunun nisbi ağırlığı gelir arttıkça düşmektedir. Dört gelir grubu için nisbi paylar sırasıyla, %10.53, %9.90, %7.03 ve %5.67'dir. Yine Kocaeli'nin köylerinden kente gelen hanehalklarının bir kısmı (özellikle düşük gelir grubundakiler), yakıt olarak köyden getirmiş oldukları odunları kullanmakta sadece kesme ve taşıma masrafına katlanmaktadırlar. Kocaeli'nde gıdadan sonra öz tüketimin en yaygın olduğu ikinci grup ısıtma harcamalarıdır.

²²⁰Kırsal kesimde, kente göre gelir seviyesi düşük olduğundan, örneklem kümesinde de 2.500-5.000 Milyon TL arası gelir seviyesinde az sayıda hanehalkı mevcuttur. Bu nedenle, karşılaştırmanın daha sağlıklı olması amacıyla, kırsal kesim için bu gelir grubunun nisbi payları, tablolarda gösterilmemiştir.

Aslında bu tip hanehalklarının önemli bir kısmı kentte yaşamakla birlikte kırsal irtibatını sürdürmektedir. Kocaeli İlinin coğrafi yapısı bu durumun süreklilik kazanmasını kolaylaştıran bir etkidir. Bu nedenle bu harcama grubuna ait verilerin nisbi ağırlıkları karşılaştırılırken bu durumun dikkate alınması gerekir. Bu harcama grubunda, kırsal alanda nisbi ağırlığın hemen hemen aynı kalmasına rağmen, kentte ciddi oranda düşmesi, kullanılan yakıtın cinsi ve ısıtma sisteminin merkezi olup olmaması ile ilgilidir. Kentte tüpgaz yerine doğal gaz kullanılması ve üst gelir gruplarının tercih ettiği toplu konut bölgelerinin genellikle merkezi ısıtma sistemi ile ısıtılmaları maliyetleri düşürmektedir.

Giyim harcamalarının nisbi payı, her iki ana kategoride de gelir arttıkça yükselmektedir. Kentsel alanda giyim harcamaların nisbi payı aynı gelir grupları için kırsal alandan bir miktar daha yüksektir. Gelir düzeyi yükseldikçe giyim harcamalarının nisbi payının yükselmesi, giyim ürünlerinin kalitesinin artması ve markaya yönelme ile izah edilebilir. Kırsal gelir gruplarına göre giyim harcamalarının hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payı sırasıyla, %3.02, %5.02 ve %5.04 iken kentte aynı oranlar sırasıyla, %3.50, %5.09, 6.13 ve %7.69'dur.

Dayanıklı mallar için yapılan harcamaların nisbi payı gelirle birlikte yükselmekte ancak belirli bir seviyeden sonra bu artış hızı yavaşlamaktadır. Her iki grubun en alt gelir diliminde de nisbi payların çok düşük olması, aslında bu payın yeni dayanıklı malların alımından çok tamir ve zorunlu yenileme masraflarına ait olduğunu ima etmektedir. Sırasıyla gelir grubuna göre, dayanıklı mallar için yapılan harcamalarının nisbi payı, kırsal %0.66, %3.26, %4.41'dir. Kentte ise bu pay, sırasıyla %0.95, %2.71, %5.15 ve 4.59'dur.

Kira ve ev bakımı ile ilgili harcamaların nisbi payı hesaplanırken, kendi evlerinde kira vermeden oturanların tahmini kira bedeli hem harcama hem de gelirlerine ilave edilmiştir. Kira ve ev bakımının payları incelenirken iki önemli nokta dikkate alınmalıdır: Birincisi; 17 Ağustos 1999 depremi kiraların hanehalkı bütçesi içindeki payını ciddi manada düşürmüştür. Bunun nedeni, kentin muhtelif alanlarında kurulan prefabrike konutlarda kirasız oturulması, ikincisi depremde evleri hasar gören yurttaşlar için yapılan kalıcı konutların konut stokunu önemli miktarda artırmasıdır. Aynı dönemde belediyeler tarafından yapımına başlanan Yuvam,

İlimtepe ve Arslanbey toplu konutların bitim aşamasına gelmesi de kiraların artışını engelleyen diğer bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine depremde ağır hasar gören kampüsünü terketmek zorunda kalan Kocaeli Üniversitesi'nin hemen hemen her beldede birer kampüs kurması kırsal alanda kiraların kentten yüksek olmasına neden olmuştur. Bu nedenle normal eğilim olan, kentsel alana yaklaştıkça kiraların yükselmesi yerine, kampüslere yaklaştıkça kiraların yükselmesi olgusuyla karşılaşılmaktadır. Kocaeli ilinde, kent merkezine göre konut kalitesi hayli düşük olmasına rağmen kiraların en yüksek olduğu yerleşim birimi Hereke'dir. Ortalama olarak, Hereke'deki bir evin kirası İzmit merkezdeki muadillerinden iki-üç kat fazladır. Benzer bir durum ilde kır kavramına en çok uyan Kandıra'da ortaya çıkmaktadır. Kandıra'daki ev kiraları da yaklaşık olarak kent merkezinin iki katıdır. Okulların bulunduğu beldelede, kiraların yüksekliği öğrencilerin bir kısmını tek vasıta ile ulaşılabilen köylerde oturmak zorunda bırakmıştır. Bu nedenle bazı köylerde kiralar kent merkezinden daha yüksektir.

Kırsal alanda gelir gruplarına göre, kira ve ev bakımı harcamalarının nisbi payı, en düşük gelir grubundan en yükseğe doğru sırasıyla, %16.54, %13.21, %11.05'dir. Kentte ise, sırasıyla %19.18, %14.85, %11.66 ve %8.41'dir. Düşük gelir gruplarından yüksek gelir gruplarına doğru nisbeten ılımlı bir düşüş vardır. Bu düşüşün ılımlı olmasının nedeni, gelir düştükçe hanhalklarının evlerinin bakımını yapamamaları, boya ve badanayı kendilerinin düşük kaliteli malzemeler kullanarak yapmalarından kaynaklanmaktadır. Sadece kira bedelinin nisbi payı dikkate alındığında düşüş daha belirgin hale gelmektedir. Kira bedelinin nisbi payı ise, kırdaki sırasıyla, %16.22, %12.71, %10.12'dir. Kentte ise sırasıyla, %18.56, %14.03, %10.08 ve %8.05'tir. Kira giderlerinin gelir yükseldikçe harcama bütçesi içindeki payının düşmesi, Scwabe Kanunu'nu da teyit etmektedir.

Temizlik sağlık ve bebek bakımı harcamalarının hanhalkı bütçesi içindeki payı, kırdaki gelir arttıkça düşerken, kentte hemen hemen aynı kalmaktadır. Kırdaki gelir gruplarına göre bu harcama grubunun nisbi payı sırasıyla, %11.78, %11.00, %8.95'dir. Kentte ise bu oranlar, sırasıyla, %9.18, %10.55, %10.21 ve 10.33'tür.

Kültür-egitim ve eğlence harcamalarının payı ise, teorik beklentiye uygun olarak, gelir arttıkça yükselmektedir. Ancak bu kategoriye ait harcamaların önemli

bir kısmı hanehalkında öğrenci bulunup bulunmaması ile ilgilidir. Özellikle alt gelir gruplarında bu harcamaların varlığının nedeni, hanehalkında öğrenci bulunmasıdır. Bu husus dikkate alınmak suretiyle, bu harcama grubunun nisbi payı kırdaki sırasıyla, %0.34, %2.48, %3.55'dir. Kentte ise, sırasıyla, %1.26, %2.51, %5.28 ve 4.89'dur. Kentte oturanların nisbi payları kırdan daha yüksektir. Aslında bu harcama grubunda kır ve kent arasındaki farkın daha belirgin olması beklenirdi. Ancak özellikle kültürel ihtiyaçların önemli bir kısmının kentte karşılanıyor olması ve köyde oturan hanehalklarının çocuklarının bir kısmının kentteki okullara devam etmesi, kırdaki oturanlar için ciddi ek maliyetler doğurmaktadır. Bu nedenle nisbi paylar birbirine yakın çıkmaktadır.

Haberleşme ve ulaşım giderlerinin tüketici bütçesi içindeki payı, genel bir eğilim olarak, gelir düzeyi yükseldikçe artmaktadır. Kırdaki gelir gruplarına göre bu harcama grubunun nisbi payı, sırasıyla, %10.54, %8.65, %13.85'dir. Kentte ise bu oranlar sırasıyla, %5.67, %9.15, %12.24 ve 15.98'dir. Bu harcama grubunun nisbi payının kırdaki daha yüksek olması, Kocaeli İlının coğrafi yapısından kaynaklanmaktadır. Kırsal alandaki bütün yerleşim birimlerinin kent merkezine yakın olması nedeniyle, kentte istihdam edilen nüfusun bir kısmı kırsal alanda ikamet etmektedir. Bu durum, bu tip çalışanlar için ulaşım giderlerini artıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, kent merkezinde ikamet eden işçiler genel olarak işverenlerin tahsis ettiği servis araçlarını kullanmakta iken, kırsal alandakiler bu imkândan mahrum kalmaktadırlar. Yine gelir seviyesi yükseldikçe otomobil kullanımının artması, şehre uzaklık arttıkça özellikle yakıt masraflarını artırmaktadır. Haberleşme ve ulaşım giderlerinin tüketici bütçesi içinde yüksek gelir gruplarında gıda harcamalarından sonra ikinci büyük kategori olmasının bir diğer nedeni ise, yerleşim merkezlerinin körfezin iki yakası boyunca oldukça uzun bir sahil şeridinde yerleşmiş olması ve deprem sonrası yapılan kalıcı konutların tamamından kent merkezine en az bir vasıta ile ulaşıyor olmasıdır. Yine, Kocaeli'nde toplu taşıma hizmetleri sektöründeki monopollerin denetimsiz kalmasının da etkisiyle, Türkiye'nin en pahalı şehir içi ulaşım ücretleri Kocaeli'nde uygulanmaktadır. Örneğin, Körfez ilçesinde ulaşım ücretlerine 2002 yılı başında %42.86, 2003 yılı başında %50 zam yapılmıştır. Bu oranlar hem gerçekleşen enflasyon oranlarının hem de memur maaş artış oranlarının çok üzerindedir. Bu ilçede uygulanan ücret tarifesi

İstanbul'dakinden %50 daha yüksektir. İstanbul'da Akbil kullanımı dikkate alındığında şehir içi ulaşım yaklaşık olarak iki kat daha pahalıdır. Yine büyük şehir belediyesi sınırları dışındaki bazı ilçelerde üniversite öğrencilerine ulaşım hizmetlerinde indirim uygulanmaması da hanehalkı bütçesi içinde ulaşım giderlerinin payını artıran özel bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Netice itibariyle, Kocaeli'nde toplu taşıma hizmetlerindeki karmaşık ve başı bozuk yapı, kısa mesafeli aynı hat üzerinde çalışan pek çok monopolün aynı anda varlığı, ulaşım hizmetlerinin etkin yönetilen ve denetlenen bir kamu iştiraki tarafından yürütülmesine göre, hem hizmet kalitesini düşürmekte hem de ücretleri yükselterek, ulaşımın hanehalkı harcama bütçesi içindeki payını artırmaktadır.

Konut, otomobil satın alımı ve büyük onarım için yapılan harcamalar gelir düzeyinden çok hanehalkının içinde bulunduğu yaşam dönemi ile ilgilidir. Bununla birlikte, yüklü miktarda ödeme yapmayı gerektiren bu harcama grubunun nisbi olarak bütün gelir gruplarında oldukça düşük bir paya sahip olmasını 17 Ağustos depremi sonrası inşaat sektöründe yaşanan duraklama, konut stokunun daha ziyade kamu tarafından kalıcı konutlar vasıtasıyla artırılması ve geri ödemelerin henüz başlamamış olması ile izah etmek mümkündür. Yine bu harcama grubunun ikinci alt kategorisini oluşturan otomobil satın alımının yüksek faiz oranları nedeniyle düşük olması da harcamaları azaltan bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira, büyük meblağlar tutan bu tip harcamalar için toplam miktar kadar uygun ödeme koşulları ve uygulanan faiz oranları etkili olmaktadır.

Diğer harcama grubunun nisbi payı da genel bir eğilim olarak gelir düzeyi yükseldikçe artmaktadır. Bu harcama grubunun nisbi payları sırasıyla, kırdaki %3.14, %4.68, %4.95'tir. Kentte ise %2.05, %3.87, %4.38, ve %6.82'dir.

2.2.1.2 Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Reel Tüketim Bileşimi İçindeki Payları

Hanehalkı tüketim harcamalarını kır-kent ayrımında konu alan bu çalışmada, özellikle kırsal alanda öz tüketimin yaygın olabileceği ön görüşü nedeniyle, öz tüketim ve hibelerle ilgili bilgileri elde etmeye yönelik sorular da yöneltilmiştir.

Öz tüketim, kırsal kesimde özellikle düşük gelir gruplarında oldukça yüksek oranlarda çıkmıştır. Gelir seviyesi yükseldikçe öz tüketim oranı düşmektedir. Öz

tüketimin toplam içindeki oranı, çiftçilikle iştigal eden hanehalklarında %26 civarındadır. Kırdaki yaşayan ailelerin bir kısmı ise sadece kendi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak küçük bir bahçede sebze ve meyve ziraati yapmakta, bazan da süt ve süt ürünleri ihtiyacını karşılamaya yönelik tek bir hayvan beslemektedir. Kırdaki olduğu gibi kentte de gelir seviyesi yükseldikçe öz tüketim oranı düşmektedir. Ancak normal olarak, kentte nisbi paylar daha düşüktür. Öz tüketim içinde en büyük pay gıda ve kişilik yakacak ihtiyacının karşılanmasında görülmüştür. Kırdaki öz tüketim ağırlıklı iken, kentte hibe ve yardımlar daha büyük nisbi ağırlığa sahiptir. Bu da gerek Kocaeli kırsalından, gerekse diğer kentlerin kırsal bölgelerinden gelen işçi ailelerinin köyle bağlantılarının devam ettiğini göstermektedir.

Tablo 3. Kır-Kent Ayrımında Harcama Gruplarının Reel Tüketim Bileşimi İçindeki Payları

HARCAMA GRUPLARI	KIR			KENT			
	0-500	501-1.000	1.001-2.500	0-500	501-1.000	1.001-2.500	2.501-5.000
I.GIDA	35.05	35.89	33.26	42.33	38.20	32.87	29.18
A.Zorunlu Mallar	26.29	26.08	24.60	35.30	31.24	24.31	20.30
B.Keyfi Mallar	8.76	9.81	8.66	7.04	6.96	8.56	8.88
II.ISITMA ve AYDINLATMA	6.79	7.39	7.81	9.54	9.58	6.87	5.54
III.GİYİM	2.41	4.32	4.84	3.17	4.93	5.99	7.52
IV.DAYANIKLI MALLAR	0.52	2.81	4.23	0.86	2.63	5.03	4.49
V.KİRA ve EV BAKIMI	13.17	11.37	10.60	17.36	14.38	11.39	8.22
Kira	12.91	10.94	9.71	16.80	13.59	9.85	7.87
VI.TEMİZLİK-SAĞLIK ve BEBEK BAKIMI	9.38	9.47	8.58	8.31	10.21	9.98	10.10
VII.KÜLTÜR-EĞİTİM ve EĞLENCE	0.27	2.14	3.41	1.14	2.43	5.16	4.79
VIII.HABERLEŞME ve ULAŞIM	8.39	7.45	13.29	5.14	8.86	11.96	15.63
IX.KONUT ve OTOMOBİL SATIN ALIMI, BÜYÜK ONARIM	1.14	1.23	5.19	0.84	1.87	4.18	5.66
X.DİĞER HARCAMALAR	2.50	4.03	4.75	1.85	3.75	4.27	6.67
XI.ÖZTÜKETİM	18.39	11.77	2.95	2.10	1.18	0.39	0.84
XII.HİBE VE YARDIMLAR	2.01	2.14	1.08	7.36	1.99	1.93	1.35

Gelir gruplarına göre tüketim harcaması gruplarının reel tüketim bileşimi içindeki payları:

Gıda harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki payı, kırdan en düşük gelir grubundan en yükseğe doğru sırasıyla, %35.05, %35.89, %33.26'dır. Nisbi paylardaki bu yakınlık ancak öz tüketimle birlikte ele alındığında anlamlıdır. Aynı grupların öz tüketimi sırasıyla %18.39, %11.17, %2.95. Öz tüketimin nisbi payının gelir yükseldikçe düşmesi gıda harcamalarının neden aynı oranlarda çıktığını açıklamaktadır. Kentte de gıda harcamalarının payı, gelir yükseldikçe düşmektedir. Bu oranlar, sırasıyla, %42.33, %38.20, %32.87 ve %29.18'dir. Alt gelir gruplarında öz tüketim ve özellikle hibeler daha yüksektir. Fakat bu katkılar hanehalkı bütçesinden karşılanmadığından gıda harcamaları, harcama bütçesinde daha küçük yer işgal etmektedir. Gerek kır gerekse kentte en ağırlıklı harcama grubu, gıda harcamalarıdır. Aynı gelir grupları için keyfi malların hanehalkı bütçesi içindeki payları kırdan daha yüksektir. Bunun nedeni kırdan hanehalkı büyüklüğünün fazla olması, tütün mamullerinin daha yaygın tüketilmesi ve kahve kültürünün hakim olmasıdır.

Isıtma ve aydınlatma giderlerinin hanehalkı bütçesi içindeki payı kırdan hanehalkı gelir seviyesi yükseldikçe yükselmektedir. Bunun nedeni düşük gelirli ailelerin ısıtma için daha çok kendi temin ettikleri odunu kullanmalarıdır. Yine gelir seviyesinin yüksek mertebelerinde kentte göre daha yüksek oranların görülmesi, kırdan varlıklı ailelerin konutlarını kentteki muadilleri gibi doğalgaz ya da merkezi ısıtma sistemi ile değil, bireysel kat kaloriferi sistemi ile ısıtmalarıdır. Kırdan ısıtma ve aydınlatma giderlerinin gelir gruplarına göre nisbi oranları, sırasıyla %6.79, %7.39 ve %7.81'dir. Kentte ise bu oranlar sırasıyla %9.54, %9.58, %6.87 ve %5.54'dür. Kentte ilk iki grupta oranlar hemen hemen aynı iken son iki grupta düşmektedir. Bu da gelir seviyesi yükseldikçe önce konutun belirli bölgelerinin ısıtılması yerine daha geniş alanlarının ısıtılması ve kullanılan yakıtın kalitesinin farklılaşmasından kaynaklanmaktadır.

Giyim harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki nisbi payı hem kırdan hem kentte gelir seviyesi yükseldikçe artmaktadır. Kentte nisbi oranlar kırdan daha yüksektir. Kırdan sırasıyla giyimin nisbi payı gelir grupları itibariyle %2.41, %4.32 ve %4.84'tür. Kentte ise bu oranlar sırasıyla %3.17, %4.93, %5.99 ve %7.52'dir.

Dayanıklı mallar için yapılan harcamaların nisbi payı da gelir seviyesi yükseldikçe artmaktadır. Gelir seviyesi yükseldikçe zorunlu ihtiyaçları için daha fazla pay ayırmak zorunda olmayan varlıklı hanehalkları, hem gelirlerinin daha büyük bir payını diğer harcamaları için ayırma fırsatına sahip olmakta hem de zorunlu ihtiyaçlarını karşılarken marka ve kaliteye önem vermektedirler. Bu nedenle giyim de olduğu gibi dayanıklı mallar için de gelir arttıkça daha fazla pay ayırmaktadırlar. Düşük gelir gruplarında oldukça düşük oranlar işgal eden dayanıklı tüketim harcamaları büyük bir ihtimalle yenileme değil, zorunlu idame masraflarından kaynaklanmaktadır. Gelir grupları itibariyle kırdaki bu harcama grubunun reel tüketim bileşimi içindeki payı, sırasıyla %0.52, %2.81 ve %4.23 iken, kentte %0.86, %2.63, %5.03 ve %4.49'dur.

Kira ve ev bakımı ile ilgili harcamalar daha önce de izah edildiği üzere Kocaeli İline özel bir durum olarak, kent ve kırdaki birbirine yakın oranlardadır. Halbuki kent merkezine doğru kayıldıkça aradaki farkın daha belirgin olması beklenirdi. Kira ve ev bakımı giderlerinin payı kırdaki sırasıyla, %13.17, %11.37 ve %10.67 iken, kentte %17.36, %14.38, %11.39 ve %8.22'dir. Mamafih, aynı gelir grupları dikkate alındığında kentte kira ve ev bakımı giderleri yine de kırdan yüksektir. Burada hatırlanması gereken bir nokta da kırdaki kira giderlerinin reel gelir hesap edilirken izafi olarak harcama bileşimine eklendiğidir. Örneklem kümesinde kırdaki oturan ailelerin sadece %16'sı kiracı iken kentte oturanların %39'u kiracıdır. Bu nedenle kira giderlerinin kentte oturan hanehalkları için daha ağır bir yük oluşturduğunu vurgulamak gerekir.

Temizlik, sağlık ve bebek bakımı giderlerinin nisbi payı kırdaki sırasıyla %9.38, %9.47 ve %8.58 iken, kentte %8.31, %10.21, %9.98 ve %10.10'dur. Bilindiği üzere, bu harcama grubunun nisbi ağırlığı hanehalkı üyelerinin sağlık durumu ve sosyal güvencelerinin varlığı ile yakinen ilgilidir. Bütün gelir gruplarında hemen hemen aynı oranların çıkması gelir seviyesi yükseldikçe faydalanılan sosyal güvenlik kurumu yanında özel sağlık kuruluşlarından yararlanma ve özel muayene tercihinden kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca gelir seviyesi yükseldikçe temizlik malzemelerinde çeşitlilik ve kaliteye yönelme bu harcamaları artıran bir unsurdur.

Kültür eğitim ve eğlence harcamalarının nisbi payı kırdaki sırasıyla %0.27, %2.14 ve %3.41 iken, kentte %1.14, %2.43, %5.16 ve %4.79'dur. Kentte bütün gelir grupları için bu harcama grubunun nisbi payları kırdan daha yüksektir. Ancak şunu özellikle vurgulamak gerekir ki, bu harcamaların çok önemli bir kısmı hanehalkında eğitim gören üyelerin varlığı ile ilgilidir. Kültürel harcamalar, kırdaki düşük gelir gruplarında neredeyse hiç yoktur. Kentte de benzer durum söz konusudur.

Haberleşme ve ulaşım harcamalarının payı ise, kırdaki sırasıyla %8.39, %7.45 ve %13.29 iken, kentte %5.14, %8.86, %11.96 ve %15.63'tür.

Konut ve otomobil satın alımı ve büyük onarım için yapılan harcamaların reel tüketim bileşimi içindeki payı gelir seviyesi yükseldikçe artmaktadır. Kırdaki bu harcama grubunun oranı sırasıyla, %1.14, %1.23 ve %5.19 iken, kentte %0.84, %1.87, %4.18 ve %5.66'dır.

Diğer harcamaların payı kırdaki sırasıyla, %2.50, %4.03 ve %4.75 iken, kentte %1.85, %3.75, %4.27 ve %6.67'dir.

Öz tüketimin payı kırdaki kente göre oldukça yüksektir. Kırdaki öz tüketimin payı gelir gruplarına göre, sırasıyla %18.39, %11.77 ve %2.95'tir. Kentte ise öz tüketimin oranı sırasıyla %2.10, %1.18, %0.39 ve %0.84'dür. Hem kent hem kırdaki düşük gelir gruplarında öz tüketimin oranı daha yüksektir. Öz tüketimin en ağırlıklı olduğu iki tüketim grubu; yakıt (ısıtma) ve gıdadır.

Hibe ve yardımların reel tüketim bileşimi içindeki payı, kırdaki sırasıyla %2.01, %2.14 ve %1.08'dir. Kentte ise, sırasıyla %7.36, %1.99, %1.93 ve %1.35'tir. Burada dikkat çeken önemli bir nokta, kentte en düşük gelir grubunun dış destekle, özellikle köyündeki akrabalarından gelen destekle ayakta kaldığı gerçeğidir. Kentte en alt gelir grubunda hibe ve yardımların payı kırdan oldukça yüksektir.

2.1.2.3 Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları

Kocaeli ilinin tamamı için hazırlanan aşağıdaki tabloda, harcama gruplarının nisbi payı dört ayrı gelir grubu ile kır ve kent ana grupları için hesaplanmıştır. Bundan amaç ana evrenin tamamı için harcama gruplarının hanehalkı tüketim harcamaları içindeki payını analiz etmektir.

Tablo 4: Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları

HARCAMA GRUPLARI	KOCAELİ				KIR-KENT		
	0-500	501-1.000	1.001-2.500	2.501-5.000	KIR	KENT	KOCAELİ
I.GIDA	45.71	40.13	33.86	30.21	37.77	35.11	35.74
A.Zorunlu Mallar	36.70	31.67	25.05	20.84	27.62	26.75	26.95
B.Keyfi Mallar	9.01	8.46	8.82	9.37	10.15	8.36	8.78
II.ISITMA ve AYDINLATMA	9.76	9.50	7.27	5.98	8.34	7.72	7.86
III.GİYİM	3.32	5.07	5.90	7.55	4.96	5.96	5.73
IV.DAYANIKLI MALLAR	0.83	2.88	4.99	4.58	3.74	4.32	4.18
V.KİRA ve EV BAKIMI	18.17	14.35	11.13	8.63	12.17	12.34	12.30
Kira	17.66	13.63	10.09	8.07	11.38	11.13	11.19
VI.TEMİZLİK-SAĞLIK ve BEBEK BAKIMI	10.17	10.68	9.94	9.93	9.77	10.28	10.16
VII.KÜLTÜR-EĞİTİM ve EĞLENCE	0.91	2.50	4.91	5.01	3.06	4.36	4.08
VIII.HABERLEŞME ve ULAŞIM	7.54	9.00	12.58	16.67	12.16	11.68	11.79
IX.KONUT ve OTOMOBİL SATIN ALIMI, BÜYÜK ONARIM	1.12	1.78	4.52	5.13	3.42	3.75	3.67
X.DİĞER HARCAMALAR	2.47	4.11	4.50	6.32	4.60	4.46	4.49

Gıda harcamaları bütün gelir grupları için en büyük harcama kalemini oluşturmaktadır. En alt gelir grubunun toplam harcamaları içinde gıdanın payı %45.71'dir. Diğer gelir grupları için sırasıyla, %40.13, %33.86 ve %30.21'dir. Gıda harcamalarının toplam harcamalar içindeki payı, kırdaki %37.77, kentte %35.11 ve Kocaeli'nde %35.74'tür.

Isıtma ve aydınlatma giderlerinin hanehalkı harcama bütçesi içindeki payı gelir seviyesi yükseldikçe düşmektedir. En düşük gelir grubundan en yükseğe doğru gidildiğinde bu harcama grubunun payı, %9.76, %9.50, %7.27 ve %5.98'dir. Toplam harcamalar içinde ısıtma ve aydınlatma giderlerinin payı kırdaki %8.34, kentte %7.72 ve Kocaeli'nde %7.86'dır.

Giyim harcamalarının payı ise gelir seviyesi yükseldikçe artmaktadır. Bu harcama grubunun nisbi payı, gelir gruplarına göre sırasıyla, %3.32, %5.07, %5.90 ve %7.55'tir. Toplam harcamalar içinde giyim payı kırdaki %4.96, kentte %5.96 ve Kocaeli'nde %5.73'tür.

Dayanıklı mallar için yapılan harcamaların payı da gelir seviyesi birlikte yükselmekte ancak belirli bir seviyeden sonra azalmaktadır. Sırasıyla bu oranlar, gelir gruplarına göre, %0.83, %2.88, %4.99 ve %4.58, kırdada %3.74, kentte %4.32 ve Kocaeli'nde %4.18'dir.

Kira ve ev bakımı giderlerinin toplam harcamalar içindeki payı gelir seviyesi yükseldikçe düşmektedir. Bu harcama grubunun payı gelir gruplarına göre sırasıyla %18.17, %14.35, %11.13 ve %8.63, kırdada %12.17, kentte %12.34 ve Kocaeli'nde %12.30'dur.

Temizlik, sağlık ve bebek bakımı harcamalarının payı ise kırdada %9.77, kentte %10.28, Kocaeli'nde %10.16'dır. Gelir gruplarına göre sırasıyla %10.17, %10.68, %9.94 ve %9.93'tür.

Kültür eğitim ve eğlence harcamalarının toplam içindeki payı gelir seviyesi yükseldikçe artmaktadır. Gelir gruplarına göre sırasıyla %0.91, %2.50, %4.91, %5.01, kırdada %3.06, kentte %4.36 ve Kocaeli'nde %4.08'dir. Bu harcama grubunun nisbi payı kentte kira göre daha yüksektir.

Haberleşme ve ulaşım harcamalarının toplam içindeki payı gelir seviyesi ile birlikte artmaktadır. Gelir gruplarına göre bu harcama grubunun payı sırasıyla, %7.54, %9.00, %12.58, %16.67'dir. Bu paylar, kırdada %12.16 iken kentte %11.68 ve Kocaeli'nde %11.79'dur.

Konut ve otomobil satın alımı harcamalarının toplam içindeki payı gelir gruplarına göre sırasıyla %1.12, %1.78, %4.52 ve %5.13, kırdada %3.42, kentte %3.75 ve Kocaeli'nde %3.67'dir. Bu harcama grubunun toplam harcamalar içindeki payı da gelir seviyesi ile birlikte yükselmektedir.

Diğer harcamaların toplam harcamalar içindeki payı da gelir seviyesi ile birlikte yükselmektedir. Gelir gruplarına göre sırasıyla, %2.47, %4.11, %4.50 ve %6.32, kırdada %4.60, kentte %4.46 ve Kocaeli'nde %4.49'dur.

2.1.2.4 Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Reel Tüketim Bileşimi İçindeki Payları

Kocaeli'nde yaşayan hanehalklarının harcama gruplarının reel tüketim bileşimi içindeki payları, öz tüketim, yardım ve hibeleri de içerdiğinden tüketim

açısından daha anlamlıdır. Ülkemizin en gelişmiş sanayi kenti olmasına rağmen, kimi kırsal özelliklerin varlığını sürdürmesi ve işçi kesiminin yadsınamayacak bir kısmının köyleriyle bağlantısının devam etmesi gerçeği bu tablodaki oranların tüketim açısından daha fonksiyonel olmasını sağlamaktadır.

Tablo 5: Kocaeli İlinde Harcama Gruplarının Hanehalkı Tüketim Bütçesi İçindeki Payları

HARCAMA GRUPLARI	KOCAELİ				KIR-KENT		
	0-500	501-1.000	1.001-2.500	2.501-5.000	KIR	KENT	KOCAELİ
I.GIDA	39.32	37.44	32.95	29.59	34.39	34.14	34.20
A.Zorunlu Mallar	31.57	29.55	24.97	20.41	25.15	26.00	25.79
B.Keyfi Mallar	7.75	7.89	8.58	9.18	9.24	8.13	8.40
II.ISITMA ve AYDINLATMA	8.40	8.86	7.07	5.86	7.59	7.50	7.52
III.GİYİM	2.85	4.73	5.74	7.40	4.52	5.80	5.48
IV.DAYANIKLI MALLAR	0.72	2.69	4.85	4.49	3.40	4.20	4.00
V.KİRA ve EV BAKIMI	15.63	13.39	11.22	8.45	11.08	11.99	11.77
Kira	15.19	12.72	9.82	7.90	10.36	10.82	10.71
VI.TEMİZLİK-SAĞLIK ve BEBEK BAKIMI	8.75	9.97	9.68	9.72	8.90	9.99	9.72
VII.KÜLTÜR-EĞİTİM ve EĞLENCE	0.78	2.34	4.78	4.90	2.79	4.27	3.90
VIII.HABERLEŞME ve ULAŞIM	6.49	8.40	12.24	16.33	11.07	11.35	11.28
IX. KONUT ve OTOMOBİL SATIN ALIMI, BÜYÜK ONARIM	0.96	1.66	4.40	5.02	3.12	3.65	3.52
X.DİĞER HARCAMALAR	2.12	3.84	4.38	6.19	4.19	4.37	4.30
XI.ÖZTÜKETİM	8.84	4.65	0.94	0.86	7.44	0.71	2.37
XII.HİBE VE YARDIMLAR	5.14	2.04	1.75	1.20	1.51	2.08	1.94

Gıda harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki nisbi payı, gelir gruplarına göre, sırasıyla %39.32, %37.44, %32.95 ve %29.59'dur. Gelir seviyesi yükseldikçe gıda harcamalarının payı düşmektedir. Zorunlu gıda harcamalarının payı genel eğilime uygun olarak, gelire ters orantılı olarak düşerken, keyfi malların payı gelire doğru orantılı olarak artmaktadır. Zorunlu gıda harcamalarının payı sırasıyla %31.57, %29.55, %24.97 ve %20.41'dir. Keyfi malların payı ise, %7.75, %7.89, %8.58 ve %9.18'dir. Gıda harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki payı kır ve kentte hemen hemen aynıdır. Kırdaki zorunlu malların oranı bir miktar düşükken, kentte keyfi malların oranı düşüktür. Ortalama olarak gıda harcamalarının payı, kırdaki %34.39, kentte %34.14 ve Kocaeli ilinin tamamında %34.20'dir. Zorunlu gıda harcamalarının

payı kırdada %25.15, kentte %26.00 ve keyfi gıda harcamalarının payı kırdada %9.24 iken kentte %8.13'tür.

Isıtma ve aydınlatma harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki nisbi payı gelir gruplarına göre sırasıyla %8.40, %8.86, %7.07 ve %5.86, kırdada %7.59, kentte %7.50, Kocaeli'nde %7.52'dir. Isıtma ve aydınlatma giderlerinin nisbi payı önce gelirle birlikte artarken, daha sonra azalmaktadır.

Giyim harcamalarının payı da gelirle doğru orantılı olarak artmaktadır. Gelir gruplarına göre sırasıyla %2.85, %4.73, %5.74 ve %7.40, kırdada %4.52, kentte %5.80 ve Kocaeli'nde %5.48 nisbi paya sahiptir. Giyim harcamalarının payı kentte kırdadan daha yüksektir.

Dayanıklı mal satın alımlarının reel tüketim bileşimi içindeki payı önce gelirle birlikte artmakta daha sonra azalmaktadır. Gelir gruplarına göre sırasıyla %0.72, %2.69, %4.85 ve %4.49, kırdada %3.40, kentte %4.20 ve Kocaeli'nde %4.00 nisbi paya sahiptir. Dayanıklı mal satın alımları için yapılan harcamalarının payı da kentte kırdadan daha yüksektir.

Kira ve ev bakımı için yapılan harcamaların reel tüketim bileşimi içindeki payı gelir arttıkça azalmaktadır. Bu harcama grubunda kırdada kent arasında belirgin bir farklılık yoktur. Gelir gruplarına göre, sırasıyla %15.63, %13.39, %11.22 ve %8.45, kırdada %11.08, kentte %11.99 ve Kocaeli'nde %11.77 nisbi paya sahiptir.

Temizlik, sağlık ve bebek bakımı harcamalarının nisbi payı gelir gruplarına göre sırasıyla, %8.75, %9.97, %9.68 ve %9.72, kırdada %8.90 kentte %9.99, Kocaeli'nde %9.72'dir. Bu harcama grubunun nisbi ağırlığı, bütün gelir gruplarında birbirine yakındır.

Kültür eğitim ve eğlence harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki payı gelir seviyesi ile birlikte yükselmektedir. Gelir gruplarına göre sırasıyla kültür eğitim ve eğlence harcamalarının payı, %0.78, %2.34, %4.78 ve %4.90, kırdada %2.79, kentte %4.27 ve Kocaeli'nde %3.90'dır. Bu harcama grubunun payı normal beklentilere uygun olarak kentte kırdadan %65 daha yüksektir. Alt gelir gruplarında bu harcama grubunun varlığı, büyük bir ihtimalle hanehalkındaki öğrencilerin asgari eğitim giderlerinden kaynaklanmaktadır.

Haberleşme ve ulaşım giderlerinin reel tüketim bileşimi içindeki payı da gelir seviyesi ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Bu harcama grubunun gelir gruplarına göre payı, sırasıyla %6.49, %8.40, %12.24 ve %16.33, kırdan %11.07, kentte %11.35 ve Kocaeli’nde %11.28’dir. Gelir seviyesi yükseldikçe haberleşme ve ulaşım harcamalarının payının artması, gelir arttıkça kullanılan ulaşım araçlarının farklılaşması, toplu taşıma araçlarından diğer ulaşım imkânlarına kayılması ve özel otomobil kullanımının ağırlık kazanması ve kullanılan otomobilin kalite ve kullanım sıklığının farklılaşması gibi etkenlere bağlıdır. Ayrıca telekom hizmetlerinden yararlanmada gelir baskısının azalması da gelir arttıkça bu harcama grubunun payını artıran bir etkidir. Yine yüksek gelir gruplarında, tatil ve turizm amaçlı ulaşım giderlerinin varlığı da bu harcamaları artırmaktadır.

Konut, otomobil satın alımı ve büyük onarım giderlerinin reel tüketim bileşimi içindeki nisbi payı da gelir seviyesindeki artışla doğru orantılı olarak artmaktadır. Gelir gruplarına göre bu harcama grubunun payı sırasıyla, %0.96, %1.66, %4.40 ve %5.02, kırdan %3.12, kentte %3.65 ve Kocaeli’nde %3.52’dir.

Diğer harcamaların payı da gelirdeki artışla doğru orantılı olarak artmaktadır. Gelir gruplarına göre diğer harcamaların payı sırasıyla %2.12, %3.84, %4.38 ve %6.19’dur. Diğer harcamaların payı kırdan %4.19, kentte %4.37 ve Kocaeli’nde %4.30’dur.

Öz tüketimin payı gelir seviyesi yükseldikçe düşmektedir. Düşük gelir gruplarında öz tüketimin daha büyük nisbi paya sahip olması normaldir. Gelir gruplarına göre öz tüketimin payı sırasıyla, %8.84, %4.65, %0.94 ve %0.86, kırdan %7.44, kentte %0.71 ve Kocaeli’nde %2.37’dir. Öz tüketimin kırdan kentten 10,5 kat fazla olması normal olarak beklenen bir durumdur.

Hibe ve yardımların payı gelir seviyesindeki artışla ters orantılı olarak düşmektedir. Hibe ve yardımların reel tüketim bileşimi içindeki payı, gelir gruplarına göre sırasıyla, %5.14, %2.04, %1.75 ve %1.20, kırdan %1.51, kentte %2.08 ve Kocaeli’nde %1.94’tür. Hibe ve yardımların payının kentte kırdan daha yüksek olması da normal beklentileri karşılamaktadır.

Üçüncü Bölüm
KOCAELİ İLİNDE
HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARININ
EKONOMETRİK ANALİZİ

3.1 MODEL SPESİFİKASYONU

3.1.1 Tahmin Yöntemi

Kır, Kent ve Kocaeli ana evreni için tüketim fonksiyonlarının tahmininde, incelenen modeller çerçevesinde, klasik en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. Ekonometrik kriterlere göre yapılan testlerde bu yöntemin temel varsayımlarından sapmalar olup olmadığı araştırılarak, tahmin parametrelerinin başarısı değerlendirilmiştir.

3.1.2 Tahmin Edilen Matematiksel Kalıplar

Bir ekonometrik araştırmada ilk ve en önemli aşama modelin kurulmasıdır. Bu aşamada incelenen iktisadi olay, matematiksel bir kalıba sokularak ölçülebilir bir model haline getirilir. Model oluşturulurken önce incelenen olayı açıklayan değişkenler belirlenir. Daha sonra bu değişkenler arasındaki ilişkinin yönü belirlenir. En sonunda da, değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi temsil eden matematiksel kalıp seçilir. Bu aşamada, iktisat ve matematik bilgisinden ve ayrıca daha önce aynı konuda yapılan çalışmalardan yararlanır²²¹.

Ekonometrik bir araştırmada en önemli ve en zor aşama modelin kurulması aşamasıdır. Modelin kurulmasında yapılacak bir hata, en iyi tahmin yönteminin kullanılması halinde bile güvenilir sonuçlar vermeyecektir.

Araştırmanın bu aşamasında, alternatif tüketim hipotezlerinden Kocaeli İli hanehalkı tüketim davranışını en iyi açıklayan hipotezin, en uygun modelini belirlemek amacıyla, mutlak gelir, nisbi gelir ve geleceğe dönük tüketim hipotezlerinin farklı fonksiyonel formları denenerek en uygun model belirlenmiştir.

Geleceğe dönük tüketim hipotezi için sadece sürekli gelir hipotezinin orijinal modeli tahmin ve test edilmiştir. Bunun sebebi, kullanılan verilerin yatay kesit veriler

²²¹Recep Tarı, *Ekonometri*, 2.Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları, 2002, s.8.

olması nedeniyle ömür boyu gelir hipotezinin tahmini için uygun olmaması ve özünde sürekli gelir hipotezi ile ömür boyu gelir hipotezinin aynı varsayımlar üzerine bina edilmiş olmasıdır.

Yapılan tahminlerde istatistiki ve ekonometrik testlere imkân verecek biçimde, parametrelerin ve bütün olarak modellerin anlamlılığını test etmek üzere; standart hatalar (s), t değerleri, R^2 ve \bar{R}^2 değerleri, F ve Durbin-Watson değerleri hesaplanmıştır.

Farklı tüketim hipotezleri için incelenen tüketim fonksiyonunun genel şekli:

$$Y = f(X) + u \text{ biçimindedir.}$$

Regresyon tahmininde üç ayrı tüketim hipotezi için 6 değişik matematiksel kalıp kullanılmıştır. Tahmin edilen bu fonksiyonel formlar aşağıda gösterilmiştir.

Mutlak gelir hipotezi için:

a-) Doğrusal Model: $Y_i = b_0 + b_1 X_i + u_i$

b-) Logaritmik Model: $\text{Log} Y_i = b_0 + b_1 \text{log} X_i + u_i$

c-) Yarı Logaritmik Model: $Y_i = b_0 + b_1 \text{log} X_i + u_i$

d-) Parabolik Model: $Y_i = b_0 + b_1 X_i + b_2 X_i^2 + u_i$

Nisbi gelir hipotezi için: $Y_i/X_i = b_0 + b_1 X_i/Y_0$

Sürekli gelir hipotezi için: $Y = kX_p$ modelleri kullanılmıştır.

Bütün modellerde; Y:Tüketim, X:Gelir, b_0 , b_1 , b_2 ve k katsayılarıdır.

Sürekli gelir modelinin tahmin edilebilmesi için sürekli gelir ve tüketime ait verilere ihtiyaç vardır. Uygulamada bu verileri elde etmek çok zordur, bunun üç temel nedeni vardır; birincisi geleceğe dönük tüketim teorisi tüm harcamaları tüketim harcaması olarak kabul etmemektedir. Dayanıklı tüketim malları, otomobil ve konut için yapılan harcamalar, tüketicinin sermaye stokuna yapılmış ilaveler olarak kabul edilmekte, bunun yerine onlardan sağlanan hizmetlerin bedeli tüketim olarak kabul edilmektedir. İkincisi, gerek gelir gerekse tüketimin sürekli ile geçici kısmını birbirinden ayırdetmek kolay değildir. Hele hele bunları yatay kesit çalışmalarda tesbit etmek neredeyse imkânsızdır. Zira tüketicilerin çoğu bu ikisi arasında ayırım yapabilecek bilgi donanımına sahip değildir. Üçüncüsü, geleceğe dönük tüketim teorisinin en iyi şekilde test edilebilmesi için en azından ortalama insan ömrünü

kapsayacak panel datalara ihtiyaç vardır. Çalışmamızın yatay kesit veriler içermesi nedeniyle bu hipotezle ilgili testlerin sonuçlarının ihtiyatla karşılanması gerekir.

Sürekli gelir hipotezi ile ilgili olarak, yatay kesit çalışmalarda ortaya çıkan sorunlar pratik yoldan şu şekilde çözülmektedir; doğrudan elde edilme imkânı olmayan sürekli tüketime ait verilerin sağlanması amacıyla, tüketiciler cari gelirlerine göre sınıflara ayrılmakta ve her bir sınıfa düşen ortalama tüketim o sınıfa giren tüketicilerin sürekli tüketimi olarak kabul edilmektedir²²². Modelde yer alan sürekli gelir ise, sürekli gelirin ancak zaman serilerinden elde edilebilmesi, gözlenen gelirler bir bütün olarak değerlendirildiğinde negatif ve pozitif arizi gelirlerin toplamının sıfır olduğunun varsayılması ve geçici gelirle geçici tüketim arasında bir ilişkinin olmadığı kabul edilmesi nedeniyle gözlenen gelirle aynı kabul edilmiştir²²³.

Araştırmamızda sürekli gelir modelinin tahmin edilebilmesi amacıyla veriler yukarıdaki formülasyona uygun olarak dönüştürülmüştür. Bu işlem yapılırken, dayanıklı tüketim malları, konut, büyük onarım ve otomobil satın alımı için yapılan harcamalar tasarruf olarak addedilmiş ve harcama toplamından çıkarılmıştır. Daha sonra, anket döneminde satın alınan dayanıklı malların ortalama iktisadi ömürleri 20 yıl olarak kabul edilmiş ve %5'lik kısmı harcama bileşimine iade edilmiştir.

Nisbi gelir hipotezi test edilirken, tüketiciler alt, orta ve üst gelir grubu olmak üzere üç gruba ayrılmış ve her bir grubun ortalama geliri, her bir hanehalkının daha önce ulaştığı en yüksek gelir seviyesi olarak kabul edilmiştir.

3.1.3 YAPILAN TAHMİNLERİN TEST EDİLMESİ

Bu kısımda, Kocaeli ana evreni, kır ve kent için tahmin edilen matematiksel modeller iktisadi, istatistiki ve ekonometrik testlere tabi tutularak, test sonuçlarına göre en başarılı model belirlenmiştir. Belirlenen en başarılı model kullanılarak, ekonometrik analizin ikinci kısmında, yapay değişkenlerin hanehalkı tüketim harcamaları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Aşağıdaki tablolarda kır, kent ve Kocaeli ana evreni için tahmin edilen tüketim fonksiyonları yer almaktadır.

²²²Friedman, a.g.e., s.689.

²²³Hüseyin Özer, "Erzurum'da Tüketim Harcamalarının Ekonometrik Analizi", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992), s.116.

Tablo 6: Kocaeli Ana Evreni İçin Tüketim Fonksiyonu Tahminleri

Doğrusal Model: $Y_i = b_0 + b_1X_i + u_i$	$Y = 383.684 + 0.57X$ (25.0610) (0.0169) t 15.3099 33.2199 p 0.000 0.000 $R^2 = \% 73.5$, $\bar{R}^2 = \% 73.4$, $s = 286.1975$, $F = 1103.562$, $\text{Prob}(F) = 0.0000$, $DW = 1.86$
Logaritmik Model: $\text{Log}Y_i = b_0 + b_1\text{log}X_i + u_i$	$\text{Log}Y = 1.6750 + 0.75\text{Log}(X)$ (0.1087) (0.0157) t 15.4044 47.8349 p 0.000 0.000 $R^2 = \% 85.2$, $\bar{R}^2 = \% 85.1$, $s = 0.1830$, $F = 2288.179$, $\text{Prob}(F) = 0.0000$, $DW = 1.99$
Yarı Logaritmik Model: $Y_i = b_0 + b_1\text{log}X_i + u_i$	$Y = -4616.190 + 821\text{Log}(X)$ (165.3752) (23.8170) t -27.9134 34.4886 p 0.000 0.000 $R^2 = \% 74.9$, $\bar{R}^2 = \% 74.9$, $s = 278.3460$, $F = 1189.468$, $\text{Prob}(F) = 0.0000$, $DW = 1.90$
Parabolik Model: $Y_i = b_0 + b_1X_i + b_2X_i^2 + u_i$	$Y = 73.103 + 0.99X - 0.000097X^2$ (37.2016) (0.0439) (0.000009) t 1.9651 22.6170 -10.4140 p 0.050 0.000 0.000 $R^2 = \% 79.2$, $\bar{R}^2 = \% 79.0$, $s = 253.9611$, $F = 754.9778$, $\text{Prob}(F) = 0.0000$, $DW = 2.26$
Nisbi Gelir Modeli $Y_i/X_i = b_0 + b_1X_i/X_{i0}$	$Y/X = 1.216 - 0.25X/X_0$ (0.0376) (0.0362) t 32.2904 -6.9180 p 0.000 0.000 $R^2 = \% 10.7$, $\bar{R}^2 = \% 10.5$, $s = 0.2065$, $F = 47.8589$, $\text{Prob}(F) = 0.0000$, $DW = 1.44$
Sürekli Gelir Modeli $Y = kX_p$	$Y = 0.66X_p$ (0.0134) t 48.8500 p 0.000 $s = 397.0226$

Tablo 7: Kır İçin Tüketim Fonksiyonu Tahminleri

Doğrusal Model: $Y_i = b_0 + b_1X_i + u_i$	$Y = 211.994 + 0.675X$ (34.2533) (0.0304) t 6.1890 22.2150 p 0.000 0.000 $R^2 = \%81.9$ $\bar{R}^2 = \%81.7$ $s = 177.1993$ $F = 493.5035$ $\text{Prob}(F) = 0.0000$ $DW = 1.78$
Logaritmik Model: $\text{Log}Y_i = b_0 + b_1\text{log}X_i + u_i$	$\text{Log}Y = 1.3477 + 0.79\text{Log}(X)$ (0.2282) (0.0337) t 5.9050 23.4171 p 0.000 0.000 $R^2 = \%83.4$ $\bar{R}^2 = \%83.2$ $s = 0.1773$ $F = 548.3602$ $\text{Prob}(F) = 0.0000$ $DW = 1.79$
Yarı Logaritmik Model: $Y_i = b_0 + b_1\text{log}X_i + u_i$	$Y = -4025.683 + 725.021\text{Log}(X)$ (257.3310) (37.9676) t -15.6440 19.0958 p 0.000 0.000 $R^2 = \%77.0$ $\bar{R}^2 = 76.7$ $s = 199.8543$ $F = 364.6487$ $\text{Prob}(F) = 0.0000$ $DW = 1.49$
Parabolik Model: $Y_i = b_0 + b_1X_i + b_2X_i^2 + u_i$	$Y = 142.032 + 0.80X - 0.000041X^2$ (57.9280) (0.0883) (0.000027) t 2.4518 9.0483 -1.4931 p 0.016 0.000 0.138 $R^2 = \%82.3$, $\bar{R}^2 = \%82.0$ $s = 176.2083$ $F = 250.6496$ $\text{Prob}(F) = 0.0000$ $DW = 1.82$
Nisbi Gelir Modeli $Y_i/X_i = b_0 + b_1X_i/X_{i0}$	$Y/X = 1.096 - 0.16X/X_0$ (0.0741) (0.0718) t 14.7959 -2.1518 p 0.000 0.034 $R^2 = \%4.1$, $\bar{R}^2 = \%3.2$ $s = 0.1903$ $F = 4.6303$ $\text{Prob}(F) = 0.0000$ $DW = 1.43$
Sürekli Gelir Modeli $Y = kX_p$	$Y = 0.86X_p$ (0.0223) t 38.7747 p 0.000 $s = 264.5329$

Tablo 8: Kent İçin Tüketim Fonksiyonu Tahminleri

Doğrusal Model: $Y_i = b_0 + b_1 X_i + u_i$	$Y = 440.012 + 0.54X$ (29.882) (0.020) t 13.7859 26.8594 p 0.000 0.000 $R^2 = \%71.5, \bar{R}^2 = \%71.4, s=312.3651$ $F=721.4257 \text{ Prob}(F)=0.0000 \text{ DW}= 1.93$
Logaritmik Model: $\text{Log}Y_i = b_0 + b_1 \text{log}X_i + u_i$	$\text{Log}Y = 1.869 + 0.73\text{Log}(X)$ (0.1227) (0.0175) t 15.2351 41.3700 p 0.000 0.000 $R^2 = \%85.6 \bar{R}^2 = \%85.6 s=0.17944$ $F=1711.475 \text{ Prob}(F)=0.0000 \text{ DW}= 2.09$
Yarı Logaritmik Model: $Y_i = b_0 + b_1 \text{log}X_i + u_i$	$Y = -4670.712 + 832.591\text{Log}(X)$ (204.4030) (29.1745) t -22.8505 28.5383 p 0.000 0.000 $R^2 = \%73.9, \bar{R}^2 = \%73.9, s=298.885$ $F=815.4369 \text{ Prob}(F)=0.0000 \text{ DW}= 2.03$
Parabolik Model: $Y_i = b_0 + b_1 X_i + b_2 X_i^2 + u_i$	$Y = 84.668 + 1.009X - 0.00010X^2$ (47.9791) (0.0543) (0.000010) t 1.7647 18.5862 -9.1419 p 0.079 0.000 0.000 $R^2 = \%78.0, \bar{R}^2 = \%77.8, s=275.266$ $F=506.2811 \text{ Prob}(F)=0.0000 \text{ DW}= 2.35$
Nisbi Gelir Modeli $Y_i/X_i = b_0 + b_1 X_i/X_{i0}$	$Y/X = 1.227 - 0.25X/X_0$ (0.0472) (0.0455) t 26.0007 -5.5450 p 0.000 0.000 $R^2 = \%9.6, \bar{R}^2 = \%9.4, s=0.2159$ $F=30.7476 \text{ Prob}(F)=0.0336 \text{ DW}= 1.36$
Sürekli Gelir Modeli $Y = kX_p$	$Y = 0.72X_p$ (0.016) t 45.7286 p 0.000 $s=427.4816$

Ekonometrik bir çalışmada, model tahmin edildikten sonra, yapılan tahminlerin güvenilir olup olmadıklarının test edilmesi gerekir. Böylece tahmin edilen parametrelerin güvenilirliği ve modelin incelenen iktisadi olayı, yani bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki gerçek ilişkiyi ne derece açıklayabildiği ortaya konulmuş olur. Neticede, sağlıklı ve güvenilir olmayan tahmin sonuçları ayıklanmış olur.

Tahmin edilen bir model, bir bakıma incelenen iktisadi olayın işleyişi ya da değişkenler arasındaki ilişki hakkında bir iddiadır. Bu iddianın doğrulanması gerekir. Bunun için bir takım testler yapılmaktadır. Bu testler üç grupta toplanır; iktisadi kriterlere göre yapılan testler; istatistiki kriterlere göre yapılan testler ve ekonometrik kriterlere göre yapılan testler. Araştırmanın bu aşamasında, sırasıyla bu testler yapılmıştır.

3.1.3.1 İktisadi Kriterlere Göre Yapılan Testler

Model tahmin edildikten sonra, tahmin edilen parametrelerin işaret ve büyüklükleri açısından iktisat teorisi ile uyuşup uyuşmadığına bakılır. Katsayıların işaret ve büyüklükleri iktisat teorisi ile uyuyorsa bir sorun yoktur.

Kocaeli ana evreni, kır ve kent için tahmin edilen 18 ayrı fonksiyonel forma ait tahmin parametrelerinin tamamı işaret ve büyüklükleri bakımından iktisat teorisinin beklentilerini karşılamaktadır. Bütün tahminler, iktisadi beklentileri karşıladığından başarılıdır. Yukarıdaki tablolardaki sıralamayı takip ederek, tahmin edilen her bir model için ayrıntılı olarak parametrelerin iktisadi beklentilere uygunluğunu değerlendirecek olursak:

a-Doğrusal Model: Mutlak gelir hipotezi için tahmin edilen doğrusal modellerde b_0 ve b_1 katsayılarının her ikisi de pozitif çıkmıştır. b_0 parametresinin pozitif çıkması, hanehalklarının herhangi bir gelire sahip olmasalar bile, hayatlarını devam ettirebilmeleri için asgari düzeyde de olsa bir miktar harcama yapmak zorunda oldukları biçimindeki Keynesyen önermeyi desteklemektedir. Dolayısıyla bütün gelir gruplarında hanehalkları, gelirlerinden bağımsız olarak (otonom), b_0 kadar bir harcama yapmak zorundadırlar. Yine b_1 katsayısının pozitif ve 1'den küçük çıkması ($0 < b_1 < 1$), Keynesyen görüşün, gelir arttıkça tüketimin de artacağı, ancak tüketimdeki bu artışın gelirdeki nisbi artıştan düşük olacağı varsayımını teyit etmektedir.

b-Logaritmik Model: Mutlak gelir hipotezi için tahmin edilen ikinci model olan logaritmik modelde de b_0 ve b_1 katsayıları pozitif çıkmıştır. b_1 katsayısının pozitif ve 1'den küçük çıkması ($0 < b_0 < 1$), gelir arttıkça tüketimin de artacağı, ancak tüketimdeki bu artışın gelirdeki nisbi artıştan düşük olacağı varsayımı da teyit etmektedir. Logaritmik model de teorik beklentileri karşılamakta olup yapılan tahmin anlamlıdır.

c-Yarı Logaritmik Model: Bu modelde $b_0 < 0$ ve $b_1 > 0$ bulunmuştur. Teoride marjinal tüketim eğiliminin gelirin azalan bir fonksiyonu olması, fakat negatif olmaması nedeniyle $b_1 > 0$ olması teoriyi desteklemektedir. $b_0 < 0$ olması nedeniyle fonksiyonların temsil ettiği eğri gelir eksenini pozitif bir seviyede kesmektedir. Diğer bir ifadeyle, tüketimin başlayabilmesi için asgari bir gelir seviyesinin bulunması gerekir. Bu gelir seviyesinin altında gelir tüketim ilişkisi anlamını kaybetmektedir. Bu nedenle modelin temsil ettiği tüketim fonksiyonunun gelir eksenini kestiği noktanın (e^{-b_0/b_1}) belirlenerek değerlendirmenin ona göre yapılması gerekir. Çünkü; bu gelir seviyesinin altında tüketimin negatif olması gibi teorik olarak kabulü mümkün olmayan bir durum söz konusu olmaktadır. Yarı logaritmik fonksiyonunun başarısı bu açıdan değerlendirildiğinde, tüketicilerin çoğunluğu geliri (e^{-b_0/b_1}) değerini aşıyorsa fonksiyon başarılı kabul edilir. Aksi takdirde fonksiyon başarısız kabul edilir. Bu açıdan değerlendirme yapmak amacıyla aşağıdaki tabloda üç grup için (e^{-b_0/b_1}) değerleri gösterilmiştir.

(e^{-b_0/b_1}) Değerleri

Kocaeli	Kır	Kent
276.619.556 TL	257.882.840 TL	273.103.721 TL

Kocaeli ana evreninde (e^{-b_0/b_1}) değerinin altında kalan yalnızca 4 ve kentsel alanda yine 4 hanehalkı vardır. Kırsal kesimin tamamı (e^{-b_0/b_1}) değerinin üstünde gelire sahiptir. Netice itibarıyla, yarı logaritmik model bu açıdan başarılıdır.

Yine bu matematiksel kalıpta da marjinal tüketim eğilimi gelirin azalan bir fonksiyonudur. $Y = -4616 + 821 \text{Log}(X)$ biçimindeki Kocaeli ana evreni için tahmin edilen yarı logaritmik fonksiyonun gelire göre türevi alındığında;

$\frac{dY}{dX} = 821 \frac{1}{X} = \frac{821}{X}$ elde edilir. Bu da, gelir arttıkça, marjinal tüketim eğiliminin azaldığını gösterir ki teorik beklenti de bu yöndedir. Diğer iki yarı logaritmik modelde de benzer sonuçlar elde edilmektedir. İktisadi açıdan yarı logaritmik model başarılıdır.

d- Parabolik Model: Mutlak gelir hipotezi için tahmin edilen dördüncü fonksiyonel form olan, parabolik modelin parametreleri de iktisat teorisi açısından beklenen $b_0 > 0$, $b_1 > 0$ ve $b_2 < 0$ şartlarını karşılamaktadır. b_0 parametresinin 0'dan büyük çıkması gelir sıfırken bile belirli bir harcamanın yapılması gerektiği (otonom harcama) biçimindeki teorik beklentiyi teyit etmektedir. b_2 parametresinin negatif değerli olması ise, gelir arttıkça marjinal tüketim eğiliminin azaldığını ifade etmektedir.

Parabolik modelde gelir arttıkça, marjinal tüketim eğilimi düşer; gelir belirli bir seviyeyi aştığında ise marjinal tüketim eğilimi negatif değer alır. Marjinal tüketim eğilimini bulmak için fonksiyonun ($Y = b_0 + b_1X + b_2X^2$) türevi alındığında, fonksiyon maksimum değere sahip olur.

$$\frac{dY}{dX} = b_1 + 2b_2X = 0 \text{ olur ve } X > \frac{b_1}{2b_2} \text{ değerleri için marjinal tüketim eğilimi negatif}$$

olur. Bu durum ise teorik beklentilere uygun değildir. Bu nedenle parabolik modelin başarısını değerlendirirken üzerinde durulması gereken önemli nokta $\frac{b_1}{2b_2}$ değeridir.

Eğer hanehalklarına ait gelirlerin büyük çoğunluğu, bu değerden küçükse fonksiyon başarılı kabul edilir. Tahmin edilen parabolik modelleri bu açıdan değerlendirmek amacıyla $\frac{b_1}{2b_2}$ değerlerini gösteren aşağıdaki tablo düzenlenmiştir.

$\frac{b_1}{2b_2}$ Değerleri

Kocaeli	Kır	Kent
5.143.650.465 TL	9.817.358.722 TL	4.993.866.336 TL

Kocaeli ana evreni için parabolik model, gelir 0 ile 5.143.650.465TL arasında iken geçerlidir. Anket evrenine bakıldığında yalnızca 6 ailenin geliri bu seviyenin üstündedir. Kırsal alanının tamamında parabolik model geçerlidir; çünkü bütün

tüketicilerin geliri 9.187.358.722TL'nin altındadır. Kentsel alanda ise 5 ailenin geliri 4.993.866.336TL'nin üstündedir. Bu kritere göre değerlendirildiğinde parabolik model, her üç grupta da hanehalklarına ait gelirlerin çok büyük çoğunluğunu kapsadığından iktisadi olarak başarılıdır.

e-Nisbi Gelir Modeli: Bu modele ait tahmin parametrelerinden b_0 pozitif ve b_1 negatif çıkmıştır. Bu sonuçlar iktisadi beklentileri karşılamakta olup yapılan tahmin anlamlıdır.

f-Sürekli Gelir Modeli: Bu modele ait tahmin parametresi k pozitif ve ($0 < k < 1$) çıkmıştır. Sürekli gelire göre marjinal tüketim eğilimini ifade eden k parametresinin büyüklük ve işareti iktisat teorisine uygun çıktığından yapılan tahmin iktisadi açıdan anlamlıdır.

Netice itibariyle, üç farklı tüketim-gelir hipotezine ilişkin olarak tahmin edilen 18 modelin tamamı iktisadi beklentileri karşılamış olup, yapılan tahminlerin tamamı başarılıdır.

3.1.3.2 İstatistiki Kriterlere Göre Yapılan Testler

Tahmin edilen parametrelerin işaret ve büyüklüklerinin iktisadi kriterlere göre uygun olduğunun tesbit edilmesinden sonra, bu tahminlerin istatistiki bakımdan geçerli olup olmadıklarına bakılır. İstatistiki kriterlere göre yapılan t , F ve R^2 testleri ile tahminlerin güvenilirliği belirlenmeye çalışılır.

a-) Tahminin Standart Hatası

Tahminin standart hatası (s), değişkenlere ait gözlem değerlerinin, değişkenler arasındaki ortalama ilişkiyi gösteren regresyon doğrusu etrafındaki dağılımlarının bir ölçüsüdür. s ne kadar küçük olursa tahmin değerleri gerçek değerlere o kadar yaklaşmakta ve regresyon doğrusu verilere uyum göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, s ne kadar küçükse tahmin o kadar başarılı ve parametre tahminleri en uygun değerlere sahiptir.

Uygulamada, s değeri bağımlı değişkenin ortalaması (\bar{Y}) ve standart sapması (s_Y) ile karşılaştırılır. Eğer s değeri bunlardan küçükse regresyon doğrusunun verilere

uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır. Tahmin edilen 18 modelin tamamına ait s değerleri ilgili \bar{Y} ve s_Y değerlerinden küçük olduğundan regresyon doğrusunun verilere uyumu iyi ve tahminler başarılıdır.

Ayrıca bağımlı değişkenleri aynı ölçü biriminde olmak kaydıyla, aynı gözlem değerlerine uygulanan çeşitli modellerden, s değeri en küçük olanı, en iyi model olarak kabul edilir²²⁴. Bu açıdan logaritmik modeller ile uyarlanmış veriler kullanılarak tahmin edilen nisbi gelir ve sürekli gelir modellerini karşılaştırma şansı yoktur. Bu nedenle bu modellere ait tahminlerin standart hataları tabloda yer almamaktadır.

Tahmin Edilen Modellere Ait s Değerleri

	Kocaeli	Kır	Kent
Doğrusal Model	286.1975	177.199	312.365
Yarı Logaritmik Model	278.3460	199.854	298.885
Parabolik Model	253.9611	176.208	275.266

Üç grubun üçünde de en küçük s değerine sahip olan parabolik model en başarılı model, iki grupta ikinci, birinde üçüncü olan yarı logaritmik model ikinci en iyi model ve üç grubun birinde ikinci, ikisinde üçüncü olan doğrusal model üçüncü en iyi modeldir.

b-) Parametre Tahminlerinin Anlamlılık Testi (z Testi)

Tahmin edilen modelin parametrelerinin tek tek anlamlı olup olmadıklarını belirlemek amacıyla uygulanan z testi aynı zamanda modelin tahmin gücü hakkında da bilgi verir²²⁵. Çünkü ele alınan parametrenin tahmin değerinin yine söz konusu parametrenin standart hatasına oranlanmasıyla elde edilen z değerinin büyüklüğü, parametre tahmin değeri ile standart hatasına, dolayısıyla varyansına bağlıdır. Parametrelere ait varyansların en küçük, dolayısıyla hesaplanan z değerlerinin en büyük olduğu modelin tahmin gücünün en yüksek olduğu kabul edilmektedir.

²²⁴Tarı, a.g.e., s.37.

²²⁵Çalışmamızda örnek hacmi $n>30$ olduğu için z testi kullanılmıştır.

Parametrelerin tahmin değerlerine göre bulunan z değerlerinin büyüklüğü, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkinin derecesini ortaya koymada da yardımcı olabilir. Hesaplanan z değeri küçükse bu ilişki zayıf, büyükse kuvvetlidir. Bu amaçla, hem modellerdeki bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin derecesi hem de modellerin tahmin gücü bakımından en iyi modelin belirlenebilmesi amacıyla modellerde yer alan X (gelir) bağımsız değişkeninin parametrelerine ilişkin z_{hes} değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tahmin Edilen Modellere Ait z_{hes} Değerleri

	Kocaeli'ne Ait z Değerleri			Kıra Ait z Değerleri			Kente Ait z Değerleri		
	b_0	b_1	b_2	b_0	b_1	b_2	b_0	b_1	b_2
Doğrusal Model	15.3099	33.2199	-	34.2533	22.2150	-	13.7859	26.8594	-
Logaritmik Model	15.4044	47.8349	-	5.9050	23.4171	-	15.2351	41.3700	-
Yarı Log. Model	-27.9134	34.4887	-	-15.6440	19.0958	-	-22.8505	28.5383	-
Parabolik Model	1.9651	22.6170	-10.414	2.451	9.0483	-1.493	1.7647	18.5862	-9.1419
Nisbi Gelir Modeli	32.2904	-6.9180	-	14.7959	-2.1518	-	26.0066	-5.5451	-
Sürekli Gelir Modeli	-	48.8500	-	-	38.7747	-	-	45.7286	-

Yukarıdaki tablodan da görüldüğü gibi, tahmin edilen 18 modelden 16'sine (kır ve kent için tahmin edilen parabolik modeller hariç), ait parametrelerin hesaplanan z değerleri %5 önem düzeyinde tablo z değerlerinden büyüktür. Diğer bir ifadeyle bu on altı modele ait bütün parametreler %5 önem düzeyinde anlamlıdır. Kır için tahmin edilen parabolik modelin ikinci açıklayıcı değişkeni X^2 'ye ait z değeri ve kent için tahmin edilen parabolik modelin otonom kısmı b_0 'a ait z değeri tablo değerinden küçük çıkmıştır.

c-) R^2 (Belirlilik Katsayısı) Testi

Belirlilik katsayısı (R^2), incelenen fonksiyonel ilişkide, bağımlı değişkendeki değişmelerin ne oranda bağımsız değişkenlerdeki değişmelerle açıklandığını, diğer bir ifadeyle bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişmeleri açıklama gücünü gösterir. Bu nedenle belirlilik katsayısının büyüklüğü tahmin edilen modelin başarısını gösteren istatistiki kriterlerden birisidir. R^2 'nin değeri büyüdükçe, bağımlı değişkendeki değişmenin modelin bağımsız değişkenleri ile açıklanan oranı büyür ve regresyon doğrusunun, gözlemlere uyumunun iyiliği artar.

Tahmin edilen modellerde bağımsız değişken sayısı aynı olmadığından R^2 'lerin karşılaştırılmasında düzeltilmiş belirlilik katsayısı (\bar{R}^2) kullanılmıştır.

Tahmin Edilen Modellere Ait \bar{R}^2 Değerleri (%)

	Kocaeli	Kır	Kent
Doğrusal Model	73.43	81.74	71.44
Logaritmik Model	85.14	83.26	85.58
Yarı Logaritmik Model	74.86	76.77	73.85
Parabolik Model	79.08	81.94	77.82
Nisbi Gelir Modeli	10.5	4.07	9.36

Belirlilik katsayısına göre modeller değerlendirildiğinde nisbi gelir modeline ait tahminlerin dışındaki 12 model başarılıdır²²⁶. Çalışmamızın yatay kesit veriler içerdiği düşünüldüğünde belirlilik katsayıları oldukça tatminkârdır.

Düzeltilmiş belirlilik katsayısına göre tahmin edilen modellerin karşılaştırılmasında, bir takım teorik kısıtlamalar vardır. \bar{R}^2 'ye göre karşılaştırma yapılabilmesi için, tahmin edilen modellerin bağımlı değişkenlerinin aynı matematiksel formda olması gerekmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, logaritmik ve nisbi gelir modellerini diğerleri ile karşılaştırma imkânı yoktur. Bu durumda ancak doğrusal, yarı logaritmik ve parabolik modellerin belirlilik katsayıları karşılaştırılabilir.

Bu kritere göre üç ayrı grup için yapılan tahminlerde başarı sıralaması şu şekildedir: Üç grubun üçünde de ilk sırada yer alan parabolik model en başarılı model, iki grupta ikinci birinde üçüncü olan yarı logaritmik model ikinci en iyi model ve üç grubun birinde ikinci, ikisinde üçüncü olan doğrusal model üçüncü en iyi modeldir.

R^2 regresyon doğrusunun gözlem değerlerine uygunluğunun bir ölçüsü olmakla birlikte, tek başına R^2 'nin dikkate alınmasının bazı sakıncaları vardır. R^2 her zaman tam güvenilir bir ölçü olmamaktadır. Genellikle yüksek R^2 değeri, regresyon doğrusunun gözlem değerlerine uygun olduğunu göstermekte, buna karşılık düşük R^2

²²⁶Sürekli gelir modelinde ise sabit terim olmadığından belirlilik katsayısının kullanılması anlamlı değildir.

değeri ise, regresyon doğrusunun gözlem değerlerine iyi uymadığını göstermektedir. Ancak R^2 'nin düşüklüğü ve yüksekliği konusunda genel kabul görmüş bir ölçü yoktur. Özellikle çalışmamızda olduğu gibi yatay kesit veriler kullanıldığında model uygun olduğu halde R^2 düşük çıkabilmektedir.

R^2 konusunda ekonometristler arasında tam bir uzlaşma yoktur. Bir kısmı yüksek R^2 değerine önem verirken, bir kısmı araştırmanın amacına göre karar vermek gerektiğini iddia ederler. Amaç iktisadi olayın açıklanması ve parametrelerin güvenilir bir şekilde tahmin edilmesi ise, standart hataların daha önemli olduğu konusunda genel bir kanaat vardır.

d-) F testi

F testi, çoklu regresyon analizinde, regresyon sabiti dışındaki bağımsız değişkenler bütünüyle ele alındığında, anlamlı olup olmadıklarını, yani bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkili olup olmadıklarını anlamak amacıyla uygulanmaktadır. Araştırmamızda sadece parabolik modelde birden çok açıklayıcı değişken olduğu için, sadece bu modeller için F testi yapılmıştır.

Tahmin Edilen Parabolik Modellere Ait F_{hes} değerleri

	Kocaeli	Kır	Kent
Parabolik Model	754.978	250.650	506.281

Her üç model içinde hesaplanan F değerleri, %5 önem düzeyinde F tablo değerinden (3.00) büyük olduklarından kısmi regresyon parametreleri (b_1 ve b_2) ikisi birlikte bağımlı değişken üzerinde etkilidir. Parabolik modellerin üçü de F testi açısından başarılıdır. Ancak unutulmamalıdır ki F ve R^2 'nin yüksekliği her zaman tek başına tahmin edilen regresyonun anlamlı olduğunu göstermez. Bu nedenle diğer kriterlerle birlikte bir değerlendirme yapmak gerekir. Nitekim bu modelle ilgili olarak yapılan z testlerinin ikisinde katsayılar anlamsız çıkmıştır.

Parabolik modelle ilgili olarak yapılan z testlerinde, ana evren ve kır için yapılan tahminlerde iki katsayı %5 önem düzeyinde sıfırdan önemli derecede farklı çıkmamıştı. Teorik olarak bu katsayıların anlamlı olması beklenirken, z testi ile böyle bir etkinin anlamlı olmadığı dolayısıyla bu katsayıların ait olduğu değişkenlerin modelde yer almasının gerekli olmadığı sonucuna varılmıştı. Halbuki F testi olumlu

sonuç vermiştir. Regresyon analizinde z testleri olumlu sonuç vermediğinde F testi yapılması bu nedenle yararlı olabilmektedir. Çünkü açıklayıcı değişkenler arasındaki ilişkilerden dolayı standart hatalar büyük ve z değerleri küçük çıkabilmektedir. Bu nedenle çoklu regresyon modelinde sadece bir ya da bir kaç istatistik değerine göre karar vermek yanıltıcı olabilmektedir²²⁷. Nitekim bu modelle ilgili olarak yapılan çoklu doğrusal bağlantı araştırmasında, çoklu doğrusal bağlantı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tek tek parametre tahminlerinin bir kısmının olumsuz çıkmasının nedeni çoklu doğrusal bağlantının varlığıdır.

3.1.3.3 Ekonometrik Kriterlere Göre Yapılan Testler

Ekonometrik tahmin yöntemlerinin bir takım varsayımları vardır. Tercih edilen ekonometrik yöntem –ki bu çalışmada EKK tercih edilmiştir- ancak bu varsayımlarının geçerliliği halinde güvenilir tahminler verir. Bu bakımdan, yapılan tahminlerin geçerliliği araştırılırken, kullanılan tahmin yönteminin varsayımlarının sağlanıp sağlanmadığı da araştırılmalıdır. Bu çalışmada kullanılan EKK yönteminin en önemli üç varsayımı; bağımsız değişkenler arasında bir ilişki (çoklu doğrusal bağlantı) yoktur, hata terimi varyansları değişmemektedir (sabit varyans) ve birbirini izleyen hata terimleri arasında bir ilişki (otokorelasyon) yoktur varsayımlarıdır. Bu varsayımların geçerliliğini araştıran testler ekonometrik testlerdir. Esasen, daha önce yapılan R^2 , z ve F testlerinin geçerlilikleri de öncelikle bu varsayımların sağlanmasına bağlıdır.

a-) Çoklu Doğrusal Bağlantı (Multicollinearity)

Çoklu doğrusal bağlantı, açıklayıcı değişkenlerin kendi aralarında sıkı bir ilişki içinde olmaları durumudur ve EKK'nın bağımsız değişkenlerin kendi aralarında ilişki bulunmaması varsayımından sapmadır.

Çoklu doğrusal bağlantı, çoklu regresyon modelleri ile ilgili olup, çalışmamızda sadece parabolik modelde iki açıklayıcı değişken olduğundan bu model için çoklu doğrusal bağlantı araştırması yapılmıştır. Bu model için yapılan üç ayrı tahmininde de çoklu doğrusal bağlantı ortaya çıkmıştır. Çoklu doğrusal

²²⁷Tarı, a.g.e., s.86.

bağlantının belirlenmesinde kullanılan sistematik bir test bulunmamaktadır. Ancak, değişik göstergeleri esas alan farklı yöntemlerle çoklu doğrusal bağlantının varlığı belirlenmeye çalışılmaktadır. Araştırmamızda, çoklu doğrusal bağlantıyı araştırmak için, iki açıklayıcı değişkene sahip modeller için önerilen, t testi ve basit korelasyon katsayıları yaklaşımı kullanılmıştır.

Bu modellerde yüksek çıkan R^2 değerlerine karşılık hesaplanan t değerlerinin küçük çıkması, çoklu doğrusal bağlantının bir işareti olarak kabul edilmiştir. Yine bütün katsayıların birlikte anlamlılığını araştıran F testinin olumlu sonuç vermesine karşılık, katsayıların tek tek anlamlılığını araştıran t testinin bazı katsayılar için olumsuz sonuç vermesi de çoklu doğrusal bağlantının bir işareti olarak kabul edilmiştir. Yine modellerde yer alan t değerlerinin bir kısmının 2'den küçük olmaları da ciddi bir doğrusal bağlantının göstergesi olarak kabul edilmiştir²²⁸.

Çoklu doğrusal bağlantının varlığı, bir başka yaklaşım olan basit korelasyon katsayıları yöntemi kullanılmak suretiyle de araştırılmıştır. Bu yaklaşım da çoklu doğrusal bağlantı olduğunu teyit etmiştir.

Parabolik modelin açıklayıcı değişkenleri arasındaki ikişerli korelasyon katsayıları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Parabolik Modellerin Bağımsız Değişkenlerine Ait İkişerli Korelasyon Katsayıları

	Kocaeli	Kır	Kent
Parabolik Model	0.939401	0.939617	0.945275

Tablodan da görüldüğü gibi, bütün modellerdeki X ve X^2 arasındaki ikişerli korelasyon katsayıları oldukça yüksektir. Katsayıların bu derece yüksek olması çoklu doğrusal bağlantının varlığını teyit etmektedir.

Kanaatimize göre, üç parabolik modelde de çoklu doğrusal bağlantının ortaya çıkmasının nedeni; iki açıklayıcı değişkenin, aynı değişkenin farklı formları olmalarıdır.

²²⁸Tarı, a.g.e., s.166.

Çoklu doğrusal bağlantının başlıca sonuçları²²⁹:

Birincisi, regresyon katsayılarına doyurucu ve güvenilir anlamlar verilemez. Her bir katsayı tek tek ilgili bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini vermektedir. Katsayılara bu anlamları verebilmek için, açıklayıcı değişkenlerin kendi aralarında bir ilişki bulunmaması gerekir. Eğer çoklu doğrusal bağlantı varsa, bu durumda katsayılar ait oldukları bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken üzerindeki etkilerini doğru göstermeyecektir.

İkincisi; katsayıların varyansları, dolayısıyla standart hataları büyük çıkacaktır. Standart hata büyük çıktığında ise, tek tek o katsayının anlamlılığını araştırmak için kullanılan t testinde (ya da örnek büyüklüğüne göre z testinde), t değeri küçük çıkacak ve bu da, sonuçta ilgili katsayının sıfırdan farklı olmadığı anlamına gelecektir.

Üçüncüsü; R^2 değeri olduğundan büyük çıkmaktadır.

Tahmin edilen üç grup tüketim fonksiyonlarının üçünde de en yüksek belirlilik katsayısına (R^2) sahip olan parabolik model, bu kritere göre iyi model olma şansını kaybetmiştir. Çünkü R^2 'nin yüksek çıkmasının nedeni çoklu doğrusal bağlantının varlığıdır.

Ayrıca, çoklu doğrusal bağlantının varlığı bu modele ait katsayıların t testlerindeki başarısızlığını izah etmemize de imkân tanımaktadır.

b-) Değişen Varyans (Heteroscedasticity)

Doğrusal regresyon modelinin önemli varsayımlarından biri de, sabit varyans varsayımdır. Bu varsayıma göre, hata terimi varyansı, bağımsız değişkendeki değişmelere bağlı olarak değişmeyip, aynı kalmaktadır. Yani, hata terimi varyansı ile bağımsız değişkenler arasında bir ilişki yoktur. Sabit varyans durumu her zaman sağlanamaz, hata terimleri varyansları aynı kalmayıp bağımsız değişkenle birlikte değişir, bu durumda değişen varyans hali ortaya çıkar.

²²⁹Tarı, a.g.e., ss.161-162.

Bilindiği gibi değişen varyans uygulanan modelden çok, kullanılan verilerin özelliğine bağlıdır. Değişen varsays katsayıların standart hatalarını etkilemekte, büyümesine neden olmaktadır.

Değişen varyans, yatay kesit verilerde oldukça yaygın bir biçimde görülür. Aslında standart olmayan birimler içeren yatay kesit verilerde, değişen varyans istisna olmaktan çok kuraldır. Bir çalışma yatay kesit veriler kullanılarak yapılıyorsa, ön kabul olarak, değişen varyansın varlığı kabul edilmelidir²³⁰. Örneğin çalışmamızda olduğu gibi, bir yatay kesit tüketim fonksiyonu çalışmasında değişen varyans beklenir. Çünkü yüksek gelirli ailelerin tüketim davranışlarında, düşük gelirlielerinkine göre daha yüksek değişkenlik vardır. Dolayısıyla düşük gelirlielerde hata terimleri küçük olurken, yüksek gelirlielerde yüksek olmaktadır. Bu da, değişen varyansa yol açmaktadır²³¹. Değişen varyansın bir nedeni; yüksek gelirli hanehalklarının düşük gelirlielerden daha fazla tasarruf etmeleri, ancak tasarruflarının değişkenliğinin fazla olmasıdır. Gelir yükseldikçe, insanların istedikleri gibi harcayabilecekleri gelirleri daha çok olmakta aynı zamanda harcama seçenekleri genişlemektedir. Valavanis'in dediği gibi, "gelir arttıkça eskiden kuruşları sayan insanlar, liraları saymaz olurlar". Bunun sonucu olarak gelirdeki artışla birlikte varyansın büyümesi beklenir²³².

Değişen varyansın bir nedeni de normal değerlerden çok farklı değerlere sahip gözlemlerin varlığıdır. Böyle bir gözlemin alınması ya da atılması, özellikle örneklem küçükken, regresyon çözümlemesinin bulgularını hatırı sayılır biçimde etkiler. Böyle bir durumda ekonometristlerin bir kısmı normal dağılımdan aşırı sapma gösteren değerlerin ihmal edilebileceği görüşündedir. Bunun nedeni, ortalamadan aşırı sapan verilerin, modelin gerçeğe yakın bir şekilde tahminini önlemesidir. Veriler arasında aşırı değerlerin varlığı, regresyon modelinin eğimini ve korelasyon katsayısını önemli ölçüde değiştirir. Aşırı değerler regresyon doğrusunun eğiminin olduğundan daha büyük tahmin edilmesine neden olmaktadır. Böyle bir durumda aşırı değerlerin hesaba katılmamasını daha uygun bulurlar²³³. Uygulamada

²³⁰Gujarati, s.368, 380.

²³¹Tarı, a.g.e.,s.174.

²³²Gujarati, s.357-359.

²³³Gujarati, a.g.e., s.358;
Akkaya, a.g.e., s.90.

bu verilerin analize dahil edilip edilmemesi ciddi bir tercih sorunsalıdır. Eğer amaç istatistiki ve ekonometrik açıdan başarılı bir modele sahip olmaksa, bu veriler dışlanabilir. Yok, amaç iktisadi olayı en iyi biçimde açıklamak, diğer bir ifadeyle yapısal analiz yapmaksam bu veriler dışlanmamalıdır. Çalışmamızda, üst gelir grubundaki aşırı değerler dışlandığında değişen varyans sorunu ortadan kalkmaktadır. Ancak üst gelir grubuna ait veriler analize dahil edilmediğinde, tüketim olayının iktisadi analizinin tam olarak yapıldığının iddia edilmesi söz konusu olmayacaktır.

Bir çalışmada değişen varyans olup olmadığını anlamak için kullanılabilecek değişik biçimsel yöntemler vardır. Bunlar: Park Testi, Glejser Testi, Spearman Sıra Korelasyonu Testi, Goldfeld-Quandt Testi, Breusch-Pagan-Godfrey Testi ve White Genel Değişen Varyans Testi.

Bu çalışmada bu yöntemlerden White Genel Değişen Varyans Testi tercih edilmiş ve kullanılmıştır. Bu testin sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

White Değişen Varyans Testi Sonuçları

	Ana Evren	Kır	Kent
Doğrusal Model	Var	Var	Var
Logaritmik Model	Var	Yok	Var
Yarı Logaritmik Model	Var	Var	Var
Parabolik Model	Var	Var	Var
Nisbi Gelir Modeli	Var	Yok	Var
Sürekli Gelir Modeli	Var	Var	Var

Tablodan da görüldüğü gibi, tahmin edilen 18 modelin sadece ikisinde (kır için tahmin edilen logaritmik model ile nisbi gelir modelinde) değişen varyans çıkmamış, kalan 16 modelde değişen varyans ortaya çıkmıştır. Modeller değişen varyans açısından başarısız olmakla birlikte, tüketimle ilgili yatay kesit çalışmalarda değişen varyansın çıkması yönündeki teorik beklentiyi karşılamıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, anket verilerinin hanehalkı gelir ve tüketim bilgilerini gerçeğe yakın bir biçimde, başarıyla temsil ettiği söylenebilir.

Değişen varyansı düzeltmek için farklı teorik yaklaşımlar denenmiştir. Ancak kullanılan yöntem sonucunda elde edilen tahmincilerin iktisat teorisi açısından anlamlı olması ve incelenen olayın yapısı dikkate alındığında, en iyi

sonucu veren White'n "değişen varyansla tutarlı kovaryans tahmin edicileri" (White Heteroscedasticity Consistent Covariances) yaklaşımı tercih edilmiştir.

Bu konuda unutulmaması gereken bir nokta da değişen varyansın mutlaka ortadan kaldırılması gereken bir sorun olmadığıdır. Mankiw'in dediği gibi, değişen varyans, başka açılardan iyi olan bir modelden vazgeçmek için asla bir neden olmamıştır²³⁴.

Değişen varyans, yapılacak tahmin öngörü için kullanılacaksa problem oluşturur. Bizim çalışmamız yapısal analiz olduğu için, değişen varyansın varlığı çok önemli bir sorun teşkil etmemektedir. Model spesifikasyonunda parametrelerin anlamlılık testleri daha önemlidir. Yapısal analizde önemli olan, tahminlerin anlamlılık testleridir.

Değişen varyans durumunda EKK tahmin edicileri, sapmasız ve tutarlı olma özelliklerini korumakta ancak minimum varyanslı olma (etkin olma) özelliğini kaybetmektedirler. Yine EKK tahmincilerinin t ve F testleri de anlamlarını yitirmektedir.

Değişen varyans durumunda EKK tahmin edicilerinin DEST (doğrusal, en iyi, sapmasız tahminci) olması için White'n değişen varyansa göre düzeltilmiş White varyansları ve standart hataları yaklaşımı kullanılmıştır. Bu yaklaşımda, değişen varyansa göre düzeltilmiş standart hatalar, klasik EKK standart hatalarına göre daha büyük, dolayısıyla tahmin edilen t değerleri de çok daha küçüktür. Böylece, değişen varyansın varlığı halinde t ve F testlerinde ortaya çıkması muhtemel yanıltıcılıktan kurtulunmuştur²³⁵. Yapay değişkenlere göre analiz yapılırken tahminler bu yaklaşıma uygun olarak yapılmış ve parametrelerin t ve F testlerinin anlamlı olması sağlanmıştır. Böylece, değişen varyans durumunda White'n "değişen varyansla tutarlı kovaryans tahmin edicileri" yöntemi kullanılarak, değişen varyansın DEST parametrelere ulaşmak için oluşturduğu sakınca ortadan kaldırılarak tahminler yapılmıştır.

²³⁴N.Gregory Mankiw, "A Quick Refresher Course in Macro Economics", *Journal of Economic Literature*, c.XXVII, Aralık 1990, s.1648'den aktaran D.Gujarati, a.g.e., s.355.

²³⁵Gujarati, a.g.e., ss.382-389.

c-) Otokorelasyon (Serial Correlation)

Otokorelasyon, hata teriminin birbirini izleyen değerleri arasında ilişki bulunması durumudur. Otokorelasyon daha çok zaman serilerinde ortaya çıkmakla birlikte yatay kesit verilerde de otokorelasyona rastlanabilir. Bu durum doğrusal regresyon modelinin hata terimleri arasında bir ilişki olmaması varsayımından önemli bir sapmadır.

Otokorelasyonun beş temel nedeni vardır;

1. Bazı açıklayıcı değişkenlerin modele alınmaması
2. Modelin matematiksel formunun yanlış seçilmesi
3. Açıklanan değişkende ölçme hatası
4. Verilerin işlenmesinde uygulanan teknikler
5. Hata teriminin yanlış belirlenmesi.

Bizim için en önemlisi, modelin matematiksel formunun yanlış seçilmesidir. Farklı hipotezlere ilişkin farklı modelleri tahmin ve test ettiğimiz için, uygun olmayan modelleri elemekte otokorelasyonun varlığını bir kriter olarak kullandık. Otokorelasyon olmayanları tercih edip, diğerlerini eledik. Matematiksel kalıbın yanlış seçilmesinden kaynaklanan otokorelasyona görünüşte otokorelasyon adı verilmektedir. Çünkü bu durum hata terimi değerlerinin gerçek kalıbından değil matematiksel biçimden kaynaklanmaktadır.

Hata terimleri arasında otokorelasyon olduğunda, parametrelerin tahmin değerleri ve standart hataları bu durumdan etkilenmektedir. Otokorelasyonun ortaya çıkardığı problemler ise aşağıdaki gibi sıralanabilir²³⁶:

-Parametre tahminleri sapmasız olmakla birlikte etkin değildirler.

²³⁶Tarı, a.g.e., ss.196-197.

-Hata terimi varyansı olduğundan küçük tahmin edilmektedir. Hata terimi varyansının olduğundan küçük çıkması R^2 değerinin olduğundan büyük çıkmasına neden olmaktadır. Yine hata teriminin varyansının küçük olmasının bir sonucu olarak, parametre tahminlerinin varyansları ve dolayısıyla standart hataları olduğundan büyük çıkmakta, böylece t ve F testleri geçerliliğini yitirmektedir.

Otokorelasyonun olup olmadığını anlamak için kullanılan çeşitli testler bulunmaktadır. Bunlar; grafik yöntemi, sıra korelasyon testi, Durbin Watson d testi, Von Neuman testi ve Breusch-Godfrey testi. Bu çalışmada Durbin Watson d testi ile Breusch-Godfrey testi birlikte kullanılmıştır.

Otokorelasyon Testi Sonuçları

	Kocaeli	Kır	Kent
Doğrusal Model	Yok	Yok	Yok
Logaritmik Model	Yok	Yok	Yok
Yarı Logaritmik Model	Yok	Pozitif O.K.	Yok.
Parabolik Model	Negatif O.K.	Yok	Negatif O.K.
Nisbi Gelir Modeli	Pozitif O.K.	Pozitif O.K.	Pozitif O.K.
Sürekli Gelir Modeli	Pozitif O.K.	Pozitif O.K.	Pozitif O.K.

Otokorelasyon testi sonuçlarına göre en başarılı iki model üç grupta da otokorelasyona rastlanmayan doğrusal ve tam logaritmik modeller olmuştur. Sürekli gelir ve nisbi gelir modelleri ise üç grupta da otokorelasyona rastlandığından en başarısız iki model olmuştur. Parabolik model ise, ana evren ve kent için yapılan modelde negatif otokorelasyona rastlandığından başarısız olmuştur.

3.1.4 Test Sonuçlarının Birlikte Değerlendirilmesi ve Model Spesifikasyonu

İktisadi kriterlere göre;

Yapılan tahminlerin test sonuçlarına göre, iktisadi açıdan bütün modeller başarılıdır.

İstatistiki kriterlere göre;

a-) Tahminin standart hatası bakımından en iyi modeller sırasıyla, parabolik, yarı logaritmik ve doğrusal modeldir. (Bu kriterlere göre diğer üç modelin karşılaştırma imkânının olmadığı dikkate alınmalıdır.)

b-) Parametre tahminlerinin anlamlılık testi bakımından, parabolik model hariç tüm modeller başarılıdır.

c-) Belirlilik katsayısı açısından, en iyi modeller parabolik, yarı logaritmik ve doğrusal modellerdir. Yine bu kritere göre de dönüştürülmüş verilerin kullanılmış olduğu modellerle karşılaştırma yapmak mümkün değildir.

Ekonometrik kriterlere göre;

a-) Çoklu doğrusal bağlantı açısından değerlendirme yaptığımız parabolik modelde, olumsuz sonuç çıktığından bu model sadece bu açıdan değil, belirlilik katsayısı açısından da başarısız olmuştur. Belirlilik katsayısının yüksek çıkmasının nedeni çoklu doğrusallıktır.

b-) Değişen varyans açısından bütün modeller başarısız olmakla birlikte, doğrusal modelde ortaya çıkan değişen varyansı düzeltmede bir çözüm olarak önerilen tam logaritmik modelin bu başarısızlığını vurgulamak gerekir.

c-) Otokorelasyon açısından, nisbi gelir, sürekli gelir ve parabolik model başarısız çıkmıştır. Yarı logaritmik modelde bir grupta otokorelasyon çıkması bu modelin de elenmesine yol açmıştır. Bu açıdan doğrusal ve tam logaritmik modeller başarılı olmuştur.

Bütün kriter birlikte değerlendirildiğinde ise, doğrusal ve tam logaritmik modeller en iyi modeller olmuştur.

3.1.4.1 Doğrusal ve Çift Logaritmik Kalıp Arasında Tercih

Tahmin bulgularına bakıldığında, hem doğrusal model hem de çift logaritmik model, verilerle oldukça iyi uyum sağlamışlardır. Katsayılar beklenen işaretleri taşımakta olup t ve R^2 değerleri istatistiki bakımdan anlamlıdır.

Yapılan testler sonucu en başarılı olan iki modelden doğrusal model tercih edilmiştir. Bunun gerekçelerini sıralarsak:

1. Araştırılan olayın doğasına (işleyişine) en uygun model, sabit terimli doğrusal modeldir. Zira bu model otonom tüketimi dikkate almaktadır. Diğer

modeller dönüştürülmüş veriler bakımından uygun görülseler bile, tüketim olayının açıklanması ve yorumlanması bakımından zorluklar çıkardıklarından tercih edilmemiştir.

En başarılı iki modelden biri olan çift logaritmik kalıpta otonom kısmın önemi yoktur. Zaten bu modelin önemli özelliklerinden birisi otonom kısmı önemsiz kabul etmesidir. Halbuki, araştırmamızın hanehalkı tüketim harcamalarını konu alan yatay kesit bir çalışma olması nedeniyle otonom kısım çok önemlidir. Çift logaritmik modelde otonom kısmın önemsiz olması, iktisadi açıdan bu modeli tercih etmeyişi nedenlerimizden birisidir. Normal iktisadi çalışmalarda otonom kısma çok önem verilmez, önemli olan eğim ve esnekliktir. Oysa hanehalkı tüketim harcamalarını konu alan yatay kesit bir çalışmada otonom harcamaların gözardı edilmesi mümkün değildir. Bu nedenle, çalışmamız açısından hayati önem arzeden otonom tüketim harcamalarını gözardı eden çift logaritmik kalıp tercih edilmemiştir. Netice olarak, otonom kısmın en açık biçimde analiz edilmesine imkân tanıyan doğrusal model, - geleneksel yaklaşıma da uygun olarak- tercih edilmiştir.

2. Çift logaritmik modelde yapay değişkenlerin doğrudan logaritmik dönüşümleri alınamayacağından bu model tercih edilmemiştir.

Amacımız tek tek tüketim harcaması gruplarını analiz etmek ve her bir harcama grubu için gelir esnekliğini araştırmak olsaydı, çift logaritmik kalıp tercih edilebilirdi. Ancak bizim amacımız tüketim davranışını bir bütün olarak analiz etmek ve tüketim davranışını etkileyen faktörleri yapay değişkenler yardımıyla ortaya koymaktır.

3.Yine çift logaritmik kalıbın önemli özelliklerinden birisi de doğrusal modelde değişen varyans sorunu ortaya çıktığında, değişen varyansı ortadan kaldırmak için kullanılması önerilen çözüm yollarından birisi olmasıdır. Halbuki bizim çalışmamızda çift logaritmik model değişen varyans sorununu çözmede başarısız olmuştur. Bu da doğrusal modelin tercih edilmesinin bir başka gerekçesini oluşturmaktadır.

3.2 YAPAY DEĞİŞKENLERE GÖRE MODEL TAHMİNLERİ

Hanehalklarının tüketim harcamaları ile ilgili kararlarını etkileyen gelir dışındaki determinantların etkilerini ortaya koyabilmek amacıyla yapay değişkenli modeller tahmin edilmiştir. Yapay değişkenli modeller tahmin edilirken, yapay değişkenlerin tüketime başlama noktası ile birlikte marjinal tüketim eğilimini de etkiledikleri varsayılmıştır. Böylece her bir yapay değişkenin otonom tüketim ve marjinal tüketim eğiliminde neden olduğu farklılık analiz edilmiştir.

Tüketim harcamalarını etkileyen gelir dışındaki determinantların tüketim kararı üzerindeki etkilerinin varlığı kabul edilmekle birlikte; yapılan ampirik çalışmalarda bu determinantların çoğunun etkilerin yönü ve anlamlılığı hakkında kesin kanıtlara ulaşılamadığı bilinen bir gerçektir. Keynes'in de vurguladığı gibi bu determinantların etkisi ancak uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Bizim çalışmamız gibi, yatay kesit çalışmalarda ancak uzun dönemde etkileri ortaya çıkacak etkenlerin parametre tahminlerinin bir kısmının anlamlı olmaması normal karşılanmalıdır.

Yapay değişkenlere göre analiz yapılırken her bir yapay değişken için istatistiki ve ekonometrik testler yapılmış, tahmin edilen bütün modellerde ortaya çıkan değişen varyans sorununun olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için White değişen varyansla tutarlı kovaryans tahmin edicileri yöntemi kullanılmıştır.

Yapay değişkenli model tahminlerinde kullanılan sabit terimli doğrusal modelin genel biçimi aşağıdaki gibidir:

$$Y = b_0 + b_1X + b_2D + b_3Z$$

Fonksiyondaki b_2 katsayısı, yapay değişkenin, tüketime başlama noktasında (otonom tüketimde) neden olduğu farkı, b_3 katsayısı ise, marjinal tüketim eğiliminde neden olduğu farkı göstermektedir.

3.2.1 Yerleşim Birimi Faktörü

Yerleşim birimi faktörünün tüketim harcamaları üzerindeki etkisi, üç ayrı yapay değişken kullanılmak suretiyle analiz edilmiştir. Bunlar sırasıyla, kentleşme faktörü, yerleşim birimi faktörü ve semt faktörüdür.

3.2.1.1 Kentleşme Faktörü

Kentleşme faktörü yapay değişkeni ile hanehalkları ikamet ettikleri yerleşim biriminin kır ya da kent olmasına göre iki gruba ayrılmıştır. Bu ayırmadaki amaç, kır ile kent arasında tüketim davranışı farkını ortaya koymaktır. Bu analizde kırdan oturan hanehalkları ana sınıf olarak kabul edilmiştir.

D: D=0 Kırdan oturan hanehalkları için ve D=1 kentte oturan hanehalkları için olmak üzere, kentleşme yapay değişkenidir.

Z: Z=D*X= Kentte oturan hanehalklarının kırdan oturanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 211.994	+ 0.675X	+228.018D	-0.14Z
	(26.454)	(0.0334)	(67.936)	(0.067)
t	8.013	20.222	3.356	-2.036
P	0.000	0.000	0.000	0.042

$$R^2 = 0.744, \quad \bar{R}^2 = 0.742 \quad s = 281.705 \quad F = 384.611 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 2.01$$

%5 önem düzeyinde, kentleşme faktörüne ait, otonom tüketim farkı (b_2) ve marjinal tüketim eğilim farkına (b_3) ait katsayıların her ikisi de istatistiksel olarak anlamlıdır²³⁷.

Tahmin sonuçlarına göre, ikamet edilen yerleşim biriminin kır ya da kent olması Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttır. Kırdan oturanların hem tüketime başlama noktaları hem de marjinal tüketim eğilimleri kentte oturanlardan farklıdır. Kırsal kesim için otonom tüketim 211,994 Milyon TL iken, kentte oturanların otonom tüketimi 228,018 Milyon TL fazlalıkla 440,012 Milyon TL'dir. Kırsal kesimde oturanların marjinal tüketim eğilimi %68 iken, kentte bu oran %54'tür. İlk bakışta kentsel alanda marjinal tüketim eğiliminin düşük olması, kentleşmenin tüketim eğilimini düşüren bir etken olduğu

²³⁷Yapay değişkenler için tahmin edilen modellerin istatistiksel testleri %5 önem düzeyinde yapılmıştır. Bu nedenle, bundan sonra farklı bir önem düzeyi tercih edilmedikçe, önem düzeyi belirtilmeyecektir.

biçiminde bir görünüm arz ediyor olsa da bu durumun nedeni kırsal alanda gelirlerin kente göre düşük olmasıdır.

Anket verilerine göre, kırsal alanda ortalama hanehalkı geliri, 981,729 Milyon TL iken, kentsel alanda 1.298,726 Milyon TL'dir. Karşılaştırmanın daha anlamlı olabilmesi için kırsal alandaki 981,729 Milyon TL ortalama gelir düzeyi için, kentsel tüketim fonksiyonu tahmin edildiğinde, tüketime başlama noktasında ciddi bir değişme olmamasına rağmen, marjinal tüketim eğilimi %81 çıkmaktadır. Bu da göstermektedir ki kentsel alanda aynı gelir grubu için marjinal tüketim eğilimi %13 daha yüksektir. Bu sonuç kentleşmenin marjinal tüketim eğilimini artırdığını göstermektedir. Aynı gelir grubu tüketime başlama noktasının ciddi manada değişmemesinin nedeni ise Kocaeli İlinin özel durumundan kaynaklanmaktadır. Kocaeli ilinin en uzak köylerine bile tek vasıta ile 40-50 dakikada ulaşmak mümkündür. Bu nedenle kırsal alanda oturanların önemli bir kısmı kentsel alanda çalışmaktadır ve gününbirlik olarak kente gidip gelmektedir. Ayrıca kırsal alandaki öğrencilerin önemli bir kısmı da yine kent merkezindeki okullara devam etmektedir. Kanaatimizce bu iki etkenin neden olduğu harcamalar, kırsal alanda tüketime başlama noktasının aynı gelir grubu için kentsel alanla çok farklı olmamasına yol açmaktadır. Bununla birlikte, kentle kırsalın bu iç içeliği kentsel alanın nisbeten yüksek tüketim kalıbının kırsal alana nüfuz etmesine ve tüketime başlama noktasının yükselmesine neden olmuş olabilir.

3.2.1.2 Yerleşim Birimi Faktörü (Kır İçin)

Kentleşme yapay değişkeni ile kır ya da kentsel alanda oturma'nın tüketim harcamaları üzerindeki etkisi analiz edilmişti. Kırsal alan için daha detaylı bir analiz gerçekleştirebilmek amacıyla, kırsal alanda oturan hanehalkları, oturdukları yerleşim biriminin nüfusuna göre, üç gruba ayrılarak yeni bir yapay değişken oluşturulmuş ve buna göre model tahmin edilmiştir. Kırsal alanda oturanlar, nüfusu 2.000'den az köylerde oturanlar, nüfusu 2.001-10.000 arası köy ve kasabalarda oturanlar ve nüfusu 10.001-20.000 arası kasaba ve ilçelerde oturanlar olmak üzere üç ayrı gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak, nüfusu 0-2.000 arası köylerde oturanlar kabul edilmiştir.

D_1 : $D_1=1$ Nüfusu 2.001-10.000 arası köy ve kasabalarda oturanlar için ve $D_1=0$ diğerleri için yerleşim birimi yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ Nüfusu 10.001-20.000 arası kasaba ve ilçelerde oturanlar için ve $D_2=0$ diğerleri için yerleşim birimi yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1 = D_1 * X =$ Nüfusu 2.001-10.000 arası köy ve kasabalarda oturanların, nüfusu 0-2.000 arası köylerde oturanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2 = D_2 * X =$ Nüfusu 10.001-20.000 arası kasaba ve ilçelerde oturanların, nüfusu 0-2.000 arası köylerde oturanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=140.503	+0.70X	+112.457D ₁	+144.800D ₂	-0.07Z ₁	-0.05Z ₂
	(69.377)	(0.1131)	(80.059)	(94.616)	(0.121)	(0.131)
t	2.025	6.196	1.405	1.530	-0.553	-0.353
P	0.045	0.000	0.163	0.128	0.581	0.724

$$R^2 = 0.830 \quad \bar{R}^2 = 0.822 \quad s = 174.595 \quad F = 103.122 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.80$$

Tahmin sonuçlarına göre, kırsal alanda oturan yerleşim biriminin nüfusu arttıkça tüketime başlama noktası yükselmekte, buna mukabil marjinal tüketim eğilimi düşmektedir. Marjinal tüketim eğilimindeki bu düşüş aslında, kırdan kente doğru gidildikçe gelirlerin artmasının bir sonucudur. Bununla birlikte, yapay değişkenlere ait katsayıların tümünün istatistiki testte başarısız olmaları nedeniyle, kırsal alanda, farklı büyüklükteki yerleşim birimlerinde ikamet etmenin, Kocaeli İli kırsal alanında tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.1.3 Semt Faktörü (Kent İçin)

Hanehalkları, kentsel alan için, hanehalkının ikamet ettiği semtin (mahallenin) niteliğine göre, fakir mahallede oturanlar, orta halli mahallede oturanlar ve zengin mahallede oturanlar olmak üzere üç ayrı gruba ayrılmıştır. Bu ayırmadan amaç, oturan semtin niteliğinin tüketim davranışı üzerinde etkili bir faktör olup olmadığını ortaya koymaktır. Ana sınıf olarak fakir mahallede oturanlar kabul edilmiştir.

D_1 : $D_1=1$ Orta halli mahallede oturanlar için ve $D_1=0$ diğerleri için semt yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ Zengin mahallede oturanlar için ve $D_2=0$ diğerleri için semt yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1=D_1*X$ = Orta halli mahallede oturanların fakir mahallede oturanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2*X$ = Zengin mahallede oturanların fakir mahallede oturanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	$=106.797$	$+0.92X$	$+348.634D_1$	$+468.593D_2$	$-0.40Z_1$	$-0.43Z_2$
	(34.059)	(0.0480)	(101.142)	(132.290)	(0.101)	(0.098)
t	3.313	19.182	3.447	3.542	-3.968	-4.302
p	0.001	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000

$$R^2 = 0.730 \quad \bar{R}^2 = 0.725 \quad s = 306.135 \quad F = 153.377 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.78$$

Semt faktörü yapay değişkenine ilişkin katsayıların tümü istatistiki testlerde başarılı olduğundan, Kocaeli İli kentsel alanında, oturlan semtin niteliği tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttır. Fakir semtten zengin semte doğru gidildikçe otonom tüketim harcamaları yükselirken, marjinal tüketim eğilimi düşmektedir. Fakir semtte oturanların tüketime başlama noktası diğerlerine göre oldukça düşüktür. Fakir semtte tüketime başlama noktası, 106,797 Milyon TL iken, orta halli semtte 455,431 Milyon TL, zengin semtte ise 575,390 Milyon TL'dir. Tüketime başlama noktası zengin semtte, fakir semtin yaklaşık 6 katıdır. Ülkemizin en zengin ilinde, fakir semtlerde oturan hanehalklarının otonom tüketim harcamalarının zengin semtte oturanlara göre bu kadar düşük olması, gelir dağılımının oldukça gayri adil olduğunu ima etmektedir. Orta halli semtlerde oturanlarla zengin semtte oturanlar arasında, nisbi olarak, otonom tüketim ve marjinal tüketim eğilimi farkının az olması, ilde sendikalı işçi oranının yüksek olması ve yüksek ücret ödeyen kamu iktisadi teşekküllerinin varlığı ile izah edilebilir.

Fakir semtte ikamet edenlerin marjinal tüketim eğilimi (%92) çok yüksektir. Bu oran, orta halli semtte %52, zengin semtte %49'dur. Tahmin sonuçlarından yola çıkarak, oturlan semtin ait olunan sosyal statüye uygun tercih edildiğini söylemek te

mümkündür. Bu durum aynı zamanda, geleneksel Türk şehirlerinde zenginle fakirin aynı mahallede, yan yana oturması geleneğinin –en azında İzmit için- son bulduğunun bir göstergesidir. İzmit bu yönüyle, sanayi kenti kavramına uymaktadır.

3.2.2 Cinsiyet Faktörü

Hanehalkları, hanehalkı reisinin cinsiyetine göre erkek ve kadınlar olarak iki gruba ayrılmıştır. Bu ayırmadan amaç, hanehalkı reisinin cinsiyetinin tüketim harcamalarını etkileyen bir faktör olup olmadığını analiz etmektir. Ana grup olarak tüketim davranışlarının daha istikrarlı olduğu kabul edilen kadınlar alınmıştır.

D: $D_1=0$ Kadınlar için ve $D=1$ erkekler için olmak üzere, cinsiyet yapay değişkenidir.

Z: $Z=D*X$ Erkeklerin kadınlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 333.912	+ 0.57X	+51.321D	-0.01Z
	(38.006)	(0.0539)	(65.817)	(0.075)
t	8.785	10.636	-0.780	0.127
P	0.000	0.000	0.436	0.899

$$R^2 = 0.735, \bar{R}^2 = 0.733 \quad s=286.842 \quad F=366.270 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW=1.99$$

Tahmin sonuçlarına göre hanehalkı reisinin erkek olması, kadınlara göre otonom tüketimde 51,321 Milyon TL'lik bir fazlalığa neden olmakla birlikte, marjinal tüketim eğiliminde önemli bir farklılığa yol açmamaktadır. Bu nedenle, iki grubun tüketime başlama noktalarının farklı olduğu ancak marjinal tüketim eğilimlerinin aynı olduğu söylenebilir.

Hanehalkı reisinin erkek ya da kadın olması tüketime başlama noktasında farklılığa neden olmakla birlikte, cinsiyet yapay değişkenine ait katsayılar istatistiki olarak testi geçemediklerinden, Kocaeli İlinde cinsiyet faktörünün hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.3 Meslek Faktörü

Meslek yapay değişkeni ile gelirin elde edilmesi bakımından hanehalkları, mülkiyeti başkasına ait bir işyerinde çalışan ücretliler ve kendi hesabına, başkasından bağımsız çalışanlar ile işverenler (ücret dışı gelir elde edenler) olmak üzere iki ana gruba ayrılmıştır. Bu analizde ücret geliri elde edenler temel sınıf olarak kabul edilmiştir.

D: D=0 Ücretliler için ve D=1 ücret dışı gelir elde edenler için olmak üzere, meslek yapay değişkenidir.

Z: $Z=D*X$ Ücret dışı gelir elde eden hanehalklarının ücret geliri elde edenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

$$Y = 253.752 + 0.71X + 122.803D - 0.19Z$$

(31.989) (0.0333) (67.470) (0.065)

$$t \quad 7.932 \quad 21.283 \quad 1.820 \quad -2.970$$

$$P \quad 0.000 \quad 0.000 \quad 0.069 \quad 0.003$$

$$R^2 = 0.769, \quad \bar{R}^2 = 0.766 \quad s = 268.224 \quad F = 327.832 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.93$$

Tahmin sonuçlarına göre, %10 önem düzeyinde her iki katsayı da istatistiki olarak başarılı olduğundan, meslek yapay değişkeni Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamaları etkileyen önemli bir determinanttır.

Ücret dışı gelir elde edenlerin hem tüketime başlama noktası, ücret geliri elde edenlere göre 122,803 Milyon TL fazla, hem de marjinal tüketim eğilimleri %19 düşüktür. Bu sonuçlardan, ücret dışı gelir elde edenlerin gelirlerinin daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Teorik beklenti, gelirini düzenli olarak elde eden ücretli sınıfın marjinal tüketim eğiliminin, gelirinde önemli dalgalanmalar meydana gelebilen ücret dışı gelir elde edenlerden yüksek olması yönündedir. Tahmin sonuçları bu beklentiyi karşılamaktadır. Ayrıca ücret dışı gelir edenlerin gelirleri ücret geliri elde edenlere göre her zaman daha yüksek olduğundan otonom tüketimlerinin yüksek olması da anlamlıdır.

3.2.4 Çalışan Sayısı Faktörü

Hanehalkları, çalışan sayısına göre üç ayrı gruba ayrılmıştır; çalışan sayısı 1, 2 ve 3+ olanlar. Tasnifin bu şekilde yapılmasının nedeni, iki kişi çalışanların genellikle karı-koca olması, ikiden fazla çalışanı olanların ise genellikle ataerkil, düşük gelirli geniş ailelerden oluşmasıdır. Ana sınıf olarak 1 çalışanı olan hanehalkları alınmıştır.

D_1 : $D_1=1$ Çalışan sayısı 2 olan hanehalkları için ve $D_1=0$ diğerleri için, çalışan sayısı yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ Çalışan sayısı 3+ olan hanehalkları için ve $D_1=0$ diğerleri için çalışan sayısı yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1= D_1 * X$ = Çalışan sayısı 2 olan hanehalklarının, çalışan sayısı 1 olanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2 * X$ = Çalışan sayısı 3+ olan hanehalklarının, çalışan sayısı 1 olanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=420.908	+0.53X	-36.690D ₁	-380.370D ₂	+0.06Z ₁	+0.38Z ₂
	(68.510)	(0.0695)	(131.066)	(72.165)	(0.1088)	(0.072)
t	6.143	7.553	-0.280	-5.270	0.583	5.281
p	0.000	0.000	0.779	0.000	0.560	0.000
$R^2 = 0.744$ $\bar{R}^2 = 0.740$ $s=282.600$ $F=229.206$ $Prob(F)=0.0000$ $DW= 1.80$						

Tahmin sonuçlarına göre, çalışan sayısı ile hanehalkı geliri arasında negatif korelasyon olduğu görülmektedir. Yeteri kadar geliri tek kişinin çalışması ile elde eden hanehalklarında başkalarının çalışmasına çok fazla gerek yok iken, haneye giren gelir düştükçe daha fazla kişi iş yaşamına katılmaktadır. Bu görüşü, 3+ çalışana sahip hanehalklarının tüketime başlama noktasının tek çalışanı olanlardan, 380,370 Milyon TL, iki çalışanı olanlardan 343,680 Milyon TL daha düşük olması, daha açık ifade edersek otonom tüketimlerinin sadece 40,538 Milyon TL olması desteklemektedir. Aksi halde çalışan sayısının tüketim harcamalarını azaltması gibi bir yorum yapmak gerekir ki, böyle bir yorum yapmak gerek teorik açıdan, gerekse hayatın gerçekleri açısından mümkün değildir. Zira, hiç kimse hanesine daha az gelirin girmesi için çalışma yaşamına katılmaz. Anket verilerine göre, çalışan

sayısının en fazla olduğu grubun, kişi başına gelirin en az olduğu çiftçiler olması bu görüşü desteklemektedir.

Yapay değişkene ait katsayıların istatistiki testlerini dikkate aldığımızda, hanehalkı çalışan sayısının 1 ya da 2 olmasının tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak çalışan sayısının 3 ve 3'ten fazla olması durumunda hem tüketime başlama noktası önemli derecede düşmekte, hem de marjinal tüketim eğilimi tek çalışanlı hanehalklarına göre %38 yükselmektedir. Bu durum, aynı zamanda kriz sürecinde tek başına geçinemeyen yakın akraba ailelerin ev kirası, ısınma giderleri gibi bazı temel harcamalardan tasarruf yapmak amacıyla bir arada yaşamaya başlamaları ile de yakından ilgilidir. Anket uygulaması esnasında, ekonomik kriz öncesi ayrı evlerde yaşayan düşük gelirli ailelerin -ekonomik krizin olumsuz etkileri nedeniyle- iki hatta üçünün bir araya gelerek yeni bir hanehalkı olduklarına şahit olunmuştur.

Netice olarak, tahmin sonuçlarına göre çalışan sayısının tüketim harcamalarını etkilemesinden ziyade, tüketim seviyesinin çalışan sayısını etkilediğini söylemek daha doğrudur.

3.2.5 Hanehalkı Büyüklüğü Faktörü

Hanehalkları, büyüklüklerine göre 2 kişi, 3 kişi, 4 kişi, 5-7 kişi ve 8+ olmak üzere, beş ayrı gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak, 2 kişilik aile kabul edilmiştir. 2, 3 ve 4 kişilik aileler genellikle çekirdek aile olduklarından bu gruptaki ailelerin kişi sayısının birer artırılarak yapay değişken olarak kullanılması tercih edilmiştir. 5-7 kişilik aileler ise ya ataerkil ya da çok çocuklu ailelerdir. 8+ fert sayısına sahip aileler ise, ataerkil aileler ile düşük ücretli yakın akraba birden fazla ailenin birlikte yaşadığı hanelerden oluşmaktadır. Bu analizde 2 kişilik hanehalkları temel sınıf olarak kabul edilmiştir.

D_1 : $D_1=1$, 3 kişilik hanehalkı için ve $D_1=0$ diğerleri için hanehalkı büyüklüğü yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$, 4 kişilik hanehalkı için ve $D_2=0$ diğerleri için hanehalkı büyüklüğü yapay değişkendir.

D_3 : $D_2=1$, 5-7 kişilik hanehalkı için ve $D_2=0$ diğerleri için hanehalkı büyüklüğü yapay değişkendir.

D_4 : $D_4=1$, 8+ kişilik hanehalkı için ve $D_3=0$ diğerleri için hanehalkı büyüklüğü yapay değişkendir.

Z_1 : $Z_1=D_1*X=3$ kişilik hanehalkının 2 kişilik hanehalkına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2*X=4$ kişilik hanehalkının 2 kişilik hanehalkına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_3 : $Z_3=D_3*X=5-7$ kişilik hanehalkının 2 kişilik hanehalkına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_4 : $Z_4=D_3*X=8+$ kişilik hanehalkının 2 kişilik hanehalkına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=214.176	+0.72X	+262.225D ₁	+119.182D ₂	+162.618D ₃	+204.800D ₄	-0.23Z ₁	-0.12Z ₂	-0.16Z ₃	-0.15Z ₄
	(74.056)	(0.0793)	(137.896)	(120.543)	(98.476)	(196.815)	(0.136)	(0.120)	(0.102)	(0.197)
t	2.892	9.086	1.901	0.988	1.651	1.041	-1.668	-0.995	-1.507	-0.753
P	0.004	0.000	0.058	0.323	0.099	0.298	0.096	0.320	0.132	0.451

$$R^2 = 0.742 \quad \bar{R}^2 = 0.736 \quad s = 284.846 \quad F = 125.094 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 2.07$$

Tahmin sonuçlarına göre, hanehalkı fert sayısı ile tüketime başlama noktası arasında pozitif bir ilişki vardır. Ancak 3 kişilik hanehalkından 4 kişilik hanehalkına geçildiğinde otonom tüketim düşmekte ve marjinal tüketim eğilimi yükselmektedir. Bu durumun nedeni, muhtemelen üçüncü kişinin hanehalkına yeni katılan bir bebek olması ve bebekle ilgili bir kısım temel eşyaların bu dönemde alınması ve çalışan anne nedeniyle bakıcı ve kreş masraflarının varlığıdır. Ayrıca ilk bebeğe ait harcamaların diğerlerine göre önemli bir miktar fazla olması, toplumsal bir gerçeğimizdir. 4 kişilik aileler ise genellikle anne baba ve iki çocuktan müteşkil ya da biri çocuk biri bebekli ailelerden oluşmaktadır. Her iki durumda da eğer dördüncü kişi bebekse bir önceki bebekten kalan eşyalar kullanılmakta ya da ikisi de çocuksa, çocukların varlığı hanehalkı tüketim harcamalarını önemli miktarda etkilememektedir. Ayrıca, üç kişilik hanehalklarının bir kısım dayanıklı malları alma aşamasındaki genç aileleri kapsadığı düşünüldüğünde 4 kişilik ailelere göre otonom harcamalarının ve marjinal tüketim eğilimlerinin daha yüksek olması doğal karşılanabilir. Anket

verilerine göre 3 kişilik 90 hanehalkının %34'ünde 3 yaşından küçük bebek varken, %27'sinde iki kişi çalışmakta, %2'ünde ise 3 kişi çalışmaktadır. Bu verilere göre, üç kişilik hanehalklarının önemli bir bölümünün sanayi devrimi sonrası eşlerin her ikisinin de iş yaşamına katıldığı tek çocuklu çekirdek aile tipine uyduğu söylenebilir.

Tahmin sonuçlarına göre, hanehalkı büyüklüğü için kullanılan yapay değişkenlere ait 8 katsayıdan sadece 3'ünün %10 önem düzeyinde istatistiki teste başarılı olmaları nedeniyle, Kocaeli İlinde hanehalkı büyüklüğünün tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır .

Hanehalkı büyüklüğünün yapay değişken olarak kullanıldığı yukarıdaki tahmininin başarısız olması üzerine, doğrudan hanehalkı büyüklüğünü içeren aşağıdaki model tahmin edilmiştir. Modeldeki K sembolü, hanehalkı fert sayısını temsil etmek için kullanılmıştır.

$$Y = 361.017 + 0.564X + 5.345K$$

$$(58.071) \quad (0.0515) \quad (9.017)$$

$$t \quad 6.217 \quad 10.950 \quad 0.593$$

$$P \quad 0.000 \quad 0.000 \quad 0.554$$

$$R^2 = 0.735 \quad \bar{R}^2 = 0.733 \quad s = 286.428 \quad F = 551.069 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 2.12$$

Ancak bu modelde de, hanehalkı büyüklüğüne ait katsayı istatistiki testi geçemediğinden, her iki model birlikte değerlendirildiğinde, Kocaeli İlinde hanehalkı büyüklüğünün tüketimi etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.6 Yaş Faktörü

Hanehalkları, hanehalkı reisinin yaşına göre, psikolojik gelişim dönemleri dikkate alınarak, 18-35, 36-50, 51-65 ve 66+ olmak üzere dört ayrı gruba ayrılmıştır. Yaş gruplarının bu şekilde, gelişim dönemlerine dikkate alınarak tasnif edilmesinin bir nedeni de geleceğe dönük tüketim teorisinin farklı yaş grupları için tüketim davranışının farklılaşacağı yönündeki varsayımını test etmektir. 36-50 yaş grubu, temel sınıf olarak kabul edilmiştir.

$D_1 : D_1=1$, 18-35 yaş grubu için ve $D_1=0$ diğerleri için yaş yapay değişkenidir.

$D_2 : D_2=1$, 51-65 yaş grubu için ve $D_2=0$ diğerleri için yaş yapay değişkenidir.

$D_3 : D_3=1$, 66+ yaş grubu için ve $D_3=0$ diğerleri için yaş yapay değişkenidir.

$Z_1 : Z_1 = D_1 * X = 18-35$ yaş grubunun 36-50 yaş grubuna göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

$Z_2 : Z_2 = D_2 * X = 51-65$ yaş grubunun 36-50 yaş grubuna göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

$Z_3 : Z_3 = D_3 * X = 66+$ yaş grubunun 36-50 yaş grubuna göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=445.150	+0.53X	-164.248D ₁	-56.430D ₂	-293.256D ₃	+0.12Z ₁	-0.03Z ₂	+0.19Z ₃
	(79.562)	(0.0727)	(88.867)	(96.440)	(112.716)	(0.083)	(0.093)	(0.165)
t	5.596	7.322	-1.847	-0.585	-2.602	1.483	-0.361	-1.135
P	0.000	0.000	0.065	0.558	0.009	0.138	0.718	0.257
$R^2 = 0.745$, $\bar{R}^2 = 0.741$, $s = 282.525$ $F = 164.121$ $\text{Prob}(F) = 0.0000$ $DW = 1.82$								

Tahmin sonuçlarına göre 36-50 yaş grubunun gerek tüketime başlama noktasının diğerlerinden yüksek olması gerekse, marjinal tüketim eğilimlerinin düşük olması teorik açıdan anlamlıdır. Zira bu grup iş yaşamında verimliliği, dolayısıyla geliri en yüksek gruptur. Geliri yüksek grupların tüketime başlama noktalarının yüksek, marjinal tüketim eğilimlerinin düşük olması doğaldır. Yine genç grup (18-35), ile 66+ yaş grubunda otonom tüketimin düşük, marjinal tüketim eğilimlerinin yüksek olması da mutlak gelir hipotezi açısından teorik beklentileri karşılamaktadır. Ancak bu sonuçlar, geleceğe dönük tüketim teorisi açısından değerlendirildiğinde tatminkâr değildir. Bu teori de insanların hayatlarının başında ve sonunda gelirlerinin düşük, orta kısmında ise yüksek olduğunu varsaymaktadır. Ancak gelir düzeyindeki bu farklılığa rağmen tüketim harcamalarında önemli bir farklılık olmadığını varsaymaktadır (tüketim düzleştirmesi varsayımı). Otonom tüketim harcamaları arasındaki farkın oldukça yüksek olması nedeniyle tahmin sonuçlarının bu teori açısından başarısız olduğu söylenebilir.

Hanehalkı reisinin yaşı bütün yaş grupları için tüketim harcamalarında farklılığa neden olmakla birlikte, tahmin sonuçları istatistiki açıdan değerlendirildiğinde, bu farkın

sadece 18-35 ve 66+ yaş gruplarının 36-50 yaş grubuna göre tüketime başlama noktalarını gösteren katsayılar için %10 önem düzeyinde anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, 18-35 yaş grubunun tüketime başlama noktası, temel sınıfa göre, 164,248 Milyon TL, 66+ yaş grubunun ki ise 293,256 Milyon TL daha düşüktür.

Bütün grupların marjinal tüketim eğilimi farkını gösteren yapay değişkenlere ait katsayılarının istatistiki testte başarısız olması teorik beklentileri karşılamamaktadır. Ancak bu durumun nedeni, emeklilik yapay değişkeni kısmında da ifade edildiği gibi ülkemizde uygulanan sosyal güvenlik sisteminin gelişim psikolojisi tarafından tanımlanan gelişim dönemlerine uygun dizayn edilmemesidir. Ankete katılanlar içinde 18-35 grubu hariç olmak üzere her grupta emekliler ve çalışan emekliler vardır. Bu durum, yapılan tahminin özellikle marjinal tüketim eğilimi üzerinde neden başarılı olmadığını izah etmektedir.

Yaş faktörünün etkisini daha ayrıntılı olarak ortaya koyabilmek amacıyla, ülkemizde daha önce yapılan tüketim çalışmalarında olduğu gibi ikili ayrıma göre de yaş yapay değişkeni kullanılarak²³⁸, hanhalkları reislerinin yaşı 35'ten küçük olanlar ve 36-65 olanlar (yetişkinler) biçiminde ikiye ayrılmıştır. Önceki çalışmalardan farklı olarak 66+ yaş analiz dışı bırakılmıştır. Böylece, gençler ile yetişkinler arasında tüketim davranışı farkının ortaya konulması amaçlanmıştır.

D: $D_1=0$, 18-35 yaş grubu ve $D=1$ 36-65 grubu için olmak üzere, yaş yapay değişkenidir.

Z: $Z=D*X=36-65$ yaş grubundaki tüketicilerin 18-35 yaş grubundaki tüketicilere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 281.100	+ 0.657X	+144.959D	-0.12Z
	(39.393)	(0.0413)	(77.800)	(0.076)
t	7.135	15.878	1.863	-1.651
P	0.000	0.000	0.063	0.099

$$R^2 = 0.738, \bar{R}^2 = 0.736 \quad s=285.522 \quad F=364.393 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW=1.81$$

²³⁸Avrahoğlu, a.g.e., s.142;

Fehim Bakırcı, "Tüketici Karar ve Davranışlarını Belirleyen Faktörler ve İki Grup İfade Tüketim Fonksiyonları Mukayesesi", (Basılmamış Doktora Tezi, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi SBE, 1999), s.183.

Tahmin sonuçlarına göre, %10 önem düzeyinde, ikili ayrıma göre oluşturulan yaş yapay değişkenine ait katsayıların her ikisinin de istatistiki testlerde başarılı olmaları nedeniyle Kocaeli İlinde hanehalkı reisi yaşının tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yaşları 35'in altında olan genç hanehalklarının otonom tüketimleri, mesleklerinde ve hayatlarında belirli aşamaya gelmiş, hayatlarını düzene koymuş, belirli bir hayat standardını oluşturmuş yetişkinlere göre 144.959 Milyon TL daha düşüktür. Marjinal tüketim eğilimleri ise %12 daha yüksektir. Bu sonuçlar iş yaşamının başındaki gençlerin gelirlerinin düşük, yetişkinlerin kariyerlerindeki ilerlemenin ve tecrübelerinin de bir sonucu olarak daha yüksek gelir elde etmeleri biçimindeki teorik beklentiye de uygundur.

3.2.7 Emeklilik Faktörü

Hanehalkları, reislerinin emekli olup olmadıklarına göre emekli ve çalışanlar olmak üzere iki ayrı gruba ayrılmıştır. Buradaki amaç, reisi emekli olan hanehalklarının diğerlerine göre tüketim davranışlarındaki farklılıklarının ortaya konulmasıdır. Bu farkın anlamlı olması için çalışan emekliler dışarıda bırakılarak analiz yapılmıştır. Bu yapay değişkenin kullanılmasının nedeni; sosyal güvenlik sistemindeki çarpıklıklar nedeniyle, psikolojik gelişim dönemleri dikkate alınarak oluşturulan yaş yapay değişkeninin tüketim davranışını etkileyen önemli bir faktör olmadığı yönündeki tahmin sonucudur.

Burada dikkate edilmesi gereken iki önemli nokta vardır: Birincisi; ülkemizdeki emeklilik kavramı erken yaşta emeklilik olgusunun varlığından dolayı, gelişim psikolojisi açısından tanımlanan emeklilik kavramı (yaş olarak 65 ve üstü) ile çakışmamaktadır. Normalde emeklilik dönemi çalışma hayatından mutlak anlamda ayrılmayı ima ederken, ülkemizde 30'lu yaşların sonlarında emekli olan insanların sayısı ihmal edilemeyecek oranlardadır. Halbuki emeklilik yaşı, gelişmiş ülkelerde 65 yaşın üstündedir. Bu da ortalama olarak ülkemizde 20-25 yıl önce emeklilik statüsüne geçmeyi ima eder. Hal böyle olunca, özellikle geleceğe dönük tüketim teorisi açısından bizdeki emeklilik kavramı fonksiyonelliğini yitirmektedir. Bu kısımda analiz dışı bıraktığımız çalışan emeklilere ait 20 hanehalkı reisinin %45'i 36-50 yaş arasında (ki bu aralık gelişim psikolojisinde yetişkinlik dönemine tekabül

etmektedir), %40'ı 51-65 yaş arasındadır (bu aralık ta gelişim psikolojisi açısından ileri yetişkinlik dönemi olarak kabul edilmektedir), kalan %15 ise gerçek emekli kavramına uyacak biçimde 65+ yaşadadır. Anketin kapsadığı toplam 46 emekli+emekli çalışanın sadece %15'i gelişim psikolojisi açısından tanımlanan emekli kavramına uygundur.

İkincisi, erken yaşta emeklilik, düşük emeklilik aylıkları ile birleşince emeklilik sonrası istihdam önemli boyutlara ulaşmaktadır. Araştırmanın bu kısmında analizin daha sağlıklı olması için çalışan emekliler dışarıda bırakılarak yapay değişken oluşturulmuştur. Bu tahminde ana sınıf olarak çalışanlar kabul edilmiştir.

D: D=0 Çalışanlar için ve D=1 emekliler için olmak üzere, emeklilik yapay değişkenidir.

Z: Z=D*X= Emeklilerin, çalışanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 400.821	+ 0.56X	-183.645D	+0.14Z
	(56.230)	(0.0540)	(111.283)	(0.138)
t	7.128	10.290	-1.650	0.982
P	0.000	0.000	0.099	0.326
R ² = 0.739 \bar{R}^2 = 0.736 s=288.826 F=265.001 Prob(F)=0.0000 DW= 1.99				

Emeklilik faktörünün, tüketime başlama noktası ile ilgili katsayısı %10 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğundan, emeklilik faktörü Kocaeli ilinde tüketime başlama noktasını etkileyen önemli bir değişkendir.

Emeklilerin otonom tüketimleri, çalışanlardan 183,645 Milyon TL düşüktür. Bu sonuç ülkemizdeki düşük emekli aylıkları dikkate alındığında anlamlıdır. Ancak geleceğe dönük tüketim teorisi açısından ele alındığında, emeklilerin tüketime başlama noktasının çalışanlara göre hayli düşük olması, geleceğe dönük tüketim teorisinin tüketim düzleştirme varsayımına uymamaktadır. Bu varsayım göre tüketim harcamalarında emeklilik döneminde önemli bir değişikliğin olmaması gerekirdi. Emeklilerin marjinal tüketim eğiliminin çalışanlara göre %14 fazla olduğu görülmekle birlikte, ilgili değişkene ait katsayının istatistiki testte başarısız olması

nedeniyle, emeklilik faktörünün marjinal tüketim eğilimini etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.8 Eğitim Faktörü

Hanehalkları, hanehalkı reisinin eğitimine göre, ilköğretim, lise, MYO/Fakülte/Lisansüstü olmak üzere üç ayrı gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak, ilköğretim (ilkokul+ortaokul) mezunları alınmıştır.

D_1 : $D_1=1$ Lise için ve $D_1=0$ diğerleri için eğitim yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ MYO/Fakülte/Lisansüstü için ve $D_2=0$ diğerleri için eğitim yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1=D_1*X$ = Lise mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2*X$ = MYO/Fakülte/Lisansüstü eğitim mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=337.337	+0.56X	+168.818D ₁	+60.0121D ₂	-0.06Z ₁	+0.07Z ₂
	(59.875)	(0.0719)	(122.292)	(150.504)	(0.115)	(0.131)
t	5.634	7.591	1.380	0.398	-0.485	0.528
P	0.000	0.000	0.168	0.690	0.627	0.597

$$R^2 = 0.753, \bar{R}^2 = 0.750, s = 277.388 \quad F = 240.890 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.90$$

Kocaeli İli ülkemiz sanayisinin kalbi konumundadır. Özel sektör ve kamuya ait çok sayıda sanayi kuruluşuyla sanayi kenti kavramını en çok hak eden kenttir. İl GSYİH'nın yaklaşık %76'sı sanayi sektöründen elde edilmektedir. Bu yapıya uygun olarak ildeki istihdamın en büyük payı sanayi sektöründedir. Bu sektörde çalışan işçilerin ücretlerinde, bilindiği gibi eğitimin önemli bir etkisi, hatta çoğu sanayi kuruluşunda hiçbir etkisi yoktur. Nitekim ankete katılan 156 işçinin %22'si ilkokul mezunu, %15'i ortaokul, %45'i ise lise mezunudur. Bunlardan sadece %18'i MYO ya da lisans mezunudur ki bunların önemli bir kısmını da yönetici

pozisyonundadır²³⁹. Halbuki ankete katılan memurların sadece %3'ü ilkokul mezunu iken, %7'si ortaokul, %29'u lise mezunudur. Lisans ve lisansüstü eğitim mezunlarının oranı ise %54'tür. Bu veriler de göstermektedir ki ildeki genel eğitim, eğitim seviyesi yükseldikçe istihdamın kamuya yönelmesidir. Ayrıca sanayi kuruluşlarının lise ve meslek lisesi mezunlarını işçi statüsünde çalıştırmayı tercih etmeleri ve üniversite mezunlarını özellikle tercih etmemeleri de bu sonuca katkıda bulunmaktadır. Böylece yüksek ücret ödeyen sanayi kuruluşlarında ağırlıklı olarak lise mezunlarının çalışması, ülkemizin nisbi olarak en etkili sendikalarının da ilde bulunması gerçeği ile birleşince eğitimle gelir arasında bulunması gereken pozitif korelasyon beklentisinin aksine, eğitim seviyesi yükseldikçe gelirlerin düşmesi gibi enteresan bir sonuçla karşılaşmaktadır. Doğal olarak, gelirdeki düşüşe uygun olarak tüketim harcamaları da değişmektedir.

Tahmin bulgularına göre tüketime başlama noktası en yüksek olan (506,155 Milyon TL) grup lise mezunlarıdır. Bu grubu MYO/lisans ve lisansüstü eğitilmişler izlemektedir (397,349 Milyon TL). İlkokul ve ortaokul (ilköğretim) mezunları ise daha çok düşük ücret ödeyen sanayi kuruluşları ya da taşeron firmalarda istihdam edilmektedir. Bu nedenle bu kategoridekilerin gelirleri, dolayısıyla tüketime başlama noktaları daha düşüktür. Yine ilginç bir biçimde lise mezunlarının marjinal tüketim eğilimi MYO/Lisans/Lisansüstü eğitim mezunlarından %13 düşüktür. Bu durumda eğitim kategorileri arasında en yüksek marjinal tüketim eğilimine (%62) sahip olan MYO/Lisans/Lisansüstü eğitim mezunlarının durumu dikkate alınarak, eğitim seviyesinin yükselmesinin, bu kategori için, marjinal tüketim eğilimini yükselttiği söylenebilir.

Elde edilen tahmin sonuçlarına göre, eğitim yapay değişkenine ilişkin katsayıların istatistikî testlerde başarılı olmaması ve ildeki istihdamın yapısı da dikkate alınmak suretiyle, Kocaeli İlinde eğitim faktörünün tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

²³⁹ Ankette SSK'ya tabi olan hanehalkı reisleri işçi olarak kabul edilmiştir.

3.2.9 Sosyal Güvence Faktörü

Hanehalkları, herhangi bir sosyal güvenlik şemsiyesi altında bulunup bulunmadıklarına göre iki gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak, sosyal güvencesi olan hanehalkları kabul edilmiştir.

D: D=0 Sosyal güvencesi olan hanehalkları için ve D=1 sosyal güvencesi olmayan hanehalkları için olmak üzere, sosyal güvence yapay değişkenidir.

Z: Z=D*X= Sosyal güvencesi olmayan hanehalklarının, sosyal güvencesi olanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

$$Y = 418.370 + 0.55X - 159.292D + 0.046Z$$

	(61.848)	(0.0568)	(87.820)	(0.103)
t	6.764	9.695	-1.813	-0.441
P	0.000	0.000	0.070	0.659

$$R^2 = 0.741 \quad \bar{R}^2 = 0.739 \quad s = 283.565 \quad F = 377.855 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.79$$

Tahmin sonuçlarına göre, sosyal güvencesi olan hanehalklarının tüketime başlama noktası, sosyal güvencesi olmayanlardan 159,292 Milyon TL fazladır. Sosyal güvencesi olan hanehalklarının yaşlılık dönemi için daha az tasarrufta bulunmaları gerektiğinden, daha yüksek tüketimde bulunmaları beklenir. İki gruba ait otonom tüketim farkı teorik beklentiyi karşılamaktadır. Sosyal güvencesi olan hanehalklarının marjinal tüketim eğilimi diğer gruba göre %4.4 düşüktür.

Tahmin sonuçlarına göre, sadece otonom tüketim farkına ait katsayının istatistiki olarak anlamlı olması nedeniyle, sosyal güvence faktörünün Kocaeli İlinde tüketime başlama noktasını etkileyen önemli bir determinant olduğu, ancak marjinal tüketim eğilimini etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.10 Servet Faktörü

Hanehalkları, varlık stoklarının (servetlerinin) en önemli göstergesi olan, beş temel varlık kalemi için gruplara ayrılarak yapay değişkenler oluşturulmuş ve oluşturulan bu yapay değişkenlere göre modeller tahmin edilmiştir. Gayri menkul varlığı ile oturlan evin mülkiyetinin ayrı ayrı yapay değişken olarak kullanılmasının

nedeni ise, kira ödeyenler ile ödemeyenlerin tüketim davranışı arasında farklılık olup olmadığını ortaya kaymaktadır. Bilindiği gibi bir kısım gayri menkuller (değeri düşük arsa, tarla vb.) herhangi bir gelir getirmediği gibi, mülkiyetlerinde bulundurmaları nedeniyle hanehalklarına vergi ve bakım masrafları yüklemektedir.

Servet ana yapay değişkeni için, gayri menkul varlığı faktörü, ev mülkiyeti faktörü, dayanıklı mal stoku faktörü, otomobil varlığı faktörü ve menkul varlığı faktörü için modeller tahmin edilmiştir.

3.2.10.1 Gayri Menkul Varlığı Faktörü

Hanehalkları, gayri menkul varlığı olanlar ve olmayanlar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak gayrimenkul varlığı olanlar alınmıştır. Teorik beklenti, gayri menkul sahiplerinin otonom tüketimlerinin yüksek, marjinal tüketim eğilimlerinin ise düşük olmasıdır.

D: D=0 Gayri menkul varlığı olanlar için ve D=1 gayri menkul varlığı olmayanlar için olmak üzere, gayri menkul varlığı yapay değişkenidir.

Z: $Z=D_1 * X$ Gayri menkul varlığı olmayan hanehalklarının, olanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 400.316	+ 0.54X	-178.866D	+0.22Z
	(62.488)	(0.0567)	(71.037)	(0.069)
t	6.406	9.584	-2.517	3.115
P	0.000	0.000	0.012	0.002

$$R^2 = 0.746 \quad \bar{R}^2 = 0.744 \quad s = 280.688 \quad F = 388.362 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.86$$

Yapay değişkene ait her iki katsayı da istatistiki testlerde başarılı olduğundan Kocaeli İlinde gayri menkul varlığı faktörü, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttir.

Tahmin sonuçlarına göre, hanehalkına ait herhangi bir gayri menkulün varlığı tüketime başlama noktasını yükseltirken, marjinal tüketim eğilimini ciddi ölçüde düşüren önemli faktördür. Gayri menkul sahibi hanehalklarının otonom tüketimleri diğerlerinden 178,866 Milyon TL yüksek iken, marjinal tüketim eğilimleri hatırı

sayılır oranda, %22 daha düşüktür. Genel bir eğilim olarak, gayri menkul sahiplerinin gelir seviyelerinin yüksek olduğu varsayıldığından, marjinal tüketim eğilimlerinin düşük olması beklenir. Gerek tüketime başlama noktası, gerekse marjinal tüketim eğilimi farkına ilişkin sonuçlar teorik beklentileri karşıladığından yapılan tahmin başarılıdır.

3.2.10.2 Ev Mülkiyeti Faktörü

Hanehalkları, ikamet ettikleri konutun mülkiyetine göre iki gruba ayrılmıştır; oturdukları ev kendilerini ait olanlar ve kiracılar. Ana sınıf olarak, ev sahipleri kabul edilmiştir. Böylece, kiracıların tüketim davranışlarının temel sınıfa göre farklılaşarak farklılaşmadığı analiz edilmiştir.

D :D=0 Kendi evlerinde oturanlar için ve D=1 kirada oturanlar için olmak üzere, ev mülkiyeti yapay değişkenidir.

Z: Z= D*X= Kiracıların, kendi evlerinde oturan hanehalklarına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 402.532	+ 0.53X	- 172.868D	+0.22Z
	(61.032)	(0.0582)	(71.087)	(0.070)
t	6.595	9.100	-2.432	3.147
P	0.000	0.000	0.015	0.001

$$R^2 = 0.754 \quad \bar{R}^2 = 0.752 \quad s = 276.015 \quad F = 406.131 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.82$$

Ev mülkiyeti yapay değişkenine ait katsayılar istatistiki testte başarılı olduklarından, Kocaeli İlinde, oturlan evin mülkiyetinin hanehalkına ait olmasının, hem tüketime başlama noktası hem de marjinal tüketim eğilimi üzerinde etkili olan önemli bir determinant olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İkamet edilen konutun mülkiyetine sahip olanların tüketim başlama noktası hatırı sayılır biçimde kiracılardan yüksek iken (172.868 Milyon TL), yine marjinal tüketimleri eğilimleri de hatırı sayılır oranda (%22) düşüktür. Bu netice, aynı zamanda belirli bir gelir düzeyinin üzerindeki hanehalklarının ev sahibi olabildiğini göstermektedir. Kiracıların otonom tüketimlerinin düşük, tüketim eğilimlerinin yüksek olması, gelirlerinin düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

3.2.10.3 Dayanıklı Mal Stoku Faktörü

Hanehalklarına, ankette, normal olarak bir hanede bulunması gereken 10 ana dayanıklı mal kaleminden hangilerine sahip oldukları sorulmuştur. Verilen cevaplara göre, dayanıklı mal varlığı stoku yeterliliğine göre hanehalkları iki gruba ayrılarak analiz edilmiştir. 7 kalem ve altına sahip olanlar yetersiz, 7-10 kaleme sahip olanlar ise dayanıklı mal stoku yeterli olanlar şeklinde tasnif edilmiştir. Dayanıklı mal stoku yetersiz olanlar temel sınıf olarak kabul edilmiştir.

D: D=0 Dayanıklı mal stoku yetersiz hanehalkları için ve D=1 dayanıklı mal stoku yeterli hanehalkları için dayanıklı mal stoku yapay değişkenidir.

Z: Z=D*X= Dayanıklı mal stoku yeterli hanehalklarının, dayanıklı mal stoku yetersiz olanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

$$Y = 216.060 + 0.69X + 268.710D - 0.17Z$$

$$(38.940) \quad (0.0569) \quad (83.006) \quad (0.008)$$

$$t \quad 5.548 \quad 12.088 \quad -3.237 \quad -2.033$$

$$P \quad 0.000 \quad 0.000 \quad 0.001 \quad 0.042$$

$$R^2 = 0.749 \quad \bar{R}^2 = 0.748 \quad s=278.674 \quad F=389.822 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW= 1.77$$

Dayanıklı mal stoku yapay değişkenine ait her iki katsayı da istatistiki testte başarılı olduğundan, Kocaeli İlinde dayanıklı mal stoku yeterliliği faktörünün, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen tahmin sonuçlarına göre, dayanıklı mal stoku yeterli olan hanehalklarının tüketime başlama noktaları, dayanıklı mal stoku yetersiz olan hanehalklarından yaklaşık 2.3 kat daha yüksektir (484,770 Milyon TL). Marjinal tüketim eğilimleri ise daha %17 daha düşüktür. Bu sonuçlara göre, dayanıklı mal stokunun yeterliliği ile gelir seviyesi arasında pozitif korelasyon olduğunu söyleyebiliriz. Dayanıklı mal stokunun kalite ve yeterliliği gelir seviyesinin bir fonksiyonu olarak algılandığında ise, dayanıklı mal varlığındaki artışı tek başına otonom tüketim harcamalarını artıran bir faktör olarak değerlendirmek yerine, belirli bir tüketim seviyesini aşan ailelerin dayanıklı mal stoku seviyesini yükselttiğini

söylemek daha makul görünmektedir. Dayanıklı mal stoku yeterli olan ailelerin marjinal tüketim eğiliminin diğerlerine göre daha düşük olması da makuldür. Çünkü bunların, yenileme ve bakım masrafları dışında, gelirlerinden dayanıklı mallar için harcama yapmalarına gerek yoktur.

3.2.10.4 Otomobil Varlığı Faktörü

Hanehalkları, otomobili olanlar ve olmayanlar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak otomobili olmayanlar alınmıştır. Bu tasnifteki amaç, otomobil varlığının tüketim davranışı üzerindeki etkisinin ortaya konulmasıdır.

D: D=0 Otomobili olmayanlar için ve D=1 otomobili olanlar için olmak üzere, otomobil varlığı yapay değişkenidir.

Z: Z=D*X= Otomobili olanların, olmayanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 328.376	+ 0.60X	+203.165D ₁	-0.11Z
	(68.799)	(0.0743)	(118.915)	(0.105)
t	4.772	8.043	1.708	-1.005
P	0.000	0.000	0.088	0.315

$$R^2 = 0.743 \quad \bar{R}^2 = 0.741 \quad s=282.278 \quad F=382.517 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW= 1.79$$

Tahmin sonuçlarına göre, hanehalkına ait otomobilin varlığı, tüketime başlama noktasını önemli ölçüde yükseltmektedir (203.165 Milyon TL). Kocaeli İlinin körfezin iki yakasında oldukça uzun bir kıyı şeridinde yer alması ve kırsal alanda oturanların büyük bir kısmının gününbirlik kent merkezine geldiği düşünüldüğünde, otomobil sahibi olmanın neden olduğu farkın yüksekliği daha iyi anlaşılmaktadır. Ayrıca, anket döneminde taşıtlar üzerinden alınan ek vergilerin de bu farkın yüksekliğinde katkısı vardır. Otomobil sahibi hanehalklarının marjinal tüketim eğilimi, diğerlerine göre %11 düşük olmakla birlikte, marjinal tüketim eğilimi farkına ait katsayının istatistiki testte başarısız olması nedeniyle, otomobil varlığının marjinal tüketim eğilimini etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Netice itibariyle, Kocaeli ilinde hanehalkının otomobil sahibi olmasının, tüketime

başlama noktasını etkileyen önemli bir determinant olduğu, ancak marjinal tüketim eğilimi üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.10.5 Menkul Varlığı Faktörü

Hanehalkları, menkul varlığı olanlar ve olmayanlar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak menkul varlığı olanlar alınmıştır.

D: D=0 Menkul varlığı olanlar için ve D=1 menkul varlığı olmayanlar için olmak üzere, menkul varlığı yapay değişkenidir.

Z: $Z = D \cdot X$ Menkul varlığı olmayan hanehalklarının, olanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 493.865	+ 0.47X	-110.460D	+0102Z
	(171.904)	(0.1368)	(88.769)	(0.074)
t	2.872	3.466	-1.244	1.395
P	0.004	0.000	0.214	0.163

$$R^2 = 0.784 \quad \bar{R}^2 = 0.782 \quad s = 259.169 \quad F = 474.349 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.81$$

Tahmin sonuçlarına göre, hanehalkına ait menkul varlığı, tüketime başlama noktasını yükseltirken, marjinal tüketim eğilimini düşürmektedir. Ancak, yapay değişkene ait her iki katsayının da istatistiki testlerde başarısız olması nedeniyle Kocaeli İlinde menkul varlığı faktörünün, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasında, ülkemizde menkul varlığının önemli bir kısmının bir yatırım aracı olmaktan ziyade, gelecekte ortaya çıkması muhtemel, beklenmeyen durumlar için bir ihtiyat akçesi oluşturmak amacıyla elde tutuluyor olması rol oynamış olabilir.

3.2.11 Gelir Değişikliği Faktörü

Hanehalkları, son iki-üç yıl içinde (yakın dönemde) gelirlerinde ciddi bir değişiklik meydana gelip gelmemesine göre, geliri artanlar, değişmeyenler ve azalanlar olmak üzere üç ayrı gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak geliri değişmeyenler kabul edilmiştir.

D_1 : $D_1=1$ Geliri artanlar için ve $D_1=0$ diğerleri için gelir değişikliği yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ Geliri azalanlar için ve $D_2=0$ diğerleri için gelir değişikliği yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1=D_1*X$ = Geliri artanların geliri değişmeyenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2*X$ = Geliri azalanların geliri değişmeyenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=379.776	+0.59X	-166.786D ₁	-14.403D ₂	+0.15Z ₁	-0.05Z ₂
	(86.395)	(0.0818)	(178.783)	(109.334)	(0.160)	(0.107)
t	4.395	7.181	-0.932	-0.138	0.914	-0.488
P	0.000	0.000	0.351	0.891	0.361	0.625

$$R^2 = 0.744 \quad \bar{R}^2 = 0.740 \quad s=282.713 \quad F=228.960 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW= 1.87$$

Tahmin sonuçlarına göre, katsayıların hepsinin istatistiki olarak anlamsız olması nedeniyle gelirden yakın dönemde meydana gelen değişimin Kocaeli ilinde tüketim davranışını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.12 Gelir Yeterliliği Faktörü

Uygulanan ankette hanehalklarına gelirlerinin yeterli olup olmadığı ilişkin kanaatleri sorulmuştur. Bundan amaç gelirini yeterli görenlerin yetersiz görenlere göre tüketim davranışlarında bir farklılık olup olmadığını görmektir. Ana sınıf olarak gelirini yeterli görenler alınmıştır.

D : $D=0$ Gelirini yeterli görenler için ve $D=1$ gelirini yeterli görmeyenler için olmak üzere, gelir yeterliliği yapay değişkenidir.

Z : $Z=D_1*X$ = Gelirini yeterli görmeyenlerin, yeterli görenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

$$Y = 507.825 + 0.50X - 217.196D_1 + 0.16Z$$

	(97.275)	(0.0722)	(120.086)	(0.108)
t	5.220	6.865	-1.809	1.426
P	0.000	0.000	0.071	0.155

$$R^2 = 0.747 \quad \bar{R}^2 = 0.745 \quad s = 280.295 \quad F = 389.822 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.82$$

Tahmin sonuçlarına göre, gelirini yetersiz görenlerin otonom tüketimleri yeterli görenlerden 217,196 Milyon TL düşüktür. Marjinal tüketim eğilimleri ise %16 daha yüksektir. %10 önem düzeyinde tüketime başlama noktası farkına ait katsayı istatistiki testte anlamlı iken, marjinal tüketim eğilimi farkına ait katsayısı anlamsız çıkmıştır. Kocaeli İlinde, hanehalklarının gelirlerinin yeterliliği hakkındaki kanaatlerinin, tüketime başlama noktasını etkileyen önemli bir faktör olduğu, ancak marjinal tüketim eğilimini etkileyen önemli bir faktör olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Hanehalklarının gelirlerinin yeterliliği hakkındaki kanaatleri daha çok psikolojik bir algılamamanın neticesi olduğundan, tahmin sonuçlarının özellikle tüketime başlama noktası için anlamlı bir farkın olduğunu ortaya koyması önemlidir. Gelirinin yetersiz olduğunu belirtenlerin, tüketime başlama noktalarının diğerlerinden oldukça düşük olması (%43), nisbi olarak, kanaatlerin objektif olarak ifade edildiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

3.2.13 İktisadi Beklenti Faktörü

İktisadi beklenti faktörü ile ilgili olarak iki ayrı yapay değişken kullanılmıştır. Birincisi, ülke ekonomisi hakkındaki beklentiyi temsil etmek üzere, genel iktisadi beklenti faktörü. Diğeri ise hanehalklarının kendi bireysel ekonomik durumları hakkındaki beklentilerini temsil etmek üzere, bireysel iktisadi beklenti faktörü.

3.2.13.1 Genel İktisadi Beklenti Faktörü

Hanehalkları, reislerinin ülke ekonomisi hakkındaki beklentilerine göre iyimser ve kötümserler olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Ana sınıf olarak iyimserler alınmıştır.

D :D=0 İyimserler için ve D=1 kötümserler için olmak üzere, genel iktisadi beklenti yapay değişkenidir.

Z :Z=D*X= Kötümser hanehalklarının, iyimser hanehalklarına göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 308.646	+ 0.61X	+7.375D	+0.03Z
	(71.401)	(0.0708)	(95.459)	(0.095)
t	4.323	8.594	0.077	0.323
P	0.000	0.000	0.938	0.746

$$R^2 = 0.79, \quad \bar{R}^2 = 0.79 \quad s=238.576 \quad F=494.341 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW= 1.84$$

İyimser iktisadi bekleyişe sahip hanehalklarının hem otonom tüketimlerinin kötümser bekleyişe sahip olanlara göre 102.837.000TL fazla olması, hem de marjinal tüketim eğilimlerinin %13 düşük olması, bu gruptakilerin gelirleri yüksek hanehalkları olduğunu göstermektedir. Geçim sıkıntısından uzak bu tip ailelerin iktisadi olarak, geçim sıkıntısı çeken düşük gelirlilere göre daha iyimser beklentilere sahip olması normaldir. İktisadi kriz sürecinde gelirlerinde reel kayıplar yaşayan kötümserlerin, özellikle de ücretlilerin, IMF politikalarının uygulandığı bir ülkede olumlu iktisadi bekleyişe sahip olmamaları normal karşılanmalıdır. Bugüne kadar uygulanan bütün IMF programlarının reel ücretleri baskı altına almayı temel politika argümanı haline getirmesi, ücretli sınıfın beklentilerinin olumsuz olmasına neden olmuş olabilir. Nitekim anket verilerine göre ücretli sınıfın %36.5'i olumlu iktisadi bekleyişe sahipken, %64.5'i olumsuz bekleyişe sahiptir. Ücret dışı gelir elde edenlerin ise, %52'si olumlu bekleyişe sahipken %48'i olumsuz iktisadi bekleyişe sahiptir. Bununla birlikte, ücret dışı gelirlerin her zaman işleri olduğundan kötü, gelirleri düşük gösterme eğilimini de dikkate alırsak, aslında iktisadi bekleyişlerinde iyimserliğin daha da yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Ancak, tahmin sonuçlarına göre, yapay değişkene ait katsayıların istatistiki olarak anlamsız olması, genel iktisadi beklenti faktörünün Kocaeli ilinde tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna neden olmaktadır. Tüketim davranışında fark vardır, ne var ki bu fark anlamlı değildir.

3.2.13.2 Bireysel İktisadi Beklenti Faktörü

Hanehalkları, genel iktisadi bekleyişin yanında, reislerinin hanehalkı geliri hakkındaki beklentilerine göre, gelirlerinin artmasını bekleyenler, gelirlerinin azalmasını bekleyenler ve gelirlerinde herhangi bir değişiklik beklemeyenler olmak üzere üç ayrı gruba ayrılmıştır. Böylece gelirle ilgili bekleyişlerin tüketim davranışı üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ana sınıf olarak gelirlerinde herhangi bir değişiklik beklemeyenler alınmıştır.

D_1 : $D_1=1$ Gelirlerinde artış bekleyenler için ve $D_1=0$ diğerleri için gelir beklentisi yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ Gelirlerinde azalma bekleyenler için ve $D_2=0$ diğerleri için gelir beklentisi yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1=D_1*X$ = Gelirlerinde artış bekleyenlerin, gelirlerinde değişme beklemeyenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2*X$ = Gelirlerinde azalma bekleyenlerin gelirlerinde değişme beklemeyenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=379.776	+0.59X	-166.787D ₁	-14.403D ₂	+0.15Z ₁	-0.05Z ₂
	(86.395)	(0.0818)	(178.783)	(109.335)	(0.160)	(0.107)
t	4.396	7.182	-0.932	-0.914	0.914	-0.489
P	0.000	0.000	0.351	0.895	0.361	0.625

$$R^2=0.743 \quad \bar{R}^2=0.740 \quad s=282.713 \quad F=228.960 \quad \text{Prob}(F)=0.0000 \quad DW=1.86$$

Gelirle ilgili beklenti faktörüne ait katsayıların tümünün istatistiki testte başarısız olmaları nedeniyle, gelir beklentisi faktörünün Kocaeli İlinde tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, tüketimin cari gelirin bir fonksiyonu olduğunu varsayan, mutlak gelir hipotezine uygun olmakla birlikte, geleceğe dönük tüketim teorisinin beklentilerini karşılamamaktadır. Çünkü, bu sonuca göre, hanehalkları sürekli ya da ömür boyu gelirlerini değil, cari gelirlerini dikkate alarak tüketim harcamalarına karar vermektedirler.

3.2.14 Hissedilen (Algılanan) Sosyal Konum Faktörü

Hanehalkı reislerine çevrelerindeki hanehalkları ile kendilerini mukayese ettiklerinde fakir, orta halli, iyi halli ya da zengin olarak hangi gruba dahil ettikleri soruldu. Bu sorunun amacı, hanehalklarının algıladıkları statünün tüketim davranışı üzerinde etkili olup olmadığını ortaya koymaktır. Oturulan semt faktöründe, objektif kriterlere göre, oturulan semtin niteliği dikkate alınırken, burada algılama faktörü ön plana çıkarılmıştır. Alınan cevaplara göre hanehalkları fakir, orta halli ve iyi halli olarak üç gruba ayrılmıştır. Anket verilerine göre, sadece bir aile kendisini zengin olarak nitelendirmiştir. Bu durum genel tüketici psikolojisine uygundur. Bu analizde ana sınıf olarak, orta halli aileler alınmıştır.

D_1 : $D_1=1$ Fakirler için ve $D_1=0$ diğerleri için sosyal konum yapay değişkenidir.

D_2 : $D_2=1$ İyi halliler için ve $D_2=0$ diğerleri için sosyal konum yapay değişkenidir.

Z_1 : $Z_1=D_1*X$ Fakir ailelerin orta halli ailelere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Z_2 : $Z_2=D_2*X$ İyi halli ailelerin orta halli ailelere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=336.035	+0.62X	-182.798 D_1	+372.230 D_2	+0.20 Z_1	-0.21 Z_2
	(85.869)	(0.0791)	(90.941)	(184.710)	(0.0937)	(0.123)
t	3.913	7.870	-2.010	2.015	2.111	-1.682
p	0.000	0.000	0.045	0.044	0.035	0.093

$$R^2 = 0.761 \quad \bar{R}^2 = 0.758 \quad s = 272.658 \quad F = 252.076 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.90$$

Tahmin sonuçlarına göre, %10 önem düzeyinde yapay değişkene ait bütün katsayılar istatistiki testi başarıyla geçtiklerinden, Kocaeli İlinde, hanehalklarının algıladıkları ya da hissettikleri sosyal konumun tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir faktör olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, kendini fakir hissedilen hanehalklarının otonom tüketimleri, temel sınıf olarak kabul edilen orta hallilerden, 182,798 Milyon TL düşük iken, iyi hallilerin ki 372,230 Milyon TL yüksektir. Fakirlerden iyi hallileri doğru gidildikçe tüketime başlama noktası önemli derecede

yükselmektedir. İyi halli hanehalklarının tüketime başlama noktası, fakirlerinkinden yaklaşık 5 kat daha yüksektir. Marjinal tüketim eğilimi ise, fakirlerden iyi hallilere doğru gidildikçe, hatırı sayılır biçimde düşmektedir. Bu oranlar sırasıyla, %82, %62 ve %41'dir.

3.2.15 Gösteriş Tüketimi Faktörü

Hanehalklarına alışveriş yaparken ekonomik ve sosyal statülerine dikkat edip etmedikleri, tabiri diğerle, alışveriş yaparken en uygun (en ekonomik) yerleri mi yoksa belirli yer ve mekânları mı tercih ettikleri sorulmuştur. Ekonomik ve sosyal statülerine uygun hareket ettiklerini ifade edenlerin gösteriş tüketiminde buldukları farzedilmiştir. Böylece, tüketiciler gösteriş tüketiminde bulunanlar ve bulunmayanlar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Bu analizde bütçesine ve ihtiyaçlarına en uygun yerlerden alışveriş yapanlar ana sınıf olarak kabul edilmiştir.

D_1 :D=0 Gösteriş tüketimi yapmayanlar için ve D=1 gösteriş tüketimi yapanlar için olmak üzere, gösteriş tüketimi yapay değişkenidir.

Z: $Z=D*X$ = Gösteriş tüketimi yapanların, gösteriş tüketimi yapmayanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 253.473	+0.69X	+386.877D	-0.24Z
	(39.374)	(0.0444)	(147.413)	(0.095)
t	6.437	15.524	2.624	-2.479
P	0.000	0.000	0.009	0.013

$$R^2 = 0.758 \quad \bar{R}^2 = 0.756 \quad s = 273.921 \quad F = 414.388 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.82$$

Tahmin sonuçlarına göre, gösteriş tüketimine ait her iki katsayı da istatistiki olarak anlamlı olduğundan, Kocaeli İlinde gösteriş etkisinin tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç aynı zamanda, belirli bir ekonomik statüye sahip olmanın belirli bir gelir düzeyine sahip olmakla yakından ilgili olduğunu göstermektedir.

Harcamalarında belirli bir sosyo-ekonomik statüye uygun hareket ettiklerini belirten hanehalklarının tüketime başlama noktaları, diğerlerinden 386,877 Milyon TL daha yüksektir. Marjinal tüketim eğilimleri ise %24 daha düşüktür. Düşük gelir

gruplarında, gelirin önemli bir kısmı temel harcamaları karşılamaya ayrıldığından, gösteriş tüketiminin nisbeten zayıf olması beklenen bir durumdur. Sonuçlar bu beklentileri karşılamaktadır.

3.2.16 Çevre Etkisi Faktörü

Hanehalkları harcama kararlarını verirken çevrelerindeki akraba, eş-dost, komşu, arkadaş gibi kimselerden etkilenip etkilenmediklerine göre iki gruba ayrılmıştır; çevreden etkilenenler ve etkilenmeyenler. Çevreden etkilenmeyenler ana sınıf olarak alınmıştır. Bu yapay değişkeni kullanmakla, nisbi gelir hipotezinin tüketicilerin tüketim kararlarını oluştururken birbirlerinden bağımsız olmadıkları, çevreden etkilendikleri yönündeki varsayımının test edilmesi de amaçlanmıştır.

D :D=1 Çevreden etkilenenler için ve D=0 çevreden etkilenmeyenler için olmak üzere, çevre etkisi yapay değişkenidir.

Z: $Z=D*X$ Çevreden etkilenenlerin, çevreden etkilenmeyenlere göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 378.130	+ 0.55X	+62.613D ₁	+0.13Z
	(62.354)	(0.0648)	(129.899)	(0.111)
t	6.064	8.509	0.482	0.213
P	0.000	0.000	0.630	0.831

$$R^2 = 0.743 \quad \bar{R}^2 = 0.741 \quad s = 282.628 \quad F = 285.797 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.99$$

Tahmin sonuçlarına göre, çevreden etkilenenlerin tüketim davranışlarında farklılık olmakla birlikte, yapay değişkene ait her iki katsayının da istatistiki testte başarısız olması nedeniyle, Kocaeli İlinde alışveriş kararlarında yakın çevreden etkilenmenin tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna varılmıştır. Semt yapay değişkeninin tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmasına rağmen, çevre etkisinin önemli bir determinant olmaması, hanehalklarının toplumsal kompartımanlarına uygun semtlerde yaşadıkları, ancak tüketim kararlarını çevrelerindeki hanehalklarının etkisinden ziyade, sosyo-ekonomik statülerine uygun aldıklarını ortaya koymaktadır. Diğer bir anlatımla, tüketim kararlarının verilmesinde, ait olunan sosyo-ekonomik statü; komşuluk, akrabalık, arkadaşlık gibi yakın çevrelerden daha etkili olmaktadır. Bu

sonucun ortaya çıkmasında, ülkemizde sanayi toplumuna geçişin en ileri aşamasını temsil eden Kocaeli'nde komşuluk ve akrabalık ilişkilerinin nisbi olarak zayıflamasının etkisi olmuş olabilir. Zira, gelir seviyesi yükseldikçe bu tip sosyal bağlantıların zayıflaması genel bir eğilimdir.

3.2.17 Gelecek Planı Yapma Faktörü

Hanehalklarına harcama kararlarını verirken geleceğe dönük plan yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Diğer bir ifadeyle, bugünkü harcama kararlarını verirken gelecekteki gelirlerini dolayısıyla tüketimlerini dikkate alıp almadıkları sorulmuştur. Bu sorunun amacı, tüketicilerin gününbirlik mi yoksa geleceğe dönük tüketim teorisine uygun olarak mı yaşadıklarını ortaya koymaktır. Eğer tüketiciler tüketim düzleştirmesi yapıyorlarsa gelecek planı yapmaları gerekirdi. Ankete katılan hanehalklarının %77'si geleceğe dönük tüketim planı yaptıklarını beyan etmiştir. Bu sonucun, likidite kısıtı ile ilgili olarak yöneltilen sorulardan elde edilen cevaplarla birlikte değerlendirilmesi gerekir. Anket sonuçlarına göre, geleceğe dönük plan yapan ailelerin sadece %22'sinin likidite kısıtına maruz olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Netice itibarıyla, tüketicilerin tüketim düzleştirmesi yönünde bir arzuları olduğu kabul edilmekle birlikte, bunun realize edilmesi likidite kısıtı nedeniyle mümkün olmamaktadır.

Tüketiciler gelecek planı yapanlar ve yapmayanlar (gününbirlik yaşayanlar) olmak üzere iki gruba tasnif edilmiştir. Ana sınıf olarak gelecek planı yapanlar kabul edilmiştir.

D :D=1 Gününbirlik yaşayanlar için ve D=0 gelecek planı yapanlar için olmak üzere, gelecek planı yapma yapay değişkenidir.

Z :Z=D*X= Gününbirlik yaşayanların, gelecek planı yapanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	= 402.928	+ 0.56X	-39.165D ₁	-0.03Z
	(68.776)	(0.0625)	(97.336)	(0.110)
t	5.859	8.976	-0.402	-0.297
P	0.000	0.000	0.688	0.765

$$R^2 = 0.741 \quad \bar{R}^2 = 0.739 \quad s = 283.516 \quad F = 282.513 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 2.00$$

Elde edilen tahmin sonuçlarına göre gelecek planı yapma faktörünün katsayıları istatistiki testi geçemediğinden, Kocaeli İli için gelecek planı yapma faktörünün tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kocaeli İlinde hanhalklarının geleceğe dönük tüketim teorisine uygun hareket etme arzularının varlığına rağmen, pratikte bunun gerçekleştirilemediği ortaya çıkmıştır.

3.2.18 Likidite Kısıtı Faktörü

Hanhalklarının likidite kısıtına maruz kalıp kalmadıklarını ortaya koyabilmek amacıyla ankette iki ayrı soru sorulmuştur. Birincisinde uzun dönemde ödenmek üzere (gelecekteki gelirden ödenmek üzere) borç para bulup bulamayacakları, ikincisinde dayanıklı mallar ile ev, otomobil gibi varlıkları taksitle alıp alamayacakları sorulmuştur. İki sorunun cevapları birlikte değerlendirilerek hanhalkları iki gruba tasnif edilmiştir; likidite kısıtına tabi olanlar ve likidite kısıtına tabi olmayanlar. Bu soruların sorulmasında iki grubun tüketim davranışları arasındaki farkı ortaya koyma amacı yanında, likidite kısıtına tabi olan ailelerin nisbi ağırlığının ortaya konulması da amaçlanmıştır. Ana sınıfı olarak likidite kısıtına tabi olmayanlar alınmıştır.

D :D=0 Likidite kısıtına tabi olmayanlar için ve D=1 likidite kısıtına tabi olanlar için likidite kısıtı yapay değişkenidir.

Z :Z=D*X= Likidite kısıtına tabi olanların, likidite kısıtına tabi olmayanlara göre marjinal tüketim eğilimi farkını temsil eden yapay değişkendir.

Y	=	672.391	+	0.43X	-	494.935D	+	0.35Z
		(121.344)		(0.0763)		(123.547)		(0.081)
t		5.541		5.582		-4.006		4.239
P		0.000		0.000		0.000		0.000

$$R^2 = 0.784 \quad \bar{R}^2 = 0.782 \quad s = 259.037 \quad F = 478.984 \quad \text{Prob}(F) = 0.0000 \quad DW = 1.95$$

Likidite kısıtı yapay değişkene ait her iki katsayı da istatistiki olarak anlamlı olduğundan, Kocaeli İlinde likidite kısıtının tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anket verilerine göre, örneklem kümesinin sadece %23'ü likidite kısıtına tabi değilken, %77'si likidite kısıtına tabidir. Bu netice aynı zamanda geleceğe dönük tüketim teorisi için tahmin edilen sürekli gelir modelinin neden başarısız olduğunu da göstermektedir. Ayrıca ülkemizin kişi başına GSMH'sı en yüksek (6.300\$) ilinde likidite kısıtının bu derece yüksek olması, Keynesyen politikaların ülkemizde etkinliğinin yüksek olacağını da göstermektedir. Likidite kısıtının bu derece yüksek olması, ülkemizde uzun yıllardır yaşanan ekonomik, siyasi ve toplumsal krizlerin de etkisiyle geleceğe dönük beklentilerin rasyonel bir şekilde oluşturulamamasından kaynaklanmaktadır. Bu süreçte, bankacılık sisteminde ortaya çıkan krizlerle birlikte, kamu kesimi finansman açıklarının iç borçlanma ile finansmanına ağırlık verilmesi faizlerin sürekli yüksek düzeyde seyretmesine neden olmuştur. Bu dönemde, bankaların geri ödenme riski yüksek bireysel krediler yerine, garantili kamu kağıtlarını tercih etmeleri bireysel kredi arzını kısıtlayan önemli bir etken olmuştur. Dünya standartlarına göre hayli yüksek faiz haddi, kredi hacminin daralması ile birleşince tüketicilerin üzerindeki likidite kısıtı baskısı daha da artmıştır. Yine ekonomik krizin iş güvenliği üzerindeki olumsuz etkileri, hem borç alanları hem de borç verenleri sınırlandıran bir etken olmuştur. Ayrıca son yıllarda, döviz piyasalarının volatilitésinin yüksekliği ve istikrarsız seyri, ülkemizde 1980 sonrası dönemde hanehalkları arasında yaygın bir biçimde kullanılan döviz üzerinden borçlanma yöntemini sınırlandıran bir başka etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tahmin sonuçlarına göre, likidite kısıtına tabi olmayanların tüketime başlama noktaları, diğerlerinden oldukça yüksektir (494,935 Milyon TL). Marjinal tüketim eğilimleri ise %35 daha düşüktür. Bu sonuçlara göre, likidite kısıtının varlığı, tüketime başlama noktasını önemli ölçüde düşüren, marjinal tüketim eğilimini ise önemli ölçüde yükselten bir determinanttır.

3.3 GELECEĞE DÖNÜK TÜKETİM TEORİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Geleceğe dönük tüketim teorisi ile ilgili olarak yapılan tüm analizlerin başarısız olmasının üç önemli nedeni vardır. Bunlar, bu teorinin üzerine bina edildiği, çoğu zaman belirtilmesine bile gerek duyulmadan var olduğu kabul edilen üç temel varsayımdır. Bu üç varsayımın üçü de ülkemizde geçerli değildir. Bunlar:

- Sermaye piyasaları mükemmel bir biçimde çalışmaktadır.
- Uzun dönemde faiz oranları sabittir.
- Yukarıdaki iki varsayıma da bağlı olarak likidite kısıtı yoktur.

Aslında bu üç varsayımın üzerine bina edildiği, teorisyenler tarafından ifade edilmesine gerek duyulmayan, varlığından şüphe edilmeyen gizli bir varsayım daha vardır ki, bu varsayım da ülkemiz için geçerli değildir. Bu da, ülkede ekonomik, siyasal ve toplumsal istikrarın sağlanmış olmasıdır. Bu varsayım sağlanmadan yukarıda sayılan üç varsayımın gerçekleşme ihtimali yoktur. Bu nedenle, gelişmiş ülkelerin iktisadi, toplumsal ve kültürel koşullarında ortaya konulan teorilerin, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke koşullarında test edilmesinde, uygulanmasında dikkatli olmak gerekmektedir.

Özünde, bu iki grup ülkenin iktisadi sorunları ve dolayısıyla çözüm yolları birbirinden farklıdır. Bu farklılığın kaynağını ise toplumsal, iktisadi ve siyasi yapının farklılığı oluşturmaktadır. Bu nedenle, farklı teorileri test ederken üzerine bina edildikleri toplumsal koşulları gözden kaçırmamak gerekir. Bu açıdan bakıldığında, Keynes'in Genel Teori'sini ortaya koyduğu şartların ülkemizin şu an içinde bulunduğu şartlara daha yakın olduğu görülmektedir. Belki de bu yakınlığın etkisiyle mutlak gelir hipotezi en başarılı model olmuştur.

Araştırmanın başında, geleceğe dönük tüketim teorisinin bir kısım varsayımlarının ülkemizde geçerli olmadığına, dolayısıyla Kocaeli İlinde de geçerli olmayacağına dair ön görüşlerimiz vardı. Bu nedenle, anketi oluştururken bu varsayımların test edilmesine yönelik bir kısım sorulara yer verilmiştir. Uygulama esnasında bu sorular hanehalklarına oldukça teferruatlı bir biçimde açıklanarak, cevapların gerçeğe en yakın biçimde elde edilmesine özel çaba gösterilmiştir.

Bu sorulardan birinde, hanehalkı reislerine tasarruf yaparken geleceklerini, özellikle yaşlılık dönemlerindeki rahatlarını düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Ülkemizdeki emeklilik maaşları da dikkate alındığında, tüketim düzleştirmesi yapmaya niyetli olan hanehalklarının yaşlılık döneminde belirli bir tüketim seviyesini sürdürebilmek için bu amaçla tasarrufta bulunmaları gerekirdi. Bu soruya, hanehalklarının %41'i bu amaçla tasarruf yaptıkları yönünde cevap vermişlerdir.

Ancak bu veriyi yapay değişken olarak kullandığımızda katsayılar istatistiki olarak anlamsız çıkmıştır.

Sonucun bu şekilde çıkması, başlangıçta beklenildiği için, ankete bu soruyu kontrol etmek üzere, iki tane kontrol dahil edilmiştir. Bunlardan birincisi; tüketicilerin ömürleri boyunca biriktirdikleri/biriktirecekleri varlıkları ne yapacakları ile ilgilidir. Bu sorunun 5 cevap şikkından ikisine geleceğe dönük tüketim teorisinin varsayımlarına uygun cevaplar yerleştirilmiştir. Cevap şıklarından biri olarak ta çocuklara miras bırakma arzusu yerleştirilmiştir. 400 hanehalkının sadece %36'sı geleceğe dönük tüketim teorisine uygun olan iki şıktan birini tercih etmiştir. %63'ü ömürleri boyunca biriktirdikleri varlıkları çocuklarına bırakmayı arzuladıklarını beyan etmişlerdir. Diğer iki şıkkı tercih edenler ise sadece 4 hanehalkıdır.

İkinci kontrol sorusunda, hanehalkı reislerine çocuklarının gelecekte karşılaşacakları güçlükleri düşünerek, onların daha rahat yaşamaları için, kendi rahatlarından fedakârlık yaparak, daha fazla mal bırakmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Bu soruya evet cevabı veren ailelerin oranı %92.5'tir. Hayır cevabı verenlerin bir kısmının (7 hanehalkının) çocuğunun olmadığı düşünöldüğünde aslında bu oran %94'tür. Sonuçlar, geleceğe dönük tüketim teorisi açısından olumsuz olmakla birlikte, Keynes ve Marshall'ın servetin birikimi ile ilgili görüşlerini teyit etmiştir.

Marshall, insanları tasarruf yapmaya teşvik eden temel motifi, insanların kendilerinden sonra gelecek olan neslin (çocuklarının) refahını kendilerinininkine nisbeten artırma arzusu olduğunu vurgulamaktadır²⁴⁰. Kocaeli İlindeki hanehalklarının davranışı bu görüşü desteklemektedir.

Üç sorunun cevapları birlikte değerlendirildiğinde, Kocaeli ili için geleceğe dönük tüketim teorisine uygun davranışta bulunan hanehalklarının sayısının ihmal edilebilir oranda olduğu ortaya çıkmıştır. Anket sonuçlarının bu derece geleceğe dönük tüketim teorisi aleyhine çıkması nedeniyle bu üç soruya ait cevaplar yapay değişken olarak kullanılmamıştır.

²⁴⁰Marshall, a.g.e., s.228.

Geleceğe dönük tüketim teorisi ile ilgili bütün tahminlerin başarısız olmasının en önemli nedeni, yukarıda da ifade edildiği gibi; yaklaşık son 30 yıldır yaşanan ekonomik krizler, yüksek enflasyon, siyasi krizler, ağırlıklı olarak ülkenin doğusunda olmak üzere bölücü ve yıkıcı terör tehdidinin varlığı, ülkenin yakın coğrafyasında ortaya çıkan savaşların da etkisiyle bölgesel dengelerin bir türlü yerine oturmaması, komşu ülkelerle yaşanan sorunların çözülememesi, AB birliği ile entegrasyonun sağlanamaması gibi nedenlerle ülke açısından belirsizlik oluşturan konuların gündemdeki yerini korumasıdır.

Siyasi ve iktisadi belirsizliğin, idari yapıdaki kötü yönetimle böylesine iç içe olduğu bir ülkede, insanların gelecekleri hakkında rasyonel öngörüle bulunmaları, gelecek planı yapmaları akla yatkın görünmemektedir. Yine Kocaeli açısından tüketicileri ilgilendiren bir diğer sorun da, çok sayıda özelleştirme kapsamında kamu kuruluşu olmasına rağmen, yaklaşık 20 yıldır bu sorunun bir türlü çözümlenememesi belirsizliğin artmasına yol açmaktadır. Bütün bu belirsizlikler, 17 Ağustos 1999'da yaşanan depremin insanların psikolojik yapısı üzerindeki tahribatı da dikkate alınarak değerlendirildiğinde, geleceğe dönük tüketim teorisinin gerek bir bütün olarak, gerekse önemli varsayımlarının test edilmesinde başarısız olması normal karşılanmalıdır.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Makro iktisattaki temel sorunlardan bir tanesi; hanehalklarının gelirlerini tüketim ve tasarruf arasında nasıl paylaştığıdır. Hanehalkı düzeyinde alınan bu karar, zamanla onun iktisadi refahını etkiler. Toplam ekonomi düzeyinde, hanehalklarının tüketim ve tasarruf kararlarının kümülatif etkisi, üretim ve istihdam seviyesi ile dış ticaret dengesinin belirlenmesinde önemli rol oynar.

İktisadi faaliyetlerin nihai amacı, insan ihtiyaçlarını tatmin etmek olduğuna göre, iktisadi faaliyetin son safhası olarak, tüketim harcamalarını kabul etmek mümkündür. Tüketim harcamaları; mikro iktisadi açıdan tüketicinin fayda maksimizasyonu, makro iktisadi açıdan ise, istihdamı ve milli geliri belirleme noktasında, toplam talebin en büyük bileşenini oluşturması bakımından iktisatçıların ilgisini çekmiştir.

Ne var ki, genel olarak iktisatçıların ilgisine mazhar olan tüketim harcamaları konusu, ülkemizde yeterince ilgi görmemiştir. Bunun iki nedeni vardır: Birincisi, ülkemizde hanehalkı tüketim harcamaları konusunda, istatistik kurumları veri ihtiyacını karşılamaktan uzaktır. Mevcut veriler hem yetersiz hem de güvenilir değildir. İkincisi, hanehalkı tüketim harcamaları ile ilgili verilere ulaşmanın çok zaman alıcı ve maliyetinin yüksek olması, uygulama kısmının özel bilgi ve beceri gerektirmesi, bu konudaki veri eksikliğinin bizatihi araştırmacılar tarafından giderilmesine engel oluşturmaktadır. Bunun da ötesinde, genel bir eğilim olarak, ülkemizde iktisat teorisi alanında yapılan çalışmaların, daha ziyade mikro iktisadi alana yönelmiş olması; tüketim harcamaları konusunun yeterli ilgiyi görmemesinin bir diğer nedenini oluşturmaktadır.

Bu araştırma, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını iktisadi olarak analiz eden ilk çalışmadır. Aynı konuda, daha önce hazırlanmış, benzer çalışmalar olmadığından, araştırma sonuçlarını karşılaştırma ve zaman içinde meydana gelen değişimi ortaya koyma şansı olmamıştır. Yine, yapay değişkenlerin tüketim harcamaları üzerindeki etkisini başka bazı iller için araştıran az sayıdaki çalışmadan çok ciddi metodolojik farklılıklar içerdiğinden, onlarla karşılaştırma imkânı da olmamıştır. Bununla birlikte, araştırma sonuçları, ekonometrik ve istatistik

testlerdeki performansı açısından, benzer çalışmalara göre, teorik beklentileri daha iyi karşılamaktadır. Özellikle, değişen varyans ve parametre tahminlerinin anlamlılık testlerinin sonuçları, teorik beklentiler açısından, oldukça tatminkârdır. Bu sonucun ortaya çıkmasında, araştırmanın anket uygulaması aşamasında, kullanılacak yapay değişkenleri temsil edecek, yeterli sayıda hanehalkına ulaşmak için azami titizlik gösterilmesi önemli bir etken olmuştur.

Çalışmada, hanehalkı tüketim harcamalarının analiz edilmesindeki temel gaye, tüketim olayının makro iktisadi açıdan incelenmesidir. Şayet amaç, mikro iktisadi açıdan gelir tüketim ilişkisinin ortaya konulması olsaydı, her bir harcama grubunun gelire ilişkisini ortaya koymak üzere, tek tek harcama grupları için tüketim fonksiyonlarının çıkarılması gerekirdi. Halbuki bu analizin nihai amacı, gelir tüketim ilişkisini makro iktisadi açıdan ele almaktır. Bu nedenle, ekonometrik analizlerde, hanehalkı harcanabilir geliri ile harcama grupları arasındaki ilişkinin ortaya konulması yerine, bir bütün olarak tüketim harcamaları ile hanehalkı harcanabilir geliri arasında ilişki ortaya konulmuş ve tüketim harcamalarını etkileyen, gelir dışındaki faktörler, yapay değişkenli modeller yardımıyla analiz edilmiştir. Ancak, analizin daha zengin kılınması ve hanehalkı harcama davranışı üzerinde kır-kent ayrımının belirleyici bir rol oynayıp oynamadığının anlaşılmasında makro iktisadi analize destek sağlamak amacıyla, harcama gruplarının tüketim bütçesi ve reel tüketim bileşimi içindeki payları, kır-kent ayrımında, gelir gruplarına göre hesaplanmıştır. Böylece araştırma verileri, mikro iktisadi açıdan da analiz edilmiştir.

Araştırmada, yapısal analiz amaç edinildiğinden, ekonometrik olarak kusursuz bir modelin tercih edilmesinden çok, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamaları konusunu en iyi açıklayan modelin tercih edilmesine özen gösterilmesi, benzer çalışmaların amaçlarına göre, önemli bir ayrılma noktasını oluşturmaktadır. Gerek iktisadi, gerek ekonometrik analizlerde, örneklem kümesine ait hiçbir veri dışlanmamıştır. Örneklem kümesi açısından ihmal edilebilecek kadar az sayıdaki hanehalkına ait veriyi dışlayarak ekonometrik modelin performansını artırmak mümkün olmakla birlikte, böyle bir yol tercih edilmemiştir. Halbuki DİE verileri kullanılarak yapılan araştırmaların hemen tamamında, üst gelir dilimleri ile belirli harcama grupları, ya değişen varyansa neden olmaları ya da verilerin yeterli

olmaması nedeniyle dışlanmışdır. Bu durumun nedeni ise, yapılan tahminlerin öngörü amacıyla kullanılmış olmasıdır.

Araştırmada önce, teorik çerçeve ortaya konulmuş; tüketim harcamalarının mahiyeti, milli gelir ve istihdam seviyesi açısından taşıdığı önem, tüketim harcamalarını belirleyen faktörler ile tüketicinin gelir hipotezleri analiz edilmiştir. Teorik kısımda, tüketim harcamalarını belirleyen faktörler ile tüketicinin gelir hipotezleri, özellikle geleceğe dönük tüketim teorisi, Türkçe literatürdeki eksiklik te dikkate alınarak, oldukça detaylı bir biçimde incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde, uygulama kısmına ışık tutacak, materyal ve yöntemle ilişkin bilgiler sunulmuştur. Bu bölümün ikinci kısmında araştırma verilerinin iktisadi analizi yapılmıştır. Hanehalkı tüketim davranışının kır ve kent arasındaki farkını ortaya koymak amacıyla, harcama gruplarının hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payları, gelir gruplarına göre, kır, kent ve Kocaeli İlının bütünü için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Bu kısımda harcama gruplarının hem cari tüketim bütçesi içindeki payları, hem de öz tüketim ve hibeleri de kapsayan reel tüketim bileşimi içindeki payları analiz edilmiştir.

Çeşitli harcama gruplarının hanehalkı tüketim bütçesi içindeki paylarına ilişkin olarak elde edilen temel bulgular aşağıdaki gibidir:

-Kocaeli İlinde, ana evren, kent ve kırsal alandaki bütün gelir grupları için, hanehalkı tüketim bütçesi içinde en büyük pay, gıda harcamalarına aittir. Düşük gelir gruplarında toplam harcamaların neredeyse yarısını gıda harcamaları oluşturmaktadır. En düşük gelir grubunda gıda harcamalarının nisbi payı, kırdaki %44.02 iken, kentte % 46.76'dır. Gıda harcamalarının ortalama payı ise, kırdaki %37.77, kentte %35.11 ve Kocaeli ana evreninde %35.74'dür.

Zorunlu gıda harcamalarının payı, kırdaki bütün gelir gruplarında kentten daha düşük iken, keyfi gıda harcamalarının payı daha yüksektir. Zorunlu gıda harcamalarının ortalama payı, kırdaki %27.62, kentte %26.75 ve Kocaeli ana

evreninde %26.95'tir²⁴¹. Keyfi gıda harcamalarının ortalama payı ise, kırdada %10.15, kentte %8.36 ve Kocaeli'nde %8.78'dir.

-Kocaeli ilinde, hanehalkı tüketim harcamaları içinde, ikinci en büyük kategoriye kira ve ev bakımı ile ilgili harcamalar oluşturmaktadır. Bu harcama grubunun tüketim harcamaları içindeki ortalama payı, kırdada %12.17, kentte %12.34 ve Kocaeli'nde %12.30'dur. Tek başına kiranın payı ise, kırdada %11.38, kentte %11.13 ve Kocaeli'nde %11.19'dur. Hem kır hem de kentte, Scwabe Kanunu'na uygun olarak, gelir seviyesi yükseldikçe kira harcamalarının nisbi payı düşmektedir. Gerek tek başına kira, gerekse kira ve ev bakımı harcamalarının bir bütün olarak kır, kent ve ana evrende birbirine çok yakın çıkması, Kocaeli İlinin özel durumundan kaynaklanmaktadır. Bu durumun başlıca iki nedeni vardır: Birincisi, Kocaeli Üniversitesinin, hemen hemen belediye teşkilatı bulunan bütün yerleşim birimlerinde kampüslerinin bulunmasıdır. Bu durum, kırsal alanda kiraları yükselten önemli bir etkidir. İkincisi, 17 Ağustos 1999 depreminden sonra kurulan prefabrike konutların ve inşa edilen kalıcı konutların kent merkezlerinde kira harcamalarını azaltıcı etkisidir. Her iki etken birlikte değerlendirildiğinde, kira harcamalarının payının kır ve kentte, nisbi olarak birbirine çok yakın çıkması daha iyi anlaşılmaktadır.

-Hanehalkı tüketim harcamaları içinde en büyük üçüncü kategoriye ise, haberleşme ve ulaşım giderleri oluşturmaktadır. Haberleşme ve ulaşım giderlerinin payı, genel bir eğilim olarak, gelir seviyesindeki yükselmeye birlikte artmaktadır. Haberleşme ve ulaşım giderlerinin hanehalkı tüketim harcamaları içindeki ortalama payı ise, kırdada %12.16, kentte %11.68 ve Kocaeli'nde %11.79'dur. Bu harcama grubunun payının yüksek çıkmasında Kocaeli İlinin coğrafi konumunun önemli etkisi vardır. En uzak köylerden bile 40-50 dakikada kent merkezlerine tek vasıta ile ulaşmak mümkündür. Bu durum, kır ve kent merkezleri arasında, gününbirlik gidiş

²⁴¹Harcama gruplarının nisbi payı hesaplanırken gelir gruplarına göre analiz yapılmıştır. Ortalama olarak hesaplanan değerler ise, kır, kent ve ana evrenin tamamı için hesaplanmıştır. Bu nedenle gelir gruplarına göre, kırdada daha düşük çıkan nisbi payların ortalama olarak kentten daha yüksek çıkması, kentte gelir seviyesinin daha yüksek olması nedeniyle, örneklem kümesinde yüksek gelirli hanehalkı sayısının fazla olmasının bir neticesidir.

gelişlerin sıklığını artırmaktadır. Ayrıca, kent merkezlerinin körfezin iki yakası boyunca, oldukça uzun, dar bir şeritte yer alması, ulaşım giderlerini artıran diğer bir etken olarak rol oynamaktadır. Gelir seviyesi yükseldikçe, ulaşımın toplu taşıma araçları yerine özel araçlarla yapılması, coğrafi konumun etkisiyle birleşince harcama seviyesini daha da artırmaktadır. Yine, yeni yerleşim alanlarının –özellikle kalıcı ve toplu konutların- İzmit şehir merkezinin etrafında dağınık bir şekilde yer alması, ulaşım giderlerinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Bunun yanında, Kocaeli'nin İstanbul'a yakın olması da şehirler arası ulaşım giderlerinin artmasına yol açmaktadır.

-Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamaları içinde en büyük dördüncü kategori ise, temizlik, sağlık ve bebek bakımı harcamalarıdır. Bu harcama grubunun nisbi payı, kırdaki gelir seviyesi yükseldikçe düşerken, kentte hemen hemen aynı kalmaktadır. Kocaeli İlının tamamı için de benzer bir eğilim söz konusudur. Temizlik, sağlık ve bebek bakımı harcamalarının hanehalkı tüketim harcamaları içindeki ortalama payı ise, kırdaki %9.77, kentte %10.28 ve Kocaeli'nde %10.16'dır.

-Harcama grupları arasında en büyük beşinci kategori, ısıtma ve aydınlatma harcamalarıdır. Isıtma ve aydınlatma harcamalarının nisbi payı, kırdaki bütün gelir gruplarında yaklaşık olarak aynı iken, kentte gelir seviyesi yükseldikçe düşmektedir. Bu durumun nedeni, kırdaki düşük gelir gruplarında ısıtma amacıyla kullanılan katı yakıtın önemli ölçüde öz tüketimle karşılanmasıdır. Isıtma ve aydınlatma harcamalarının ortalama payı ise, kırdaki %8.34, kentte %7.72 ve Kocaeli'nde %7.86'dır.

-Giyim harcamalarının hanehalkı tüketim harcamaları içindeki payı, bütün kategorilerde gelir seviyesi ile birlikte yükselmektedir. Giyim harcamalarının nisbi payı, bütün gelir gruplarında, kentte kırdan daha yüksektir. Giyim harcamalarının hanehalkı tüketim harcamaları içindeki ortalama payı ise, kırdaki %4,96, kentte %5.96 ve Kocaeli'nde %5.73'tür.

-Kültür, eğitim ve eğlence harcamalarının nisbi payı da gelir seviyesi ile birlikte yükselmektedir. Bu harcama grubunun toplam harcamalar içindeki nisbi payı, bütün gelir gruplarında, kentte kırdan daha yüksektir. Kültür, eğitim ve eğlence

harcamalarının ortalama payı ise kırdaki %3.06, kentte %4.36 ve Kocaeli'nde %4.08'dir.

-Dayanıklı mal satın alımı için yapılan harcamaların nisbi payı da gelir seviyesindeki yükselmeye paralel olarak artmakla beraber, kentte en üst gelir diliminde düşmektedir. Bu harcama grubunun ortalama payı ise, kırdaki %3.74, kentte %4.32 ve Kocaeli'nde %4.18'dir.

-Konut, otomobil satın alımı ve büyük onarım harcamalarının hanehalkı tüketim harcamaları içindeki nisbi payı, bütün kategorilerde gelir seviyesi yükseldikçe artmaktadır. Bu harcama grubunun hanehalkı tüketim harcamaları içindeki ortalama payı ise, kırdaki %3.42, kentte %3.75 ve Kocaeli'nde %3.67'dir.

-Diğer harcamaların toplam harcamalar içindeki nisbi payı da bütün kategorilerde, gelir seviyesindeki yükselmeyi takiben artmaktadır. Bu harcama grubunun nisbi payı, aynı gelir dilimleri için kırdaki kentten daha yüksektir. Diğer harcamaların toplam harcamalar içindeki ortalama payı ise, kırdaki %4.60, kentte %4.46 ve Kocaeli'nde %4.49'dur.

Araştırmada, bir taraftan hanehalkı tüketim harcamalarının toplam harcamalar içindeki payı incelenirken, diğer taraftan, öz tüketim ile hibe ve yardımları da içeren reel tüketim bileşimi içindeki payları analiz edilmiştir. Hanehalkı harcama bütçesi içinde bir harcama kalemi olmamasına rağmen, öz tüketim ile hibe ve yardımların analize dahil edilmesi, hanehalkı refah düzeyinin daha iyi ortaya konulması açısından önemlidir. Ayrıca, öz tüketim ile hibe ve yardımlar dikkate alındığında, harcama gruplarının nisbi ağırlıkları, özellikle kır-kent ayrımı açısından daha anlamlı hale gelmektedir.

Harcama gruplarının reel tüketim bileşimi içindeki paylarına ait bulgular aşağıdaki gibidir:

-Gıda harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki payı, bütün gelir gruplarında kırdaki, kentten daha düşüktür. Bu durumun nedeni, özellikle kırdaki, düşük gelir gruplarında tarımsal ürünlerde öz tüketimin yaygın olmasıdır. En düşük gelir grubunda gıda harcamalarının nisbi payı, kırdaki %35.05 iken, kentte %42.33 ve

Kocaeli'nde %39.32'dir. Bu harcama grubunun reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı ise, kırdan %34.39, kentte %34.14 ve Kocaeli'nde %34.20'dir.

-Kira ve ev bakımı ile ilgili harcamaların reel tüketim bileşimi içindeki payı da kırdan kentten daha düşük olmakla birlikte, aradaki fark, Kocaeli İline ait özellikler nedeniyle beklenildiği kadar yüksek değildir. Kentte en düşük gelir grubunda kira ve ev bakımı harcamalarının nisbi payı %17,36 iken, kırdan %13.17 ve Kocaeli'nde %15.63'tür. Kira ve ev bakımı harcamalarının ortalama payı ise, kırdan %11.08, kentte %11.99 ve Kocaeli'nde %11.77'dir.

-Haberleşme ve ulaşım giderlerinin reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı, kırdan %11.07, kentte %11.35 ve Kocaeli'nde %11.28'dir.

-Temizlik, sağlık ve bebek bakımı harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı, kentte kırdan daha yüksektir. Bu harcama grubunun reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı, kırdan %8.90, kentte %9.99 ve Kocaeli'nde %9.72'dir.

-Isıtma ve aydınlatma harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki nisbi payı, bütün gelir gruplarında kırdan kentten daha düşüktür. Isıtma ve aydınlatma harcamalarının reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı ise, kırdan %7.59, kentte %7.50 ve Kocaeli'nde %7.52'dir.

-Giyim harcamalarının hanehalkı reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı, kırdan %4.52, kentte %5.80 ve Kocaeli'nde %5.48'dir. Giyim harcamalarının nisbi payı ise, gelirdeki artışa paralel olarak bütün gelir gruplarında yükselmektedir.

-Kültür, eğitim ve eğlence harcamalarının nisbi payı, bütün gelir grupları için kentte, kırdan daha yüksektir. Bu harcama grubunun reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı ise, kırdan %2.79 kentte %4.27 ve Kocaeli'nde %3.90'dır.

-Dayanıklı mal satın alımı için yapılan harcamaların reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı, kırdan %3.40 iken, kentte %4.20 ve Kocaeli'nde %4.00'dür.

-Konut, otomobil satın alımı ve büyük onarım harcamalarının ortalama payı ise, kırdan %3.12, kentte %3.65 ve Kocaeli'nde %3.52'dir.

-Diğer harcamaların reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı, kırdan %4.19, kentte %4.37 ve Kocaeli'nde %4.30'dur.

-Öz tüketimin reel tüketim bileşimi içindeki payı, kırdan düşük gelir gruplarında hayli yüksektir. Öz tüketimin reel tüketim bileşimi içindeki payı, kırdan, en düşükten en yükseğe doğru, üç gelir grubu için sırasıyla %18.39, %11.77 ve %2.95'tir. Öz tüketimin ortalama payı ise, kırdan %7.44, kentte %0.71 ve Kocaeli'nde %2.37'dir. Öz tüketimin en yaygın olduğu mal grupları, tarımsal ürünler ile kışlık yakacak için kullanılan katı yakıtlardır.

-Kırdan öz tüketim ağırlıklı iken, kentsel alanda, hibe ve yardımlar ağırlık kazanmaktadır. Hibe ve yardımların nisbi payı kentte en düşük gelir grubunda %7.36'dır. Hibe ve yardımların reel tüketim bileşimi içindeki ortalama payı ise, kırdan %1.51, kentte %2.08 ve Kocaeli'nde %1.94'tür.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, uygulanan anketten elde edilen verilerin ekonometrik analizi yapılmıştır. Bölümün birinci kısmında, model spesifikasyonunun aşamaları yer almaktadır. İktisadi, istatistikî ve ekonometrik kriterlere göre, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını en iyi açıklayan modelin, Keynes'in mutlak gelir hipotezinin sabit terimli doğrusal modeli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını belirleyen en önemli faktör, hanehalkı harcanabilir gelirdir.

Üçüncü bölümün ikinci kısmında, belirlenen en uygun modele göre, Kocaeli İlinde, harcanabilir gelir dışında, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin etkilerini ortaya koymak üzere, yapay değişkenli model tahminleri yapılmıştır. Yapay değişkenli model tahminlerinin sonuçları aşağıdaki gibidir:

-İkamet edilen yerleşim biriminin kır ya da kent olması, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir faktördür. Kırdan oturanların hem tüketime başlama noktaları hem de marjinal tüketim eğilimleri kentte oturanlardan farklıdır. Kırdan oturan hanehalklarının tüketime başlama noktaları kentte oturanlardan düşük iken, marjinal tüketim eğilimleri daha yüksektir. Bu durumun bir nedeni de kentte oturanların gelir seviyesinin kırdan oturanlardan yüksek olmasıdır.

-Kırsal kesimde, oturlan yerleşim biriminin nüfus büyüklüğünün hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkisi yoktur. Bu durumun bir nedeni, küçük ya da büyük kırsal yerleşim birimlerinin, kent merkezlerine nisbeten aynı uzaklıkta olmasıdır.

-Kentsel alanda, oturlan mahallenin (semtin) zengin, orta halli ya da fakir olması, hem tüketime başlama noktasını hem de marjinal tüketim eğilimini etkilediğinden, Kocaeli İlinde oturlan semtin niteliği, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir faktördür. Oturlan semtin varlık düzeyi arttıkça tüketime başlama noktası yükselirken, marjinal tüketim eğilimi düşmektedir.

-Kocaeli ilinde, hanehalkı reisinin cinsiyeti tüketime başlama noktasında bir miktar farklılığa neden olmakla birlikte, cinsiyet faktörünün hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

-Hanehalkı reisinin mesleği, Kocaeli ilinde hanehalkı tüketim harcamaları etkileyen önemli bir determinanttır. Reisi ücret geliri eden hanehalklarının tüketime başlama noktası, reisi ücret dışı gelir elde eden hanehalklarından daha düşük iken, marjinal tüketim eğilimleri daha yüksektir.

-Kocaeli İlinde hanehalkı çalışan sayısı, tüketim harcamaları üzerinde kısmen etkili olan bir faktördür. Çalışan sayısının bir ya da iki olması tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip değilken, çalışan sayısının üç ya da daha fazla olması tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir faktördür. Çalışan sayısı üç ve üçten fazla olan ailelerin tüketime başlama noktaları diğerlerinden daha düşük iken, marjinal tüketim eğilimleri daha yüksektir. Bu sonuca göre, düşük gelirli hanehalklarında daha fazla kişi çalışma yaşamına katılmaktadır.

-Hanehalkı büyüklüğü, hem yapay değişkenli modele, hem de doğrudan hanehalkı fert sayısı alınarak tahmin edilen modele ait sonuçlar istatistiki açıdan başarısız olduğu için, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant değildir.

-Kocaeli İlinde hanehalkı reisinin yaşı, yaş grupları gelişim psikolojisine uygun olarak tasnif edildiğinde, tüketim harcamalarını kısmen etkileyen bir

determinanttir. Bu durumun nedeni, ülkemizde çalışma yaşamının psikolojik gelişim dönemleri dikkate alınmaksızın dizayn edilmesidir. Ancak yaş grupları, 18-35 ve 35-65 olarak -gençler ve yetişkinler olmak üzere- tasnif edildiğinde, hanehalkı reisinin yaşamın tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gençlerin tüketime başlama noktaları daha düşük iken, marjinal tüketim eğilimleri daha yüksektir.

-Emeklilik faktörü, Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde kısmen etkilidir. Hanehalkı reisinin emekli ya da çalışıyor olması, tüketime başlama noktası üzerinde etkili iken, marjinal tüketim eğilimi üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir. Emeklilik faktörünün tüketim harcamaları üzerinde teorik beklentileri karşılayacak kadar güçlü bir etkiye sahip olmamasının temel nedeni, ülkemizde emekliliğin, gelişim dönemleri açısından tanımlanan emeklilik kavramına uygun olmamasından kaynaklanmaktadır. Gelişim psikolojisi açısından emeklilik kavramı, mutlak anlamda çalışma hayatından çekilmeyi ima ederken, -yaş olarak, en az 65 ve üstü- ülkemiz için böyle bir durum söz konusu değildir.

-Kocaeli İlinde eğitim faktörü, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant değildir. Bu durumun nedeni, elde edilen gelir ile eğitim seviyesi arasında pozitif bir korelasyon bulunmamasıdır.

-Sosyal güvence faktörü, Kocaeli İlinde tüketime başlama noktasını etkileyen önemli bir determinant iken, marjinal tüketim eğilimi üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir. Hanehalkı reisi sosyal güvenceye sahip olan hanehalklarının tüketime başlama noktası, diğerlerinden daha yüksektir.

-Hanehalkına ait herhangi bir gayri menkulün varlığı, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttir. Gayri menkul sahibi olan hanehalklarının tüketime başlama noktaları, diğerlerine göre daha yüksek iken, marjinal tüketim eğilimleri daha düşüktür.

-Kocaeli İlinde, oturlan evin mülkiyetinin hanehalkına ait olması, hem tüketime başlama noktası hem de marjinal tüketim eğilimi üzerinde etkili olan önemli bir determinanttir. Kendi evinde oturan hanehalklarının tüketime başlama noktası, kiracılara göre daha yüksek iken, marjinal tüketim eğilimleri daha düşüktür.

-Dayanıklı mal stoku yeterliliği faktörü, Kocaeli İlinde, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttır. Dayanıklı mal stoku yeterli olan hanehalklarının tüketime başlama noktası, dayanıklı mal stoku yetersiz olan hanehalklarına göre daha yüksek iken, marjinal tüketim eğilimleri daha düşüktür.

-Kocaeli ilinde, hanehalkına ait otomobilin varlığı, tüketime başlama noktasını etkileyen önemli bir determinant iken, marjinal tüketim eğilimi üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir. Otomobil sahibi olan hanehalklarının tüketime başlama noktası diğerlerinden daha yüksektir.

-Kocaeli İlinde menkul varlığı, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant değildir. Bu sonucun önemli nedenlerinden bir tanesi, menkul varlıkların hanehalkları tarafından bir yatırım aracı olmaktan ziyade, ihtiyat akçesi olarak talep edilmesidir.

-Hanehalkı gelirinde yakın dönemde meydana gelen değişme, Kocaeli ilinde hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir. Gelirinde olumlu ya da olumsuz değişme meydana gelen hanehalkları ile gelirinde herhangi bir değişiklik olmayan hanehalklarının tüketim davranışları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

-Kocaeli ilinde, hanehalkı reisinin, hanehalkının gelirinin yeterliliği hakkındaki kanaatinin, tüketime başlama noktasını etkileyen önemli bir faktör olduğu, ancak marjinal tüketim eğilimini etkileyen önemli bir faktör olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelirlerinin yetersiz olduğunu belirten hanehalklarının tüketime başlama noktası, gelirlerini yeterli görenlerden oldukça düşüktür.

-Hanehalkı reislerinin ülke ekonomisi hakkındaki beklentileri, Kocaeli ilinde tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir faktör değildir. Ülke ekonomisi hakkında iyimser ve kötümser görüşe sahip olan hanehalklarının tüketim davranışlarında anlamlı bir farklılık yoktur.

-Kocaeli İlinde, hanehalkı reislerinin hanehalkının geliri ilgili beklentileri de tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir. Hem ülke ekonomisi hakkındaki genel iktisadi beklenti faktörünün, hem de hanehalkı geliri hakkındaki

bireysel iktisadi beklenti faktörünün tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaması, tüketimin cari gelirin bir fonksiyonu olduğunu varsayan, mutlak gelir hipotezine uygun olmakla birlikte, geleceğe dönük tüketim teorisinin beklentilerini karşılamamaktadır. Çünkü, bu sonuca göre, hanehalkları sürekli ya da ömür boyu gelirlerini değil, cari gelirlerini dikkate alarak tüketim harcamalarına karar vermektedirler.

-Kocaeli İlinde, hanehalklarının algıladıkları ya da hissettikleri sosyal konum faktörü, hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Kendini fakir ya da zengin hisseden hanehalklarının hem tüketime başlama noktaları, hem de marjinal tüketim eğilimleri, kendini orta halli kabul edenlerden farklıdır. Kendini fakir hisseden hanehalklarının tüketime başlama noktası temel sınıf olan, orta hallilerden düşük iken, marjinal tüketim eğilimi daha yüksektir. Yine, kendini iyi halli hisseden hanehalklarının tüketime başlama noktası, temel sınıftan daha yüksek iken, marjinal tüketim eğilimi daha düşüktür.

-Kocaeli İlinde gösteriş etkisi, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttır. Ekonomik ve sosyal statülerine uygun hareket ettiklerini beyan eden hanehalklarının tüketime başlama noktası, hatırı sayılır biçimde diğerlerinden daha yüksek iken, marjinal tüketim eğilimleri önemli ölçüde düşüktür. Bu sonuca göre, gösteriş tüketiminin belirli bir gelir seviyesinin üzerinde ağırlık kazandığını söylemek mümkündür.

-Harcama kararlarında yakın çevreden etkilenmenin, Kocaeli İlinde, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmadığı ortaya çıkmıştır. Semt yapay değişkeninin tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinant olmasına rağmen, çevre etkisinin önemli bir determinant olmaması, hanehalklarının toplumsal kompartımanlarına uygun semtlerde yaşadıkları, ancak tüketim kararlarını sosyo-ekonomik statülerine uygun almalarına karşın, çevrelerinden önemli ölçüde etkilenmediklerini ortaya koymaktadır.

-Hanehalklarının tüketim harcamalarına karar verirken, gelecek planı yapmaları, Kocaeli İlinde tüketim harcamalarını üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir. Anket sonuçlarına göre, hanehalklarının geleceğe dönük tüketim teorisine

uygun hareket etme yönünde bir arzuya sahip oldukları, ancak pratikte bunu gerçekleştiremedikleri ortaya çıkmıştır.

-Kocaeli İlinde likidite kısıtının varlığı, tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir determinanttır. Likidite kısıtına tabi olan hanehalklarının tüketime başlama noktası, likidite kısıtına tabi olmayan hanehalklarından çok daha düşük iken, marjinal tüketim eğilimleri çok daha yüksektir. Likidite kısıtının harcama kararları üzerinde bu derece etkili olması, tüketimin cari gelirin bir fonksiyonu olduğu yönündeki Keynesyen önermeyi bir kez daha haklı çıkarırken, Kocaeli İlinde geleceğe dönük tüketim teorisinin başarısızlığını bir kez daha teyit etmektedir.

Başlangıçta, geleceğe dönük tüketim teorisinin, Kocaeli İlinde, geçerli olmayacağı şeklinde bir ön görüşe sahip olunduğu için, ankette bu teorisin temel varsayımlarına yönelik bir kısım sorulara yer verilmiştir. Ancak bu amaçla yöneltilen soruların tümünün cevapları, teori açısından olumsuz çıkmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasında en önemli etken, teorisin üzerine bina edildiği temel varsayımların ülkemizde ve dolayısıyla Kocaeli'nde geçerli olmamasıdır. Bu varsayımlar; sermaye piyasalarının mükemmel bir şekilde işlediği, uzun vadede faiz oranlarının sabit olduğu ve bu iki varsayıma da bağlı olarak, likidite kısıtının olmadığına ilişkin varsayımlardır. Bunun da ötesinde, geleceğe dönük tüketim teorisinin geçerli olabilmesinin ön koşulu olan; toplumsal, iktisadi ve siyasi istikrarın tesis edilmesi şartının, ülkemizde bir türlü sağlanamamış olması da teorisin başarısızlığının temel kaynağını oluşturmaktadır.

Araştırma sonucu elde edilen bulguların değişik amaçlarla kullanılması mümkündür. Bunların başlıcaları aşağıda sunulmuştur:

- Kocaeli İlinde, gelir tüketim ilişkisinin açıklanmasında en başarılı hipotezin Keynes'in mutlak gelir hipotezi olması, iktisat politikası yapımcıları için önemli bir argümandır. Bu sonuç, ülkemizin en zengin ilinde hanehalklarının büyük çoğunluğu için likidite kısıtının varlığı bulgusu ile birlikte ele alınca, ekonomiyi yönlendirmek amacıyla, iktisat politikalarının etkin bir biçimde kullanılmasının mümkün olduğunu göstermektedir. Likidite kısıtının bu derece yüksek çıkması, vergilerde yapılacak geçici bir değişiklik ya da indirimle bile

ekonominin istenilen biçimde yönlendirilmesinin mümkün olacağı şeklinde yorumlanabilir. Böylece, uygulanacak müdahaleci politikalar için bir dayanak sağlanmış olur.

- Tüketim harcamalarına etki eden faktörlerin bilinmesi de iktisat politikası yapıcılarını açısından önem taşıyan bir husustur. Toplam talebin tüketim harcamaları yoluyla etkilenmesine karar verildiğinde, bu amaca ulaşmak için izlenecek yöntemin belirlenmesinde (kullanılacak aracın seçilmesi ve müdahalenin dozajının ayarlanmasında), tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerden yola çıkılarak politikaların oluşturulması, başarı şansını artıran önemli bir faktör olacaktır.
- Hanehalkı gelir ve tüketim harcamaları bileşimine ait bulgular, genel olarak ücretlerin, özellikle de asgari ücretin belirlenmesinde kullanılabilir. Ülke genelinde standart bir asgari ücret uygulanması yerine, her ilin kendine has özellikleri dikkate alınarak farklılaştırılmış asgari ücret uygulaması gerekliliğinin izahında kullanılabilir. Bu noktada, kır ve kentte yaşayan hanehalklarının tüketim davranışları arasındaki fark ta dikkate alınabilir.
- Sendikalar, hanehalkı tüketim harcamalarının bileşimine ait verileri gerek tek başına, gerekse diğer ülke verileri ile karşılaştırarak, ücret pazarlığında kullanabilir.
- Yine, çeşitli mal gruplarının hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payları, diğer ülkelerde gözlenen değerlerle karşılaştırılarak, hanehalklarının refah düzeyi karşılaştırılabilir. Bu karşılaştırmanın sonucu, Kocaeli İlının, sanayileşmenin etkisiyle, ülkemizde kişi başına GSMH'sı en yüksek il olması nedeniyle, ülkemizin gelişmişlik düzeyinin ortaya konulması bakımından önemlidir.
- Geçinme endekslerine ait tartıların elde edilmesinde kullanılabilir.
- Fiyat endekslerinin hazırlanmasında kullanılabilir.

- Siyasi partiler tarafından, özellikle mahalli seçimlerde, toplumun farklı grupları için hazırlanacak hizmet öncelikleri listesinin belirlenmesinde yararlanılabilir.
- Hanehalkı tüketim bütçesi içinde, çeşitli mal gruplarının ağırlıklarına bakılarak, özellikle dar ve sabit gelirli ailelere yönelik sosyal yardım politikaları dizayn edilebilir.
- Harcama gruplarının, farklı gelir gruplarındaki hanehalklarının harcama bütçesi içindeki payları, belirli mal grupları için, hedef müşteri kitlesinin belirlenmesinde kullanılabilir.
- Piyasaya yeni girecek satıcıların, satış noktalarını belirlemelerinde kullanılabilir.
- Pazarlamacıların satış yöntemlerini belirlemelerinde kullanılabilir. Likidite kısıtının baskısını hafifleten satış koşullarının belirlenmesi, satışların artırılmasında etkili olabilir.

Kocaeli İlinde hanehalkı tüketim harcamalarını, öncelikle makro iktisadi açıdan analiz eden bu araştırma, her bilimsel çalışmada olduğu gibi, belirli kapsam ve sınırlar dahilinde yürütülmüştür. Bu çalışmanın kapsamı dışında kalan, tüketim harcamaları konusunun diğer yönlerinin incelenmesi, aynı konuda yapılacak diğer çalışmalara bırakılmıştır. Bu nedenle, tüketim harcamaları konusunda bundan sonra yapılacak diğer çalışmalarda ele alınabilecek konulardan bir kısmının belirtilmesinde yarar vardır:

- Bu çalışmanın ekonometrik analiz kısmında, hanehalkı tüketim harcamalarının tamamı bir bütün olarak, tüketimin gelir hipotezleri çerçevesinde incelenmiştir. Aynı zamanda, iktisadi analiz kısmında, çeşitli harcama gruplarının hanehalkı tüketim bütçesi ve reel tüketim bileşimi içindeki payları da mikro iktisadi açıdan analiz edilmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda, harcama gruplarının tamamının kapsama alınması yerine, belirli harcama gruplarının gelirle ilişkisinin ortaya konulması amaç edinilebilir. Her bir harcama grubunun, gelir esnekliğini bir arada ya da tek tek konu alan çalışmalar yapılabilir.

- Bu çalışmada olduğu gibi bir bütün olarak tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin araştırılması yerine, tek bir harcama grubunu belirleyen faktörler daha ayrıntılı olarak ele alınabilir. Örneğin, dayanıklı tüketim harcamalarını belirleyen faktörler araştırılabilir.
- Hanehalkı harcama bütçesi içinde önemli yer tutan, eğitim, ulaşım, kira, elektrik, doğal gaz gibi tek bir mal ve hizmete yapılan harcamaları belirleyen faktörler araştırılabilir.
- Uygunanan iktisat politikalarının, belirli bir tüketici grubunun tüketim harcamaları ya da bir harcama grubu üzerindeki etkisi spesifik olarak incelenebilir. Örneğin, taşıtlardan alınan geçici ek vergilerin, taşıt satın alımı ya da taşıt sahiplerinin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi incelenebilir.
- Tüketimin gelir hipotezlerinin hepsinin bir arada test edilmesi yerine, tek bir hipotezinin daha ayrıntılı olarak test edilmesine yönelik araştırmalar yapılabilir. Daha ileriki aşamalarda bir hipotezin önemli varsayımları tek başına test edilebilir.
- Sadece tek bir faktörün tüketim harcamaları üzerindeki etkisi araştırılabilir. Örneğin; beklentilerin ya da etnik orijinin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi araştırılabilir.
- Belirli bir mal ya da mal grubuna yapılan harcamaları belirleyen bir faktör tek başına ele alınabilir. Örneğin, faizin beyaz eşya ya da otomobil satın alımı için yapılan harcamalar üzerindeki etkisi araştırılabilir.
- Kapsam olarak bütün hanehalklarını almak yerine, toplumun belirli gruplarının tüketim harcamalarını konu alan çalışmalar yapılabilir. Örneğin, ücretli sınıfın, akademik personelin ya da emeklilerin tüketim harcamalarını konu alan bir çalışma yapılabilir.

EK



KOCAELİ İLİ HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARI ANKETİ**1.DEMOGRAFİK BİLGİLER****1.İkamet Edilen Yerleşim Birimi:****(1)-Kır**

(1)-Nüfusu 2.000'den az

(2)-2.001-10.000 arası

(3)-10.001-20.000 arası

(2)-Kent

(1)-Fakir Mahalle

(2)-Orta Halli Mahalle

(3)-Zengin Mahalle

2.Hanehalkı Reisinin Cinsiyeti:

(1)-Erkek

(2)-Kadın

3.Hanehalkı Reisinin Yaşı:

(1) 18-35

(2) 36-50

(3) 51-65

(4) 66+

4.Hanehalkı Reisinin Eğitimi:

(1)-İlkokul (2)-İlköğretim (Ortaokul) (3)-Lise (4)-Fakülte/Yüksekokul (5)-Lisansüstü

5.Hanehalkı Reisinin Mesleği:

(1)-İşçi

(2)-Memur

(3)-Esnaf ve Zanaatkâr

(4)-Serbest Meslek/ Tüccar-Sanayici

(5)-Çiftçi

(6)-İşsiz

(7)-Emekli

(8)-Emekli Çalışıyor

(9)Diğer.....

6.Mevcut İşinizde Kaç Yıldır Çalışıyor sunuz?Yıldır.

7.Hanehalkı Fert SayısıKişi:Bay,.....Bayan.....Çocuk.

8.Hanehalkında Çalışan Fert Sayısı.....Kişi.

9.Ailenizde 0-3 Yaş Arası Bebek Var mı?

(1)-EvetBebek Var. (2)-Hayır

10.Ailenizde Okula Devam Eden Öğrenci Var mı?

(2)-Hayır

(1)-Evet Anaokulu..... İlköğretim....., Lise....., Üniversite..... Lisansüstü**11.Herhangi Bir Sosyal Güvenlik Kurumuna Üye misiniz?**

(1)-Evet (SSK, Bağkur, Emekli Sandığı, Özel Hayat-Sağlık Sigortası, vb.)

(2)-Hayır

12.Oturduğunuz Ev Kime Kime Ait ?

(1)-Kira

(2)-Kendime ya da Yakınlarıma Ait

(3)-Lojman

13.Oturduğunuz Evin Isınma Sistemi:

(1)-Sobalı

(2)-Kaloriferli

(3)- Kat Kaloriferli (kombili)

(4)-Doğal Gaz Sobalı

2.GELİR BİLGİLERİ

1.Ailenizin 'AYLIK' Ortalama Toplam Geliri Aşağıdaki Gruplardan Hangisine Uygundur?

(1)	0- 500.000.000 TL Arası
(2)	500.000.001- 1.000.000.000 TL Arası
(3)	1.000.000.001- 2.500.000.000 TL Arası
(4)	2.500.000.001- 5.000.000.000 TL Arası
(5)	5.000.000.001 +

2. Elde Edilen Bu Gelirin Kaynağını Belirtiniz. (Miktarı, TL)

	Kendinizin		Ailenizin Diğer Bireylerinin	
	Aylık	Yıllık	Aylık	Yıllık
(1)- Maaş veya Ücret				
(2)- Ticari Kazanç				
(3)- Serbest Meslek Geliri				
(4)- Ziraat Geliri				
(6)- Menkul Değer (Tahvil, Hisse Senedi, Vadeli Mevduat vb.) Geliri				
(7)- G. Menkul Kirası (Ev/Dükkan Kirası)				
(8)- Diğer Gelirler (Fazla Mesai, Ek Ders Ücreti vb.)				
Toplam				

3.Yakın Dönemde, Önceki Dönemlere Göre Gelirinizde Bir Değişiklik Oldu mu ?

(1)-Arttı (2)-Azaldı (3)- Değişiklik Olmadı

4.Şu Anki Gelir Seviyeniz Sizce Yeterli mi?

(1)-Evet Yeterli (2)-İdare Eder (3)-Hayır Yetersiz

5.Gelecekte, Ekonomik Durumunuzun Nasıl Olacağını Tahmin Ediyorsunuz?

(1)-Daha İyi Olacak (2)-Daha Kötü Olacak (3)-Herhangi Bir Değişiklik Olmayacak

6.Size Göre Ülke Ekonomisi Yakın Dönemde Düzlüğe Çıkar mı?

(1)-Evet (2)-Hayır (3)-Böyle Gelmiş Böyle Gider

7.Ailenize Ait Gayri Menkulünüz Var mı? Varsa Türünü Belirtiniz.

(2)-Hayır Yok (1)-Evet var. Türü: Daire, Yazlık, Bağevi,
 Arsa/Arazi/Tarla, Bina/İşyeri, Diğer.

8.Aşağıdaki Dayanıklı Mallardan Hangilerine Sahipsiniz?

Buzdolabı, Çamaşır Makinesi, Bulaşık Makinesi, Ocaklı Fırın, Dikiş Makinesi,
 TV, Radyo-Müzik Seti, Koltuk Takımı, Elektrikli Süpürge, Bilgisayar.

9.Arabanız Var mı? Varsa Modeli ve Markasını Nedir?

(2)- Hayır yok (1)- Evet var. Modeli..... Markası

10.Ekonomik Acıdan Durumunuzu Nasıl Değerlendiriyor sunuz? Çevrenizdeki İnsanlarla Karşılaştığınızda, Kendinizi Aşağıdakilerden Hangi Gruba Dahil Edersiniz?

(1)-Fakir (2)-Orta Halli (3)-İyi Halli (4)-Zengin

3. HARCAMA BİLGİLERİ**I.GIDA HARCAMALARI**

A.Zorunlu Mallar	Aylık	Yıllık
<i>Un ve Unlu Mamuller (Ekmek, Un, Makarna vs.)</i>		
<i>Bakliyat (Pirinç, Mercimek, Bulgur, Nohut vs.)</i>		
<i>Eti Ürünleri (Et, Kıyma, Tavuk, Balık, Sucuk vs.)</i>		
<i>Süt, Yumurta, Yoğurt vb.</i>		
<i>Şeker ve Şekerli Mamuller (Reçel, Helva, Bal vb.)</i>		
<i>Yemeklik Yağlar (Sıvı Yağlar, Margarin, Tereyağı)</i>		
<i>Kahvaltılıklar (Zeytin, Peynir, Çöko krem vb.)</i>		
<i>Sebze ve Meyve</i>		
<i>Diğerleri (İste Yenilen Yemekler, Sirke, Tuz, Baharatlar vb.)</i>		
TOPLAM		

B.Keyfi Mallar	Aylık	Yıllık
<i>Çay, Kahve (Evde, İşyerinde)</i>		
<i>Hazır Gıdalar (Hazır Yemekler/Dışarıda Yenilen Akşam Yemekleri vb.)</i>		
<i>Sigara, Puro vb.</i>		
<i>Çikolata, Kuruyemiş, Bisküvi, Baklava, Pasta vs.</i>		
<i>Meyve Suyu, Kola, İçki, Dondurma vs.</i>		
<i>Diğerleri</i>		
TOPLAM		

II.ISITMA VE AYDINLATMA GİDERLERİ	Aylık	Yıllık
<i>Isıtma Giderleri (Odun, Kömür, Doğal Gaz vs.)</i>		
<i>Aydınlatma Giderleri (Elektrik)</i>		
<i>Tüpgaz (Banyo ve Mutfak İçin Doğal Gaz)</i>		
TOPLAM		

III. GIYİM	Aylık	Yıllık
<i>Elbise (Bay-Bn. Takım, Etek, Çeket, Pantolon vb.)</i>		
<i>Ayakkabı, Bot, Terlik, Kemer vb.</i>		
<i>Gömlek, Kazak, Kravat, Tişört vb.</i>		
<i>Çamaşır, Çorap, Pijama vb.</i>		
<i>Palto, Manto, Kaban, Pardesü vs.</i>		
<i>Bebe Kıyafeti</i>		
<i>Diğerleri (Okul Kıyafeti vb.)</i>		
TOPLAM		

IV. DAYANIKLI MALLAR	Aylık	Yıllık
<i>Koltuk, Masa, Sandalye, Mobilya, Perde vb.</i>		
<i>Tencere, Tabak, Kaşık-Çatal, Bıçak vs.</i>		
<i>Radio-Teyp, TV, Bilgisayar, VCD vs.</i>		
<i>Buzdolabı, Çamaşır-Bulaşık Makinesi vs.</i>		
<i>Dikay Makinesi, Elektrikli Süpürge, Muşak Robotu vs.</i>		
<i>Soba, Fırın, Ocak vb.</i>		
<i>Saat, Cep Telefonu vs.</i>		
<i>Diğerleri (Alet Edevat, Tornavida, Pense, Çivi vs.)</i>		
TOPLAM		

V. KİRA ve EV BAKIMI	Aylık	Yıllık
<i>Kira Bedeli / Ya da Oturulan Ev Kiraya Verilmiş Olsaydı Tahmini Kira Bedeli</i>		
<i>Varsa Apartman Aidatı (Kapıcı Dahil)</i>		
<i>Eyle İlgili Bakım ve Onarım Giderleri (Boya, Badana, Tamirat vb.)</i>		
<i>Emlak-Deprem-Çevre Temizlik Vergileri vs.</i>		
<i>Diğer</i>		
TOPLAM		

VI. TEMİZLİK- SAĞLIK ve BEBEK BAKIMI

<i>A. Temizlik Ve Sağlık</i>	<i>Aylık</i>	<i>Yıllık</i>
<i>Su, Kaynak Suyu</i>		
<i>Sabun, Şampuan vs</i>		
<i>Deterjan, Yumuşatıcı, Çamaşır Suyu, Temizlik Kağıtları</i>		
<i>Saç ve Vücut Bakımı (Berber, Kuaför vs)</i>		
<i>Parfüm, Kolonya, Makyaj ve Diğer Kişisel Bakım Malzemeleri, Dış Mucunu-Fırçası</i>		
<i>Temizlikçi / Hizmetçi Ücreti</i>		
<i>Doktor, Hastahane, Dişçi, İlaç vs.</i>		
TOPLAM		

<i>B. Bebek Bakımı</i>	<i>Aylık</i>	<i>Yıllık</i>
<i>Bez ve Diğer Temizlik Malzemesi Giderleri</i>		
<i>Süt, Mama ve Ek Besin Giderleri</i>		
<i>Sağlık Giderleri</i>		
<i>Bakıcı/Kreş</i>		
<i>Diğer (Oyuncak, Yürüteç, Karyola, Beşik, Bebek Arabası vb.)</i>		
Toplam		

<i>VII. KÜLTÜR-EGİTİM ve EĞLENCE</i>	<i>Aylık</i>	<i>Yıllık</i>
<i>Kitap, Kırtasiye vb.</i>		
<i>Gazete, Dergi vb.</i>		
<i>Özel Okul / Kurs / Servis Ücreti, Harç ve Yurt Giderleri</i>		
<i>Sinema, Tiyatro, Müz, Konser vs</i>		
<i>Gezi, Tatil ve Ziyaret Giderleri; Otel, Pansiyon (Ulaşım Hariç)</i>		
<i>Diğer</i>		
TOPLAM		

VIII.HABERLEŞME ve ULAŞIM

<i>A.Haberleşme</i>	<i>Aylık</i>	<i>Yıllık</i>
<i>Telefon Cep Telefonu</i>		
<i>-Normal Hat</i>		
<i>Mektup, Kargo, İnternet Erişim Ücreti, Dijital, Kablolü TV</i>		
<i>Toplam</i>		

B. Ulaşım Giderleri; Otomobiliniz Var Mı?

<i>(1)-Evet,</i>	<i>Aylık</i>	<i>Yıllık</i>
<i>Otomobil Yakıt Giderleri</i>		
<i>Bakım, Onarım Ve İşletme Giderleri</i>		
<i>Vergiler ve Sigortalar (Trafik Cezaları ve Kasko Dahil)</i>		
<i>Diğer</i>		
<i>Toplam</i>		

(2)-Hayır**Aylık****Yıllık**

<i>Şehirçi Ulaşım Giderleri (Otobüs, Minibus, Taksi vs.)</i>		
<i>Şehirlerarası Ulaşım Giderleri</i>		
<i>Toplam</i>		

<i>IX. Konut ve Otomobil Satın Alımı, Büyük Onarım</i>	<i>Aylık</i>	<i>Yıllık</i>
<i>Kooperatif Aidatı / Ev-Arsa Taksidi vs. Büyük Onarım</i>		
<i>Araba Taksidi</i>		
<i>Toplam</i>		

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

X.DİĞER HARCAMALAR: Diğer, Öz tüketim, Hibe

A.Diğer Harcamalar [Harçlıklar, Hediyeler, Özel Sigorta, Şans Oyunları (Toto-Loto, At Yarışı, Piyango vs.) Nafaka, Dini Harcamalar (Zekat, Sadaka, Kurban vs.) Sportif Faaliyet Harcamaları ve Diğer Harcamalar]

	Aylık	Yıllık
A.Diğer Harcamalar		

XI.Öz tüketim: Aileniz Tarafından Üretim Kullandığınız Mal Ve Hizmetler Var Mı?

(Sebze, Meyve, Tavuk, Yumurta, Yağ, Süt, Peynir vb.)

(1)-Evet	Aylık	Yıllık
Kendi Üretiminizden Tükettiğiniz Mal ve Hizmetlerin Tahmini Değeri		

(2)-Hayır

XII.Hibe: Memleketinizdeki Akrabalarınızdan, Tanıdıklarınızdan, Gelen Mallar, Hediyeler, Yardımlar Var Mı?

(2)-Hayır

(1)-Evet	Aylık	Yıllık
Hediyeler, Hibe ve Yardımlar		

4.DİĞER BİLGİLER**1.Mevcut Gelirinize İsteddiğiniz Harcamaları Yapabiliyor musunuz?**

(1)-Evet (2)-Hayır (3)-Kısmen

2.Mevcut Gelir Düzeyinizde Tasarruf Yapabiliyor musunuz?

(1)-Evet (2)-Hayır (3)-Borçla Yaşıyorum (4)-Mevcut Varlıklarımı Satıyorum

3.Son Bir Yıl İçinde Tasarruf Yapabildiniz mi?

(1)-Evet, Tahmini MiktarıTL (2)-Hayır

4.Tasarruf Seviyeniz Sizce Yeterli mi?

(1)-Evet Yeterli (2)-Hayır Yetersiz (3)-İdare Eder

5.Gelirinizin/Ürünlerinizin Bol Olduğu Dönemlerde, Sonraki Dönemlerde Ortaya Çıkması Muhtemel, İşsizlik/Kuraklık/Kutluk/Ekonomik Kriz Gibi Durumları Düşünerek Tasarruf Yapar Mısınız?

(1)-Evet (2)-Hayır

6.Normal Gelirinize Ek Olarak, Beklenmeyen Bir Gelir (Miras, Piyango, Toto-Loto Vb.) Elde Ettiğinizde, Elinize Geçen Bu Ek Gelirinle Ne Yapmayı Düşünür sünüz?

- (1)-Hayat Şartlarımı İyileştirir, Aileme ve Kendime Daha İyi Bakarım.
 (2)-Ev, Otomobil Gibi Dayanıklı Mallar Alırım.
 (3)-Döviz, Altın, Hisse Senedi vb. Yatırım Araçları Satın Alırım / İşime Yatırım / İş Kurarım
 (4)-Daha Önceden Almış Olduğum Borçlarımı Öderim.
 (5)-Hayır İşlerine Harcarım. (Fakirlere, Arkadaşlarıma Yardım Ederim.)
 (6)-Diğer.....

7.Harcamalarınızı Yaparken Geleceğe Dönük Plan Yapar mısınız?

(1)-Evet Yaparım

(2)-Hayır Yapmam

8.Genellikle Harcamalarınızı Nasıl Yaparsınız?

(1)-Nakit

(2)-Veresiye

(3)-Kredi Kartı ya da Taksit Kartla

9.Ömrünüz Boyunca Biriktirdiğiniz Varlıklarınızla Öncelikle Ne Yapmayı Düşünüyorsunuz?

(1)-Tamamını Harcayıp Daha İyi Bir Hayat Sürdürmeyi,

(2)-Yaşlılık Dönemimde Rahat Bir Hayat Sürmeyi,

(3)-Daha İyi Yaşamaları İçin Çocuklarıma Miras Bırakmayı

(4)-Hayır İşlerine Harcamayı veya Vakıflara Bağışlamayı

(5)-Diğer (Belirtiniz).....

10.Harcama Yaparken En Çok Neye Dikkat Edersiniz?

(1)-Bütçeme ve İhtiyaçlarıma Uygun Alış Veriş Yapmaya

(2)-Ekonomik ve Sosyal Statüme Uygun Hareket Etmeye

11.Bir Malı Satın Alırken En Çok Neye Dikkat Eder siniz?

(1)-Fiyatına

(2)-Kalitesine

(3)-Markasına

(4)-Reklamına

(5)-Eş-Dost Tavsiyesine

(6)Üreticisine

12.Tasarruf Yaparken (Yaptığınız Dönemlerde) Yaşlılık/Emeklilik Döneminizdeki Rahatınızı Düşünüyor musunuz / Düşünüyor muydunuz?

(1)-Evet (2)-Hayır

13.İhtiyacınız Olduğunda, Uzun Vadede Ödenmek Üzere Çevrenizden Kolaylıkla Borçlanabiliyor Musunuz? Ya Da Bankadan Uzun Vadeli Kredi Çekebiliyor Musunuz?

(1)-Evet

(2)-Hayır

(3)-Bazen

14.Ev, Araba, Beyaz Eşya, Mobilya Gibi Büyük Alışverişlerinizi Borçlanarak, Taksitle Yapabiliyor musunuz?

(1)-Evet

(2)-Belirli Bir Miktara Kadar Evet

(3)-Hayır

15.Aile Üyelerinize Ait, Döviz, Altın, Vadeli Mevduat, Hisse Senedi vb. Menkul Kıymet Var Mı?

(1)-Evet

(2)-Hayır

(3)-Cevap Yok

16.Komşularınız, Arkadaşlarınız ya da Diğer Kimselerden Etkilenerek Alışveriş Yaptığınız Olur Mu?

(1)-Evet

(2)-Ara sıra

(3)-Hayır

17.Bugünkü Tüketiminize Karar Verirken, Gelecekte Gelirinizde Meydana Gelmesi Muhtemel Değişiklikleri Dikkate Alıyor Musunuz?

(1)-Evet

(2)-Ara sıra

(3)-Hayır

18.Aynı Gelir Düzeyinizle, Daha Zengin ya da Fakir Bir Muhitte Otursaydınız, Harcamalarınızda Farklılık Olur Muydu?

(1)-Evet

(2)-Hayır

(3)-Belki

19.Çocuklarınızın Gelecekte Karşılaşacağı Güçlükleri Düşünerek, Daha Rahat Yaşamaları İçin Miras Bırakmak İster Misiniz?

(1)-Evet

(2)-Hayır

VAKİT AYIRIP ANKETİMİZE KATILDIĞINIZ İÇİN

TEŞEKKÜR EDERİZ,

KAYNAKÇA

AHÇIHOCA, Deniz ve ERTEK, Tümay “Consumption Patterns of Households In North Cyprus”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Ocak 2000, Sayı:1.

AKÇİN, Ogün ve ALPER, C.Emre, “Aggregate Consumption and Permanent Income: An Empirical Investigation for Turkey”, **METU Studies in Development**, 26(1-2), 1999.

AKKAYA, Şahin ve PAZARLIĞIOĞLU, M.Vedat, **Ekonometri I**, 4.Baskı, İzmir, 2000.

ALKİN, Erdoğan, **İktisat**, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1992.

ALLEN, Todd W. and CARROL, Christopher D., “Individual Learning About Consumption”, **Macroeconomic Dynamics**, March 2001.

AMOCHE, Ryan C. and WILBRICH, Holle H., **Macroeconomics**, Fifth Edition, Ohio: South Western Publishing, 1992.

ANTZOULATOS, Angelos A., “On The Excess Sensivity of Consumption to Information About Income”, **Journal of Macroeconomics**, Vol:19, No:3, Summer 1997.

ARDOR, Hakan R., “Tüketim Harcamaları”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992.

AREN, Sadun, **İstihdam, Para ve İktisadi Politika**, 10.Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1992.

ARIKAN, Gül, “Türkiye’de 1978-79 ve 1987 Yılları Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketlerinin Değerlendirilmesi ve Tüketim Kalıplarının Tespiti”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991.

ARSLAN, Müge ve PİRTİNİ, Serdar, “Uluslararası Pazarlamada Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörlerden Kültür ve Önemi”, **Pazarlama Dünyası**, Kasım-Aralık 2000.

AŞIRIM, Oğuz, "Alternative Theories of Consumption and An Application To The Turkish Economy", Central Bank of The Republic of Turkey Research Department Discussion Paper, No:9604, January 1996.

ATHUKORALA, Prema-Chandra and TSAI, Pang-Long, "Determinants of Household Saving in Taiwan: Growth, Demography and Public Policy", Working Paper, Canberra, 1999.

AVRALIOĞLU, Zeki, **Üç Şehirde Tüketim Fonksiyonları**, Ankara: Ankara Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1976.

AZİZ, Aysel, **Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim**, Ankara: İLAD Yayınları, 1990.

BAKHSI, Hasan, "The Sensitivity of Aggregate Consumption To Human Wealth", Bank of England Working Papers, 2000.

BAKIRCI, Fehim, "Tüketici Karar ve Davranışlarını Belirleyen Faktörler ve İki Grup İlde Tüketim Fonksiyonları Mukayesesi", Basılmamış Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999.

BALOĞLU, Filiz, **Tüketim Eğilimi ve Tüketimi Etkileyen Unsurlar**, Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997.

BANNOCK, Graham, BAXTER R.E. and DAVIS, Evan, **The Penguin Dictionary of Economics**, 1998, <http://www.xrefer.com/entry.jsp?xrefid=444904&secid=->

BAYBARS, Ömer, **Pazarlama İlkeleri**, 8.Baskı, İstanbul: BETA Yayınları, 1999.

BEGG, David, FISHER, Stanley and DORNBUSCH, Rudiger, **Economics**, Fourth Edition, İstanbul: Literatür Yayıncılık, 1994.

BERG, Lennart, "Age Distribution, Saving and Consumption in Sweden", 10th Anniversary Meeting of the ESPE Up p-sala University, 1996.

BEVERLY, Sondra, "How Can The Poor Save? Theory and Evidence On Saving In Low-Income Households", Center for Social Development Working Paper No. 97-3, July 1997.

BONKE, Jens "Choice of Foods - Allocation of Time and Money, Household Production and Market Services," MAPP Working Paper No 3, September 1992.

BOUMOL, William J. and BLINDER, Alan S., **Macroeconomics**, Fifth Edition, New York: Harcourt Brace Javonoich Inc., 1991.

BOYES, William and MELVIN, Michael, **Macroeconomics**, Boston: Houghton Mifflin Company, 1991.

BRADBURY, Bruce, "Household Income Sharing, Joint Consumption and The Expenditure Patterns of Australian Retired Couples and Single People", Social Policy Research Centre, The University of New South Wales, Discussion Paper No. 66, May 1996.

BRANSON, William H., **Macroeconomic Theory and Policy**, Third Edition, New York: Harper&Row Publishers, 1989.

BROWN, W. S. **Macroeconomics**, New Jersey: Prentice Hall , 1988.

BROWNING, Martin and CROSSLEY, Thomas F., "The Life-Cycle Model of Consumption and Saving" **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 15, No. 3, Summer 2001.

CAMPBELL, John Y. and MANKIWI, N.Gregory, "Consumption, Income and Interest Rates: Reinterpreting the Time Series Evidence", **NBER Macroeconomics Annual**, 1989.

CARROLL, Christopher D., and MILES Kimball S., "On the Concavity of the Consumption Function", **Econometrica**, 64(4), 1996.

CARROLL, Christopher D. "A Theory of the Consumption Function, With and Without Liquidity Constraints", **Journal of Economic Perspectives**, Summer 2001.

CARROLL, Christopher D., "Buffer-Stock Saving and the Life Cycle/Permanent Income Hypothesis", **The Quarterly Journal of Economics**, CXII(1), 1997.

CARROLL, Christopher D., "How Does Future Income Affect Current Consumption?", **The Quarterly Journal of Economics**, CIX(1), 1994.

CARROLL, Christopher D., "Risky Habits and the Marginal Propensity to Consume Out of Permanent Income", **International Economic Journal**, 14(4), 2000.

CARROLL, Christopher D., "Solving Consumption Models with Multiplicative Habits", **Economics Letters**, 68(1), 2000.

CARROLL, Christopher D., "Why Do The Rich Save So Much?" **In Does Atlas Shrug? The Economic Consequences of Taxing the Rich**, ed. by Joel B. Slemrod, Harvard University Press, 2000.

CARROLL, Christopher D., and ANDREW, Samwick A., "How Important Is Precautionary Saving?", **Review of Economics and Statistics**, 80(3), 1998.

CARROLL, Christopher D., and RHEE, Changyong and RHEE, Byung-Kun, "Does Cultural Origin Affect Saving Behavior? Evidence from Immigrants", **Economic Development and Cultural Change**, 48 (1), 1999.

CARROLL, Christopher D., and RHEE, Changyong and RHEE, Byung-Kun, "Are There Cultural Effects on Saving? Some Cross-Sectional Evidence", **The Quarterly Journal of Economics**, CIX(3), 1994.

CASSAR, Jennifer and CORDINA Gordon, "Consumption Expenditures In Malta: A Behavioral Trends During The 1990's", **Bank of Valletta Review**, No:23, Spring 2001.

CEMALCILAR, İlhan, **Pazarlama**, İstanbul: Beta Yayınları, 1999.

CHAKRABORTY, Atreya and FARAH Abdikarım M., "Ricardian Equivalence: Further Evidence", **International Economic Journal**, Volume 10, Number 3, Autumn 1996.

CHAO, Hsiang-Ke, "Milton Friedman and The Emergence of The Permanent Income Hypothesis", **The Conference On The History Of Economics At Erasmus Institute**, Rotterdam, Netherlands, 20-22 April 2000.

CHIANG, Alpha, **Matematiksel İktisadın Temel Yöntemleri**, Çev. E.Kip, O.Aydoğmuş ve M.Sarımeşeli, Ankara: VersoTeori Yayınları, 2.Baskı, 1996.

CHOU, Shin-Yi, LIU, Jin-Tan and HUANG, Cliff J., "Health Insurance and Savings Over the Life Cycle –A Semiparametric Smooth Coefficient Estimation", October 2001.

COCHRANE, Williard W. and SHAWBELL, Carolyn, **The Economics of Consumption**, New York: McGraw-Hill Book Company, 1956.

Consumer Expenditure Survey, 2000: Interview Survey and Detailed Expenditure Files, United States Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, First ICPSR Release May 2002.

Consumer Expenditure Survey, U.S. Department of Labor Bureau of Labor Statistics, <http://www.bls.gov/cex/csxgloss.htm#msas>

Consumer Expenditures in 1999, U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, May 2001.

Consumer Expenditures in 2000, U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, April 2002.

Consumer Spending During Retirement, ISSUES in Labor Statistics, U.S. Department of Labor Bureau of Labor Statistics Summary 00-11 May 2000.

DEATON, Angus S., JAVIER, R. Castillo and DUNCAN, Thomas, "The Influence of Household Composition on Household Expenditure Patterns: Theory and Spanish Evidence", **Journal of Political Economy**, Vol:97, No:1, 1989.

DEATON, Angus S., **Understanding Consumption**, New York: Oxford University Press, 1992.

DEJUAN, Joseph P. and SEATER, John J., "Testing The Permanent Income/Life Cycle Hypothesis With Classification Methods", July 2001.

DEJUAN, Joseph P. and SEATER, John J., "The Permanent Income Hypothesis: Evidence From The Consumer Expenditure Survey", **Journal of Monetary Economics**, 43, 1999.

DILLARD, Dudley, **The Economics of John Maynard Keynes, The Theory of A Monetary Economy**, Sixth Printing, New York: Prentice-Hall Inc, 1955.

Dictionary of Business, Oxford University Press, © Market House Books Ltd, 1996, from <http://xrefer.com>

DİE 2002 Hanehalkı Gelir Tüketim Harcamaları Anketi Soru Kağıdı.

DİE Hanehalkı Tüketim Harcamaları Yöntem ve Kavramlar 1994, Ankara: DİE Yayınları, Ekim 2001.

DİE, 1994 Hanehalkı Gelir Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları, Ankara, Haziran 1997.

DİE, 1994 Hanehalkı Gelir Tüketim Harcamaları Anketinin Kapsamı, Yöntemi ve Uygulama Aşamaları Hakkında Genel Açıklamalar, Ankara, Ocak 1997.

DİE, Hanehalkı Gelir Tüketim Harcamaları, Yöntem ve Kavramlar, Ankara, Ekim 2001.

DIULIO, Eugene A., **Schaum's Outline of Theory and Problems of Macroeconomic Theory**, 3. Baskı, Çev.Ahmet Gökdere, İstanbul: Türkiye Ekonomi Kurumu, 1988.

DORNBUSCH, Rudiger and FISHER, Stanley, **Makroekonomi**, Çev. Salih Ak ve Diğerleri, İstanbul: McGraw-Akademi, 1998.

DÖNEK, Ekrem, "Tüketim Modellerinde Gelir Dağılımı ve Yaş Yapısı: İktisat Politikası Açısından Bir Değerlendirme", **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 14, Sayı 2, 1996.

DUESENBERY, James S., **Income, Saving and Theory of Consumer Behavior**, Harvard University Press, 1952.

DURA, Cihan, "Fonksiyonların Ekonomik Teoride Kullanımına Örnekler" **Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı:8, 1999.

EDGMAND, Michael R., **Macroeconomics, Theory and Policy**, Third Edition, New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1997.

ENGEL, J.F., BLACKWELL, R.D. and MINIARD, P.W., **Consumer Behavior**, Seventh Edition, Philadelphia: The Dryden Press, 1993.

ERKAN, Hüsnü, **Ekonomi Sosyolojisi**, İzmir: Alper Matbaası, 1991.

Ertek, Tümay, **Ekonometriye Giriş**, 2.Baskı, İstanbul: BETA Yayınları, 2000.

ESER, Rüya, **Hanehalkı Tasarruf ve Yatırım Eğilimleri Anketi Sonuçları**, 1996, Ankara: SPK Yayınları, 1999.

FERNÁNDEZ, Jesús Villaverde and KRUEGER, Dirk, "Consumption and Saving Over the Life Cycle: How Important are Consumer Durables", Federal Reserve Bank of Minneapolis, 20 June 2001.

FRANK, Robert H., **Microeconomics and Behavior**, Third Edition, Boston: Irwin-McGraw-Hill, 1997.

FRIEDMAN, Milton, **A Theory of Consumption**, Princeton University Press, Princeton, 1957.

FROYEN, Richard T., **Macroeconomics, Theories and Policies**, 5th Edition, Upper Saddle River: Prentice Hall, 1996.

GIDDENS, Anthony, **Sosyoloji**, Çev. Hüseyin Özel ve Diğerleri, Ankara: Ayraç Yayınevi, 2000.

Glossary, U.S. Department of Labor Bureau of Labor Statistics, November 04, 2002.

GORDON, Robert J., **Macroeconomics**, Third Edition, Toronto: Little Brown and Company, 1984.

GRAMLICH, Edward M., "Consumption and the Wealth Effect: The United States and the United Kingdom", London, 2002.

GROSSBARD, Shoshana, "A Consumer Theory, With Competitive Marriage Markets", Department of Economics, San Diego State University, San Diego, January 1999.

GREENE, H. William, **Econometric Analysis**, Second Edition, New York: Macmillan, 1993.

GUJARATI, Damodor N., **Basic Econometrics**, Third Edition, New York: McGraw-Hill, Inc., 1995.

GUJARATI, Damodor N., **Temel Ekonometri**, Birinci Baskı, Çev, Ümit Şenesen ve Gülay G.Şenesen, İstanbul: Literatür Yayıncılık, 1999.

GUNBY, Philip "Consumption", Lecture Notes, University of Canterbury, 2002.

GUTHRIE, Harold W., "Intergeneration Transfers of Wealth and The Theory of Saving", **The Journal of Business of The University of Chicago**, Vol:XXXVI, No: 1, January, 1963.

HALL, Robert E. and MISHKIN, Frederic S. "The Sensitivity of Consumption to Transitory Income: Estimates from Panel Data on Households", NBER Working Paper No. W0505, 1980.

HALL, Robert E. and TAYLOR, John B., **Macroeconomics, Theory, Performance and Policy**, Third Edition, New York: W.W. Norton & Company, 1991.

HELLBRONER, Robert L. **İktisadi Sorun II**, Çev. Demir Demirgil, İstanbul: Çağlayan Kitabevi, 1974.

HICKS, John.R., **Value and Capital**, Oxford University Press, Second Edition, 1946.

HOWARD, Sherman J., **The Business Cycle**, Princeton: Princeton University Press, 1991.

HUI, Michael.K. "A Typology of Consumption Based On Ethnic Origin and Media Usage", **European Journal of Marketing**, Vol:32 No:9/10, 1998.

HURST, Erik, "Household Consumption And Household Type: What Can We Learn From Mortgage Refinancing?", University of Chicago Graduate School of Business, May 1999.

HYAT, Taimur, "Intertemporal Choice, Consumption Dynamics and The Poor", University of Oxford, 1 September 2001.

İLKİN, Akın, Erol Bozkurt, İlker Parasız ve Önder Özkazanç, **İktisadi Analiz, Fasikül:2**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1987.

İNSEL, Aysu, "Türkiye Ekonomisinde Tüketim Davranışı", **İktisat, İşletme ve Finans**, Şubat 2001.

İZGÖREN, A.Şerif, **Geleceğin Organizasyonunu Yaratmak**, Ankara: Academyplus Yayınevi, 2001.

JAPPELLI, Tullio and PAGANO, Marco, "The Determinants of Saving: Lessons From Italy", Centre For Studies In Economics And Finance, Working Paper No.1, March 1998.

JOHNSON, R. R., **A Guide to Using EViews with Using Econometrics: A Practical Guide**, University of San Diego, 2003.

JOHNSTON, J., **Ekonometrik Modeller**, Çev. Yüksel İşyar ve Ergün Kip, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Basımevi, 1981.

KARABULUT, Muhittin, "Tüketici Davranışı Araştırmaları Yöntem ve Teknikleri", **Pazarlama Dergisi**, Yıl:3, Sayı:3, Mart 1978.

KARAFAKIOĞLU, Mehmet, "Satınalma Kararlarında Aile Üyelerinin Rollerini Üzerinde Bir Ön Araştırma", **Pazarlama Dergisi**, Yıl:4, Sayı:1, Mart 1980.

KARAFAKIOĞLU, Mehmet, "Yüzyüze ve Posta İle Anket Metodları ve Bazı Tavsiyeler", **Pazarlama Dergisi**, Yıl:2, Sayı:3, Mart 1977.

KARATAŞ, Muhammed ve GAVCAR, Erdoğan, "Bazı Meslek Gruplarının Tasarruf Eğilimlerinin Araştırılması (Muğla İli Örneği)", **Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi**, Cilt 3, Sayı:2, 2001.

KATIPOĞLU, Yaman Y., “Türkiye Coğrafi Bölgeleri’nde Yaşayan Hanehalklarının Tüketim Harcama Kalıplarının Belirlenmesi”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 1995.

KAYNAK, Tuğray ve Diğerleri, **İnsan Kaynakları Yönetimi**, 2.Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2000.

KAZGAN, Gülten, **İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi**, 7. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1997.

KENNICHELL, Arthur and LUSARDI, Annamaria, “Assessing the Importance of the Precautionary Saving Motive”, July 2001.

KEYNES, John Maynard, **General Theory of Employment Interest and Money**, London: Macmillan And Co. Ltd, 1936.

KILIÇBAY, Ahmet, **İktisadın Prensipleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1974.

KONGAR, Emre ve BERKAY, Taner, **İstanbul Halkının Günlük Yaşama Biçimi ve Tüketim Davranışları Araştırması**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 1990.

KOTONA, G, **The Powerfull Consumer**, Ontario: Mc Graw Hill Book Co. Inc., 1960.

KOTLER, Philip, **Pazarlama İlkeleri**, Çev. N.Muallimoğlu, İstanbul: Beta Basım Yayım A.Ş., 2000.

KOTLIKOFF, Laurence, “Dividing Capital Accumulation Into Its Life-Cycle and Intergenerational Transfer Components”, NBR Discussion Paper No:144, December 1978.

KOTLIKOFF, Laurence, “Intergenerational Transfers and Savings”, **Journal of Economic Perspectives**, Vol: 2, No:2, Spring 1988.

KOUTSOYIANNIS, A., **Modern Microeconomics**, Second Edition, Hong Kong: The Macmillan Press Ltd, 1979.

KÖK, Recep ve KAYA, M.Dursun “Erzurum İlinde Karşılaştırmalı Tüketim Fonksiyonu ve Hanehalkı Harcamaları İçin Engel Eğrisi Analizi”, **Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt 10, Sayı 1-2, 1993.

KÖKLÜ, Aziz, **Makro İktisat**, Ankara: S Yayınları, 1976.

LEE, Stewart M. and ZELENAK, Mel J., **Consumer Economics**, Tenth Edition, Ohio: Horizons Columbus, 1990.

LINDAUER, John, **Macroeconomics**, New York: John Wiley & Sons Inc. 1968.

LIPSEY, Richard G., STEINER, Peter O. and PURVIS Douglas D., **Economics**, Seventh Edition, New York: Harper&Row Publisher Inc., 1984.

LUNDBERG, Shelly, STARTZ, Richard and STILLMAN, Steven, “The Retirement-Consumption Puzzle: A Marital Bargaining Approach”, RAND Labor and Population Program Working Paper Series 01–04, February 2001.

MADSEN, Jakop B. and MCALEER, Michael, “Consumption Liquidity Constraints Uncertainty And Temptation: An International Comparison”, **Journal of Economic Psychology**, 22, 2001.

MANKIW, N.Gregory, “The Savers-Spenders Theory of Fiscal Policy”, HIER, Discussion Paper, Number:1888 January 2000.

MANKIW, N.Gregory, **Macroeconomics**, New York: Worth Publishers, 1992.

MANSFIELD, E. **Microeconomics**, Fifth Edition, New York: W.W.Norton& Company, 1985.

MARSHALL, Alfred, **Principles of Economics**, 8th Edition, London: Macmillan and Co., Ltd, 1920.

MASSON, Paul, BAYOUMI, R. Tamim and SAMIEI, Hossein “International Evidence on the Determinants of Private Saving”, **The World Bank Economic Review**, Vol. 12, No. 3.

Mc KENNA, Joseph P., **Makroekonomik Analiz**, Çev. K.Y. Zoral ve T. Hatunoğlu, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları; 1979.

MEGHIR, Costas, "A Retrospective on Friedman's Theory of Permanent Income: A Microeconometric Perspective", University College London and Institute for Fiscal Studies, Discussion Paper, economics.uchicago.edu/download/costas_friedman.pdf, 1996.

MILLER, Roger LeRoy, **Economic Issues for Consumer**, Sixth Edition, St.Poul: West Publishing, 1990.

MILLER, Roger LeRoy, **Economics Today The Macro View**, Harper Collins Publisher, New York, 1991.

MILLER, Tim, "Explaining Keynes' Theory of Consumption, and Assesing its Strengths annd Weaknesses", from <http://www.economic-truth.co.uk>, 1996.

MODIGLIANI, Franco and ANDO, Albert, "The Life Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests", **American Economic Review**, 53 March 1963.

MODIGLIANI, Franco, "Life Cycle, Induividual Thrift and The Wealth of Nations", **Economic Science**, 1985.

MODIGLIANI, Franco and BRUMBERG, Richard "Utility Analysis and the Consumption Function", In **Post-Keynesian Economics**, edited by Kenneth Kurihara, 1954.

MUCUK, İsmet, **Pazarlama İlkeleri**, 13.Baskı, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2001.

NADAROĞLU, Halil, **Kamu Maliyesi Teorisi**, İstanbul: Beta Yayınları, 1992.

OLUÇ, Mehmet, "Satınalıcıların Davranışlarının Dinamikleri I", **Pazarlama Dünyası**, Mayıs-Haziran 1991.

ÖNCEL, Mualla, KUMRULU, Ahmet ve ÇAĞAN, Nami, **Vergi Hukuku**, 2.Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1993.

ÖZDEN, Leyla, “Algılama: Tüketici Davranışı İçindeki Yeri ve Pazarlamadaki Önemi”, **Pazarlama Dergisi**, Yıl 3, Sayı 4, Haziran 1978.

ÖZER, Hüseyin, “Erzurum’da Hanehalklarının Tüketim Kalıplarının Yapısı Ve Gelir Hipotezlerinin Analizi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.L.B.F. Dergisi**, Cilt:16, Sayı:1, 2001.

ÖZER, Hüseyin, “Erzurum’da Tüketim Harcamalarının Ekonometrik Analizi”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992.

ÖZER, Hüseyin, **Türkiye’de Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Doğrusal Harcama Sistemi Yaklaşımıyla Analizi**, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları, No: 908, 1999.

ÖZKAZANÇ, Önder, **Gelir-Tüketim İlişkisinin Mikro Ekonomik Analizi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1983.

ÖZMEN, Mehmet, “Tüketim Tesadüfi Yürüyüş İzler mi? Türkiye İçin Rasyonel Beklentiler Sürekli Gelir Hiptezinin Test Edilmesi”, **İktisat İşletme ve Finans**, Ağustos 1999.

PALUMBO, Michael, RUDD, Jeremy and WHELAN, Karl, “On the Relationships Between Real Consumption, Income, and Wealth” Finance and Economics Discussion Series from Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.), Jel Codes: E21,C43, August,12-2002.

PARASIZ, İlker, **Makro Ekonomi**, 4.Baskı, Bursa: Ezgi Kitabevi, 1994.

PARKER, Jonathan A., “The Reaction of Household Consumption to Predictable Changes in Social Security Taxes”, **American Economic Review**, September 1999.

PATERSON, Wallace C., **Income, Employment, Economic Growth**, Sixth Edition, New York: W.W.Norton Company, 1988.

PAYA, Merih, **Makro İktisat**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1997.

PAZARLIOĞLU, M.Vedat, "Bölgelerarası Tüketim Harcamalarının Ekonometrik Analizi", **D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 1995.

PINDYCK, Robert S. and RUBINFELD, Daniel L., **Econometric Models and Economic Forecasts**, Third Edition, New York:McGraw-Hill, Inc., 1991.

RAGAN, James F. and THOMAS, Lloyd B., **Principle of Economics**, San Diego: Harcourt Brace Jovanoich, 1990.

RUBBY, Douglas A. **The Digital Economist**, 1999-2002, http://digtalesconomist.com/pih_4020.html.

SABELHAUS, John and GROEN, Jeff, "Can Permanent-Income Theory Explain Cross-Section Consumption Patterns?", JEL Codes: D12, March 1998.

SACHS, Jeffrey, D. and LARRÍAN, Felipe B., **Macroeconomics in The Global Economy**, New Jersey: Prentice Hall, 1993.

SAMUELSON, A.Paul and NORDHAUS D.William, **Macroeconomics**, Thirteenth Edition, New York: McGraw Hill Company, 1989.

SAPIRO, Edward, **Macroeconomic Analysis**, Third Edition, New York: Harcourt Brace Javanoich Inc, 1974.

SAYAR, Ahmet Güner, "Veblen ve Göstermelik Tüketim", Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1976.

SELÇUK, Faruk, "Consumption Smoothing and the Current Account: Turkey's Experience, 1987-1995", **METU Studies in Development**, 24(4), 1997.

SELİM, Raziye, "Türkiye'de Tüketim Harcama Kalıpları:1994", **Halil Aksu'ya Armağan**, İTÜ İşletme Fakültesi, 2000.

SELİM, Raziye, "Türkiye Tüketim Davranış Denklemleri", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 1993.

SEYİDOĞLU, Halil, **Ekonomik Terimler**, Ankara: Güzem Yayınları, 1992.

SHAPIRO, Matthew D. and SLEMROD, Joel, "Consumer Response To Tax Rebates", University of Michigan, First Draft: October 10, 2001, Revised: November 20, 2001.

STEINDEL, Charles "The Effect of Tax Changes on Consumer Spending", **Current Issues In Economics and Finans**, Volume:7, No:11, December 2001.

ŞENER, Orhan, **Kamu Ekonomisi**, 6.Baskı, İstanbul: Alkım Yayınları, 1998.

ŞENESEN, Ümit and SELİM, Raziye, "Consumption Patterns of Turkish Urban and Rural Households In 1987", **METU Studies In Development**, 22 (2), 1995.

TAN, Şeref, KAYABAŞI, Yücel ve ERDOĞAN, Alaattin, **Öğretimi Planlama ve Değerlendirme**, 3.Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, 2002.

TANSEL, Aysıt, "An Engel Curve Analysis of Households Expenditure In Turkey-79", **METU Studies In Development**, 13 (3-4), 1986.

TARI, Recep, **Ekonometri**, 2.Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları, 2002.

TEMURLenk, M.Sinan, "Tüketim Fonksiyonu İle İlgili Dört Hipotezin Türkiye Verileri Üzerinde Test Edilmesi", **Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi**, Cilt.9, Sayı:1-2, 1992.

The Consumer Expenditure Survey: Answers to Some Commonly Asked Questions, U.S. Department of Labor Statistics Bureau of Labor Statistics, September 1994.

TOKER, Feyiz, "İstanbul Halkının Günlük Yaşam Biçimi ve Tüketim Davranışlarının İstatistik Yöntemlerle İncelenmesi", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991.

TOLAR, Martin M., "A Behavioral Model of Nondurable Consumption Expenditure", **Journal Socio-Economics**, Vol:26, 1997.

TUNCER, Nihal, "Tasarruf Sorunu", **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, 4.Cilt, İletişim Yayınları, İstanbul, 1995.

TÜRKAY, Orhan, **Mikroiktisat Teorisi**, 7.Baskı, Ankara: İmaj Yayıncılık, 1997.

Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, **Türkiye’de Gelir Dağılımı ve Tüketim Kalıpları**, Ankara: 1997.

ULUDAĞ, İlhan, ARICAN, Erişah ve OKSAY, Suna, **İktisada Giriş (Mikro Analiz)**, İstanbul: Beta Yayınları, 1998.

UNAY, Cafer, **Makro Ekonomi**, 7.Baskı, Bursa: VİPAŞ A.Ş., 1999.

UYGUR, Sevil, “Econometric Models for Household Disposable Income&Consumption Expenditure for Selected 7 Province Centers in Turkey”, State Institute Of Statistics, Statistical Techniques Research Division.

ÜÇDOĞRUK, Şenay ve AKIN, Fehamet, “İzmir İli Kentsel Kesimin Tüketim ve Gıda Harcamaları – Farklı Yaklaşımlar”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt:14, Sayı:2, 1999.

ÜLGENER, Sabri, **İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Meseleleri**, İstanbul: DER Yayınları, 1981.

ÜLGENER, Sabri, **Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme**, 7.Baskı, İstanbul: DER Yayınları, 1991.

ÜNSAL, Erdal M., **Makro İktisat**, 3.Baskı, Ankara: İmaj Yayınları, 2000.

ÜNSAL, Erdal M., **Mikro İktisada Giriş**, Ankara: Turhan Kitabevi, 2003.

ÜSTÜNEL, Besim, **Makro Ekonomi**, İstanbul: Mısırlı Matbaacılık, 1990.

VARIAN, Hal R., **Intermediate Microeconomics**, Fourth Edition, New York: Norton, 1996.

VARİNLİ, İnci ve ÇAKIR, Y. Ela “Tüketicilerin Satınalma Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Çamaşır Deterjanı Üzerine Bir Uygulama”, **Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı:14, 1999.

VERCELLI, Alessandro, "The Evolution of IS-LM Models: Empirical Evidence and Theoretical Presuppositions", Università Degli Studi Di Siena, Dipartimento Di Economia Politica, Febbraio, 1999.

WEBER, Max, **Sosyoloji Yazıları**, 3.Baskı, Çev. Taha Parla, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1993.

WHANG, Yoon-Jae, "A Semiparametric Analysis of The Life Cycle-Permanent Income Hypothes", **International Economic Journal**, 89 Volume 7, Number 4, Winter 1993.

WONNACATT, Paul, **Macroeconomics**, Third Edition, Homewood: Richard Irwin, Inc., 1984.

WU, Yanrui, "Wealth and Spending Patterns in China Empirical Evidence From Household Surveys", **International Journal of Social Economics**, Vol. 24 No. 7/8/9, 1997.

YAMANE, Toro, **Statistics, An Introductory Analysis**, New York: Harper&Row, 1967.

YILDIRIM, Kemal ve KARAMAN, Doğan, **Makroekonomi**, İkinci Baskı, Eskişehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı, 2001.

YÜKSELEN, Cemal, **Pazarlama**, 2.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 2000.

ZAIDI, M.Asghar and DE VOS, Klass "Trends In Consumption-Based Poverty and Inequality In The European Union During The 1980s", 24th General Conference of The International Association of Research In Income and Wealth, Norway, May 1998, Revision: March 2000.

1994 Hanehalkı Gelir Dağılımı Anketi Yöntemi, (Hizmete Özel), Ankara: DİE.

<http://www.die.gov.tr/konularr/nufusSayimi.htm>;

http://www.die.gov.tr/nufus_sayimi/2000Nufus_Kesin.htm

http://www.kocaeli.gov.tr/il_hakkinda/nufus/;

ÖZGEÇMİŞ

1970 yılında Sinop'un Boyabat İlçesinde doğan Şadan ÇALIŞKAN, ilk ve orta öğretimini Üsküdar'da tamamladıktan sonra 1994 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümünden mezun olmuştur. 1997 yılında, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Teorisi Anabilim Dalında "Gelir Dağılımın Gelir Vergisi Politikasıyla Düzeltilmesi ve Türkiye Örneği" isimli çalışmasıyla yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır.

Çalışmalarını 1999 yılı sonuna kadar Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Çaycuma İİBF İktisat Bölümü, İktisat Teorisi Anabilim Dalında sürdüren yazar, bir süre özel sektörde eğitim ve geliştirme uzmanı olarak çalıştıktan sonra, 2002 yılında Kocaeli Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, İktisat Teorisi Anabilim Dalında araştırma görevlisi olarak göreve başlamıştır. Halen aynı fakültede akademik kariyerine devam eden yazar, tüketim harcamalarının makro ve mikro iktisadi analizi ile insan kaynakları yönetimi konularında çalışmalarını sürdürmektedir.

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**