

20881

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

Hüseyin ÖZER

ERZURUM'DA TÜKETİM HARCAMALARININ
EKONOMETRİK ANALİZİ

Yüksek Lisans Tezi

Y. Ö.
Yükseköğretim Kurumu
Dokümantasyon Merkezi

Tez Yöneticisi
Doç.Dr.Muammer YAYLALI

Erzurum-1992

İÇİNDEKİLER

Sayfa No:

TABLolar LİSTESİ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TEORİSİ VE TÜKETİM FONKSİYONLARI

I. TÜKETİM	4
II. TÜKETİM HARCAMALARI VE MİLLİ GELİR	7
A. Tüketim Harcamalarını Etkileyen Faktörler	9
1. İktisadi Faktörler	9
2. Demografik Faktörler	11
3. Davranışsal Faktörler	12
B. Tüketim Harcamaları Teorileri	13
1. Mutlak Gelir Teorisi (The Absolute Income Theory)	13
2. Nisbi Gelir Teorisi (The Relative Income Theory)	16
3. Sürekli Gelir Teorisi (The Permanent Income Theory)	20
4. Hayat Devresi Teorisi (The Life Cycle Theory)	23
III. TÜKETİM EĞİLİMİ VE ESNEKLİKLERİ	25
A. Tüketim Eğilimi	25
1. Ortalama Tüketim Eğilimi	25
2. Marjinal Tüketim Eğilimi	26
B. Tüketim Esneklikleri	27
1. Tüketimin Gelir Esnekliği	28
2. Tüketimin Fiyat Esnekliği	29
3. Beklenen Fiyat Esnekliği	30
IV. TÜKETİM HARCAMALARI İLE ESNEKLİKLER ARASINDAKİ İLİŞKİ	30
A. Tüketimin Fiyat Esnekliği ile Tüketici Harcamaları Arasındaki İlişki	31
B. Beklenen Fiyat Esnekliği ile Tüketici Harcamaları Arasındaki İlişki	32
V. TÜKETİM FONKSİYONLARI	33
A. Tanımı	33
B. Tüketim Fonksiyonu Türleri	34

İKİNCİ BÖLÜM

ERZURUM'DA TÜKETİM HARCAMALARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

I. ARAŞTIRMANIN MAHİYETİ	36
A. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Kapsamı	36
1. Araştırmanın Konusu	36
2. Araştırmanın Amacı	36
3. Araştırmanın Kapsamı	37
B. Verilerin Toplanması ve İşlenmesi	39
C. Araştırmada Kullanılan Yöntemler	44
II. ANALİZLER	45
A. Gelir Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları	45
1. Tüketicilerin Genel Özellikleri	46
a. 0 - 1.500.000 TL Gelir Grubu	47
b. 1.500.001 - 3.000.000 TL Gelir Grubu	47
c. 3.000.001 - 4.500.000 TL Gelir Grubu	48
d. 4.500.001 - 6.000.000 TL Gelir Grubu	49
e. 6.000.001 TL + Gelir Grubu	50
2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	50
3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	54
4. Gelir Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması	56
B. Meslek Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları	62
1. Tüketicilerin Genel Özellikleri	62
a. İşçi Grubu	64
b. Memur Grubu	64
c. Esnaf ve Sanatkâr Grubu	65
d. Serbest Meslek Sahibi ve Tüccar Grubu	66
e. Çiftçi Grubu	67
2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	67
3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	70
4. Meslek Gruplarına Göre Ağırlıkların karşılaştırılması	71
C. Yaş Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları	76
1. Tüketicilerin Genel Özellikleri	76
a. 12-25 Yaş Grubu	77

b. 26-35 Yaş Grubu	78
c. 36-45 Yaş Grubu	79
d. 46-55 Yaş Grubu	80
e. 56 + Yaş Grubu	80
2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	81
3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	84
4. Yaş Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması	86
D. Eğitim Durumuna Göre Tüketim Harcamaları	89
1. Tüketicilerin Genel Özellikleri	89
a. İlköğretim Grubu	90
b. Ortaöğretim Grubu	91
c. Yükseköğretim Grubu	92
2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	93
3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	95
4. Eğitim Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması	96
E. Tüketicilerin Medeni Hallerine Göre Tüketim Harcamaları	99
1. Tüketicilerin Genel Özellikleri	99
a. Evliler Grubu	100
b. Bekârlar Grubu	101
2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	102
3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	104
4. Tüketicilerin Medeni Hallerine Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması	105
F. Genel Olarak Tüketim Harcamaları	106
1. Tüketicilerin Genel Özellikleri	107
2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	108
3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	110
4. Ağırlıkların Karşılaştırılması	111
5. Erzurum'da Toplam Gelir	113
III. TÜKETİM HARCAMALARININ EKONOMETRİK ANALİZİ	114
A. İncelenen Tüketim Modelleri	114
B. Modellerin Tahmin ve Test Sonuçları	117
C. Tahmin ve Test Sonuçlarının Değerlendirilmesi	121
1. Model Test Sonuçlarının İktisadi Kriterlere Göre Değerlendirilmesi ..	121

2. Model Test Sonuçlarının İstatistiksel Kriterlere Göre	
Değerlendirilmesi.....	125
a. R^2 Testi	125
b. F Testi	127
c. t Testi	129
d. Tahminin Standart Hatası (S)	131
3. Model Test Sonuçlarının Ekonometrik Kriterlere Göre Değerlendirilmesi	132
a. Otokorelasyon (Serial Correlation)	133
b. Çoklu Doğrusal Bağlantı (Multicollinearity)	133
c. Değişen Varyans (Heteroscedasticity)	134
ÖZET VE SONUÇ	143
SUMMARY	155
KAYNAKLAR	157
EK	160

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No:

Tablo. 1 : Tüketimin Fiyat Esnekliği ile Toplam Harcamalar Arasındaki İlişki	32
Tablo. 2 : Beklenen Fiyat Esnekliği ile Tüketici Davranışları Arasındaki İlişki	33
Tablo. 3 : Meslek Gruplarına Göre Çalışanların Sayısı	38
Tablo. 4 : Mahalle Tabakalaması Esasına Göre Örnek Hanehalkı Sayısı	42
Tablo. 5 : Meslek Gruplarına Göre Örnek Hanehalkı Sayısı	43
Tablo. 6 : Gelir Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri	46
Tablo. 7 : Gelir Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	52
Tablo. 8 : Gelir Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	55
Tablo. 9 : Gelir Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar Arasındaki İlişkiler	57
Tablo.10: Meslek Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri	63
Tablo.11: Meslek Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı ..	68
Tablo.12: Meslek Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	70
Tablo.13: Meslek Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar Arasındaki İlişkiler	72
Tablo.14: Yaş Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri	77
Tablo.15: Yaş Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	82
Tablo.16: Yaş Grupları İtibariyle Ağırlıkların tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	84
Tablo.17: Yaş Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar Arasındaki İlişkiler	86
Tablo.18: Eğitim Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri	90
Tablo.19: Eğitim Grupları İtibariyle Gelirin tüketim Gruplarına Göre Dağılımı ..	93
Tablo.20: Eğitim Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	95
Tablo.21: Eğitim Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar Arasındaki İlişkiler	97
Tablo.22: Medeni Halleri İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri	100

Tablo.23: Medeni Halleri İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına göre Dağılımı	103
Tablo.24: Tüketicilerin Medeni Hallerine Göre Ağırlıkların Tüketim Grupları İtibariyle Dağılımı	104
Tablo.25: Medeni Hallerine Göre Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar Arasındaki İlişkiler	105
Tablo.26: Genel Gruptaki Tüketicilerin Özellikleri	107
Tablo.27: Genel Grupta Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	109
Tablo.28: Genel Grupta Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı	110
Tablo.29: Ücretliler Grubunda Ağırlıkların Tüketim Gruplarına göre Dağılımı	111
Tablo.30: Erzurum İli için Tüketici Fiyat İndeksi Ağırlıklarının Karşılaştırılması	112
Tablo.31: Erzurum'da Toplam Gelir	114
Tablo.32: Toplam Tüketim Fonksiyonları	118
Tablo.33: Ücretliler için Tüketim Fonksiyonları	119
Tablo.34: Ücret Dışı Gelirliler için Tüketim Fonksiyonları	120
Tablo.35: Parabolik Tüketim Modellerinde $-b/2c$ Değerleri	123
Tablo.36: Yarı Logaritmik Modelde Eğrinin Gelir Eksenini KesimNoktaları($e^{-a/b}$)	124
Tablo.37: R^2 Büyüklüklerine Göre Modellerin Sıralanışı	127
Tablo.38: Hesaplanan F Değerlerinin Büyüklüğüne Göre Modellerin Sıralanışı ..	128
Tablo.39: Bağımsız Değişken Y'nin Parametreleri için Hesaplanan t Değerlerinin Büyüklüğüne Göre Modellerin Sıralanışı	130
Tablo.40: Tahminin Standart Hatasının Küçüklüğüne Göre Modellerin Sıralanışı	131
Tablo.41: Modellerin Farklı Kriterlere Göre Başarı Dereceleri	141

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No:

Şekil. 1 : Tüketim Harcamaları ile Harcanabilir Gelir Arasındaki İlişki	10
Şekil. 2 : Kısa ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonları	15
Şekil. 3 : Kısa Dönem Tüketim Fonksiyonundaki Kaymalar ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu	15
Şekil. 4 : Nisbi Gelir Teorisi ve Tüketim Fonksiyonu	18
Şekil. 5 : Sürekli Gelir Teorisi ve Tüketim Fonksiyonu	21
Şekil. 6 : Hayat Devresi Teorisi ve Tüketim Fonksiyonu	25
Şekil. 7 : Ortalama ve Marjinal Tüketim Eğilimi	26
Şekil. 8 : Tüketim Esnekliği ve Toplam Harcama	31
Şekil. 9 : Yarı Logaritmik Tüketim Modeli	124
Şekil.10: Gelir Tüketim İlişkisi (Doğrusal Model)	136
Şekil.11: Gelir Tüketim İlişkisi (Parabolik Model)	137
Şekil.12: Gelir Tüketim İlişkisi (Yarı Logaritmik Model)	138
Şekil.13: Gelir Tüketim İlişkisi (Friedman Modeli)	139
Şekil.14: Gelir Tüketim İlişkisi (Duesenberry Modeli)	140

GİRİŞ

Tüketim harcamaları iktisat teorisi ve ekonometrik araştırmaların en önemli konularından biridir. Tüketim harcamalarıyla ilgili çalışmaların başlangıcı 18. yüzyılın sonlarına Sir Frederick Eden'e kadar uzanmaktadır.

İktisadi teorilerin gerçeklere uygunluğunun tesbit edilebilmesi için söz konusu teorilerin kantitatif bir mahiyet kazanması gerekir. İktisatçılardan geleceğe yönelik sayısal tahminlerde bulunmaları beklenen konulardan biri de tüketim harcamaları konusudur. Ekonometri ve istatistik disiplinlerinde kaydedilen gelişmeler, yakın zamanlara kadar sadece kalitatif mahiyette kalmış olan iktisadi analizleri ve bu arada tüketim harcamaları konusunu kantitatif olarak ele almayı ve sonuçta gerek iktisadi politika yapımını gerekse ileriye dönük tahminlerde bulunmayı mümkün kılmıştır.

Bu gelişmelerden yararlanmak suretiyle gelir ve tüketim arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalar sonucunda bu iki değişken arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik olarak bazı teoriler ortaya atılmıştır. J. Maynard Keynes'in mutlak gelir teorisine karşılık James S. Duesenberry nisbi gelir teorisini, Milton Friedman sürekli gelir teorisini, Franco Modigliani, Albert Ando ve Richard Brumberg de hayat devresi teorisini ileri sürmüşlerdir. İktisatçılar, söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiye herbiri farklı yorum getiren bu teoriler üzerinde anlaşma sağlayamamışlardır. Bunun en önemli sebebi, ileri sürülen teorilerle gerçek hayatta görülen tüketici davranışlarının önemli ölçülerde birbirlerinden farklı olmalarıdır.

Teoriler, problemleri ne kadar basitleştirmeye yönelmiş ise, gerçek davranışlar da aksine o kadar birbirine bağlı ve karmaşık bir yapı göstermiştir. Bu durum tüketim davranışlarının kolaylıkla teorik bir biçimde ortaya konulmasını zorlaştırmış ve pek çok farklı teorinin aynı anda benimsenmesine yol açmıştır. Bir teorinin geçerliliği, teoride ortaya konulan durumların gerçek hayattaki olaylarla doğrulanması sonucu ortaya çıkacağından harcamalar itibariyle tüketici davranışlarının incelenmesinde ekonometrisyenlere büyük görevler düşmektedir. Ayrıca, ileri sürülen bu teorilerin farklı ülkeler için geçerliliklerini koruyup koruyamayacakları konusunda teorik yönden çok dikkatli olunması ve ampirik yönden de pek çok değişik metotlarla çok sayıda saha çalışmasının yapılması gerekmektedir.

Tüketim harcamalarını konu alan bu çalışmada, Erzurum'daki tüketicilerin tüketim harcamaları analiz edilmiş ve yukarıda belirtilen tüketim harcamaları teorileri için oluşturulan tüketim modelleri tahmin edilmiştir. Bu çalışmada yapılan analiz ve

tahmin sonuçları iktisatçıların yanısıra üreticileri de ilgilendirmektedir. Çünkü, elde edilen analiz ve tahmin sonuçlarının ışığı altında; iktisatçılar, tüketim harcamaları konusunda ortaya konan bazı iktisadi kanunlar (Engel kanunu, King kanunu vs.) ile tüketim harcamaları teorilerinin geçerliliğini tesbit ederken üreticiler de araştırma bölgesindeki (Erzurum) tüketicilerin taleplerini hangi mallara yönlendirdiklerini ve gelirlerinde meydana gelecek bir değişme karşısında talep yapılarında nasıl bir değişme olacağını tesbit edip üretim ve pazarlama politikalarını buna göre belirleyebileceklerdir. Kısaca, bu çalışma sonuçlarından hem teoride hem de uygulama alanında yararlanmak mümkündür.

Tüketim harcamalarıyla ilgili olarak yapılan ilk çalışmalar daha çok fakir halk tabakalarının geçim şartlarını ortaya koymayı amaçlarken artık günümüzde tüketim araştırmaları çok çeşitli amaçlar için yapılmaktadır. Birden fazla amaca yönelik olarak gerçekleştirilen bu çalışmamızda da güdülen amaçlar kısaca şöyle sıralanabilir:

- Erzurum'da yaşayan çeşitli sosyo-ekonomik grupların hayat seviyelerini belirlemek; iktisadi ve demografik özelliklerine göre tüketicilerin harcamalarını nerelere ve hangi mal gruplarına yönlendirdiklerini tesbit etmek.

- Ekonometrik bir çalışma olması nedeniyle, araştırmada uygulanan "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi"nden elde edilen yatay kesit (cross-section) verileri yardımıyla gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik olarak ortaya çıkan tüketim harcamaları teorilerini belirleyen tüketim modellerini tahmin ve test etmek; ayrıca, söz konusu verilere dayanarak Erzurum'daki tüketim harcamaları eğilimini en iyi açıklayan modeli belirlemek.

- Tüketici fiyat indekslerinde yer alan ağırlıkları Erzurum için elde etmek.
- Erzurum'un milli gelirden aldığı payı tüketim yolu ile hesaplamak.
- Erzurum için daha önce yapılmış tüketim araştırmalarıyla bir karşılaştırma yaparak tüketici tercihlerinde herhangi bir değişikliğin olup olmadığını ortaya koymak.

Bütün bu amaçları gerçekleştirmeye yönelik olarak yapılan bu çalışma, başlıca iki bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, tüketim konusunun iktisat teorisindeki yeri çeşitli başlıklar altında ortaya konulmuştur. Tüketim ile ilgili pek çok kavramın tanımlandığı ve açıklandığı bu bölümde; tüketim harcamalarını etkileyen faktörler, tüketim harcamaları teorileri, tüketim eğilimi ve esneklikleri, tüketim harcamalarının milli gelir ve esnekliklerle olan ilişkisi incelenmiştir. Ayrıca, tüketim fonksiyonlarının tanımı yapılarak çeşitleri üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın ampirik çerçevesini oluşturan ikinci bölümde belirlenen örnek

kütleye uygulanan anketten elde edilen veriler yardımıyla t kretim harcamaları incelenmiş ve ele alınan modeller tahmin edilmiştir. Analizler, tüketicilerin iktisadi ve demografik özelliklerine göre farklı 5 kategoride yapılmıştır. Buna göre tüketiciler; gelir, meslek, yaş, eğitim ve medeni halleri itibariyle ayrı ayrı ele alınıp analiz edilmiştir. İktisadi ve demografik özelliklerine göre farklı 5 gruba ayrılan tüketiciler yine kendi içlerinde de gruplara ayrılmış ve her grupta; tüketicilerin genel özellikleri, gelirin ve ağırlıkların t kretim gruplarına göre dağılımı analiz edilmiş ve söz konusu gruplara göre ağırlıklar karşılaştırılmıştır. Daha sonra, anket uygulanan bütün tüketicilerin yer aldığı genel grubun t kretim harcamaları incelenmiştir. Ayrıca, bulunan tüketiciler fiyat indeksi ağırlıkları daha önce yapılmış çalışmalarda belirlenen ağırlıklarla karşılaştırılmış ve Erzurum'un milli gelirden aldığı pay t kretim yoluyla hesaplanmıştır. Bu bölümün son kısmında da ele alınan t kretim modelleri tahmin ve test edilmiş; test sonuçları da çeşitli kriterlere göre değerlendirilerek Erzurum'da t kretim harcamaları eğilimini en iyi açıklayan model tesbit edilmiş ve çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TEORİSİ VE TÜKETİM FONKSİYONLARI

I. TÜKETİM

Diğer canlılar gibi insan da doğar, yaşar ve ölür. Yaşama arzusu, temel gruplar itibariyle, gıda maddeleri, giyim, konut, sağlık hizmetleri vs. gibi ihtiyaçları da beraberinde getirir. Bir şeyin eksikliğinin hissedilmesi şeklinde tanımlayabileceğimiz ihtiyaçların giderilmesi gerekir ki, bu da insanın dışında olan iktisadi mal ve hizmetlerin elde edilmesi ve kullanılması neticesinde gerçekleşir.

Lûgat manası itibariyle yoğaltım veya istihlâk (helâk etme) anlamlarına gelen ve bütün iktisadi faaliyetin tek amacı ve biricik konusu olan tüketim, "iktisadi mal ve hizmetlerin faydalarının, hür insanların ihtiyaçlarını doğrudan doğruya tatminde kullanılması"⁽¹⁾ şeklinde tanımlanabilmektedir. Bu tanımda şu hususlar dikkati çekmektedir:

a. Herşeyden önce iktisat ilminde tüketime konu olan mal ve hizmetler **iktisadi (kıt) mal ve hizmetlerdir**. Bilindiği gibi mallar, bir ayırıma göre, serbest ve kıt mallar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İktisat ilmi, tabiatta ihtiyaç duyulandan fazla miktarda olan ve elde edilmesi iktisadi bir faaliyeti gerektirmeyen serbest mallarla ilgilenmemektedir. Dolayısıyla, iktisadi anlamda tüketim denildiğinde, sadece iktisadi olan mal ve hizmetlerin, yani insan ihtiyaçlarına göre daha az olan mal ve hizmetlerin ihtiyaçları tatminde kullanılmasını anlıyoruz.

b. Tabiatda insan ihtiyaçlarına nazaran daha az olan mal ve hizmetlere karşı **istekte bulunmak ve onları elde etmek**. İktisadi mal ve hizmetlerin faydalarının, hür insanların ihtiyaçlarını doğrudan doğruya tatminde kullanılabilmesi için iktisadi mal ve hizmetlerin elde edilmesi gerekir. "Mal ve hizmetlere duyulan istek psikolojik temelli olan biyolojik bir olaydır. Elde edilmesi ise ekonomiktir."⁽²⁾ Elde edilmesi gereken iktisadi mal ve hizmetler; yiyecek maddeleri, giyim eşyaları vs. gibi mallar ile avukatlık, doktorluk vs. gibi hizmetlerden oluşmaktadır.

(1) Aydın Türkbâl, Fiyat Teorisi (Mikro İktisat), Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 2. Baskı, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Basımevi, 1983, s. 87.

(2) Ali Bulaç, Çağdaş Kavramlar ve Düzenler, 1. Baskı, İstanbul: Sırdaş Yayınevi, Mayıs-1976, s. 196.

c. Söz konusu mal ve hizmetlerin kullanımı veya onlardan yararlanma. Bir mal veya hizmetin kullanımı çeşitli şekillerde olabilmektedir. Gıda maddeleri gibi malların kullanımı, onların kısa bir süre içinde yok olmaları, tahrip olmaları ile neticelenirken elbise, otomobil ve buzdolabı gibi malların kullanımı ise söz konusu malların zaman içerisinde giderek eskimeleriyle sonuçlanmakta fakat bu mallar gıda maddeleri gibi kısa bir sürede yok olmamaktadırlar. Hatta bir tarihi eserin ziyaret edilmesi veya bir ressamın tablosunun seyredilmesi halinde söz konusu eserlerin ziyaret veya seyir nedeniyle eskimeleri veya yok olmaları söz konusu değildir.

d. İktisadi mal ve hizmetlerin insanların ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullanılması neticesinde bir **tatmin sağlanması (haz duyulması)**.

e. Mal ve hizmetlerin **hür insanların** ihtiyaçlarının tatmininde kullanılması. Mal ve hizmetlerin sadece hür insanların ihtiyaçlarının tatmininde kullanılması halinde tüketimin söz konusu olacağı, bir esirin, hayvanın veya bir makinanın kullandıkları mal ve hizmetler, tüketim sayılamayacaktır⁽³⁾. Çünkü esirler ve hayvanlar kendilerinin dışındaki bir varlığa tabidirler. Dolayısıyla, bu varlıklar kendilerinin dışındaki bir varlığın iradesi altında verileni yediklerinden veya kullandıklarından dolayı yapmış oldukları faaliyetler tüketim olarak kabul edilmemektedir.

f. Mal ve hizmetlerin faydalarının, hür insanların ihtiyaçlarını **doğrudan doğruya** tatminde kullanılmasıdır. Burada dolaylı tatmin veya ara kullanım kavramlarını tüketimden ayırmak gerekir. Kömürün çelik fabrikası ile evdeki sobada, unun makarna fabrikası ile evde ve yine buğdayın evde kullanılması ile tohumluk amacıyla kullanılması arasında farklılık vardır. Unun makarna fabrikasında ara malı olarak kullanılması tüketim sayılmazken, evde kullanılması tüketim olarak kabul edilmektedir.

Tüketimin tanımını ve tanımda dikkat edilecek hususları ortaya koyduktan sonra şimdi de tüketim faaliyetini gerçekleştiren tüketiciyi tanımlamaya ve amaçlarını belirtmeye çalışacağız.

Yukarıda belirttiğimiz tüketim tanımından hareketle tüketiciyi şu şekilde tanımlayabiliriz. Tüketici, iktisadi mal ve hizmetlerin faydalarını, ihtiyaçlarının doğrudan doğruya tatmininde kullanan hür insandır.

Tüketiciyi "piyasada bir mal veya hizmete karşı talepte bulunan herkes"⁽⁴⁾

(3) A. Türkbâl, a.g.e., s. 87.

(4) Sencer Divitçioğlu, Mikro İktisat Fıat ve Refah Teorisine Giriş, İstanbul: Sermet Matbaası, 1962, s. 18.

şeklinde tanımladığımızda toplumdaki herkes tüketici sınıfına girecektir. Tüketim ünitesi de ya bir fert ya da bir hanehalkı⁽⁵⁾ olabilir.

Tüketiciler farklı kriterlere göre farklı şekillerde sınıflandırılabilirler. Malları satın alma amaçlarına göre tüketiciler, nihai tüketici ve sınav-ticari tüketici olarak iki gruba ayrılmaktadır. "Şahsi ihtiyaçları için mal satın alanlar nihai tüketici olurken, üretimde kullanmak ve hizmet üretmek için mal satın alanlar da sınav ve ticari tüketici olarak tanımlanmaktadır."⁽⁶⁾

İktisat ilmi tüketiciyi rasyonel kabul etmektedir. Buna göre, tüketici piyasada olup bitenden haberdar olup karşısındaki alternatifleri değerlendirebilme kabiliyetine sahiptir.

"Tüketicinin amacı, malların piyasa fiyatları veri ve geliri sabit iken, faydasını maksimum kılmaktır"⁽⁷⁾. Tüketici, tükettiği her malın son biriminden sağladığı faydayı değil, her mal için harcadığı son birim paranın sağladığı faydayı dikkate almak suretiyle amacını gerçekleştirecektir. Eş Marjinal Fayda Kanunu (Gossen Kanunu 2) olarak da bilinen bu durumu,

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$$

formülüyle ifade edebiliriz. Burada,

MU_A : A malının marjinal faydası

MU_B : B malının marjinal faydası

P_A : A malının fiyatı ve

P_B : B malının fiyatıdır.

Kısaca; tüketici, parasını değişik mallar arasında her mala harcadığı son ünite paranın getireceği faydalar eşit olacak şekilde dağıttığında toplam faydasını maksimum kılacaktır.

(5) Hanehalkı, aralarında akrabalık bağı bulunsun ya da bulunmasın aynı konutta veya aynı konutun bir bölümünde yaşayan, aynı kazandan yiyen, kazanç ve masraflarını ayırmayan, hanehalkının hizmet ve yönetimine katılan bir ya da birden çok kişinin oluşturduğu topluluktur.(T.C. Başbakanlık D.İ.E., 1987 Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları; Tüketim Harcamaları, Ankara: D.İ.E. Matbaası, Ekim-1990, s. XVI.)

(6) Zeyyat Hatipoğlu, Pazarlama, İstanbul: Hüsnütabiat Matbaası, 1968, s. 18.

(7) A. Türkbil, a.g.e., s. 157.

II. TÜKETİM HARCAMALARI VE MİLLİ GELİR

Bu kısımda tüketim harcamalarının tanımını, milli gelirle ilişkisini, tüketim harcamalarını etkileyen faktörleri (iktisadi, demografik ve davranışsal) ve son olarak da tüketim harcamaları teorilerini (mutlak gelir, nisbi gelir, sürekli gelir ve hayat devresi teorileri) incelemeye çalışacağız.

John Maynard Keynes (1883-1946) tüketim harcamalarını, belli bir dönemde yapılmış toplam satışlar (ΣA) ile müteşebbislerin birbirlerine yaptıkları toplam satışlar (ΣA_1) arasındaki fark ($\Sigma(A-A_1)$) olarak tanımlamaktadır⁽⁸⁾.

Tüketim deyimi birbirinden farklı iki anlamda kullanılabilmektedir. Bir kısım mal ve hizmetlerin kullanılıp bitirilişi şeklinde tanımlanan **maddi tüketim** kavramı, tüketilecek mal ve hizmetlerin alımı için harcama yapılması şeklinde tanımlanan **iktisadi tüketim** kavramından ayırdedilmesi gerekmektedir. Örneğin, iktisadi bakımdan bir insanın beş çift ayakkabıyı tüketmesinden bahsedilebilir; bu, o insanın beş çift ayakkabıyı aynı zamanda giymesi demek değildir. Kastedilen şey yalnızca ayakkabılara sahip olmaktır. Bu nedenle, tüketim kavramını bu sahipliği belirtecek bir unsura, yani tüketim harcamalarına bağlama gereği vardır. İktisadi açıdan önem taşıyan tüketim kavramının tüketim harcamaları olduğu - dayanıklı tüketim malları yüzünden çıkan güçlüklerle rağmen - söylenebilir⁽⁹⁾.

Yine, **fiili tüketim** ile **tüketim harcamaları** kavramları da birbirinden ayrılmaktadır. Tüketim harcamaları tüketimin finansman şekliyle ilgili olduğu halde; tüketim yenip içilen, eskitilen malları ve faydalanılan hizmetleri kapsayan bir hadisedir⁽¹⁰⁾. Ayrıca, belli bir dönemdeki fiili tüketim ile tüketim harcamalarının birbirine eşit olması zorunlu değildir. Çünkü mal ve hizmetlerin bedellerinin peşin ödenmesi halinde normal olarak fiili tüketim ile tüketim harcamaları arasında o dönemde farklılık olacaktır. Ancak bu farklılık uzun dönemde ortadan kalkacaktır.

O halde, tüketim harcamaları, insan ihtiyaçlarının tatmininde kullanılacak iktisadi mal ve hizmetler için yapılan harcamaların toplamı şeklinde tanımlanabilir. İster maddi tüketim ile iktisadi tüketim, ister fiili tüketim ile tüketim harcamaları kavramları kullanılsın, ortaya konulmak istenen husus, iktisadi mal ve hizmetlerin alımı, yani onlar için yapılan harcama ile harcama yapılmak suretiyle alınan iktisadi

(8) J. Maynard Keynes, İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi, Çev: Asım Baltacıgil, İstanbul: Fakülteler Matbaası, 1969, s. 55.

(9) Özhan Uluatam, Makro İktisat, 6. Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1987, s. 109.

(10) Zeki Avraroğlu, Üç Şehirde Tüketim Fonksiyonları, Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları No: 86, Fon Matbaası, 1976, s. 123.

mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarının tatmininde kullanılmasının birbirinden farklı şeyler olduğudur. Kısaca, tüketim ile tüketim harcamaları birbirinden farklı kavramlardır.

İktisadi hayatta bir grubun harcaması diğer bir grubun gelirini oluşturmaktadır. Belli bir dönemde üretim faktörlerinin toplam geliri (milli gelir), yine aynı dönemde söz konusu faktörleri kullananların bu faktörlere yaptıkları toplam harcamaya (toplam efektif talep) eşittir. Toplam harcamalar, yatırım ve tüketim harcamalarından oluşmaktadır. Buna göre;

$$D = C + I \quad \text{ve} \quad D = Y \quad \text{dir.}$$

$$Y = C + I$$

Burada;

D: Toplam efektif talep (toplam harcama)

Y: Milli gelir

C: Tüketim harcamaları

I: Yatırım harcamalarıdır.

Bu denklem, milli gelirin kuruluşu itibariyle tüketim ve yatırım harcamalarından oluştuğunu ifade etmektedir.

Tüketim ve yatırım harcamalarını birbirinden ayırmak oldukça zordur. Ancak, tüketim ve yatırım harcamalarını birbirinden ayırırken genellikle baş vurulan ölçü şudur; herhangi bir mal, onu satın alan kişiye bir tatmin sağlıyorsa, bu mala yapılan harcama tüketim harcamasıdır. Söz konusu mal, kişiye nakdi bir gelir sağlıyorsa veya bir başka malın üretiminde kullanılıyorsa bu mala yapılan harcama yatırım harcamasıdır⁽¹¹⁾.

Yukarıda açıklamaya çalıştığımız gibi, bir ulusun satın alma gücünün bir göstergesi olan milli gelir ile tüketim harcamaları arasında çok yakın bir ilişki vardır. Öyle ki, tüketim harcamaları milli gelirin artan bir fonksiyonudur. Yani, milli gelir yükseldikçe tüketim artar, düştükçe tüketim azalır. Ancak tüketim harcamaları ile milli gelir arasındaki ilişki tek yönlü değildir. Yani, tüketim harcamaları milli geliri belirlerken milli gelir de tüketim harcamalarını belirlemektedir⁽¹²⁾. Bunu makro bir model yardımıyla şu şekilde ifade edebiliriz:

(11) LP. Baran, The Political Economy of Growth, New York: Montly Review Press, 1957, s. 23.

(12) Sabri F. Ülgener, Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme, İstanbul: Sermet Matbaası, 1962, s. 160.

$$C = a + b Y$$

$$Y = C + I$$

Burada;

C: Tüketim harcaması

Y: Milli gelir

a: Gelire bağlı olmayan tüketim (otonom tüketim)

b: Marjinal tüketim eğilimidir.

Bütün bunlara rağmen, milli gelir ile harcama arasındaki ilişki ancak kısa dönemde söz konusu olmaktadır. Uzun dönemde milli gelir, harcamalardan ayrı olarak, üretim faktörlerinin verimini, teçhizatın özelliklerini değiştirebilen her türlü sebeplerin etkisi altına girer⁽¹³⁾.

A. Tüketim Harcamalarını Etkileyen Faktörler

Bir ekonomide toplam tüketim harcamalarının düzeyi, tüketici birimlerin tüketim amacıyla yapacakları harcamalara bağlıdır. Tüketim harcamaları ise iktisadi, demografik ve davranışsal faktörler tarafından belirlenmektedir.

1. İktisadi Faktörler

Tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin başında iktisadi faktörler gelmektedir. Bu grupta; gelir, gelir dağılımı, fiyat, geçmiş tüketim, servet, faiz oranları, dayanıklı mal stoku, kredi şartları vs. gibi faktörler yer almaktadır. İktisadi faktörler içinde en önemli olanı da harcanabilir gelirdir⁽¹⁴⁾.

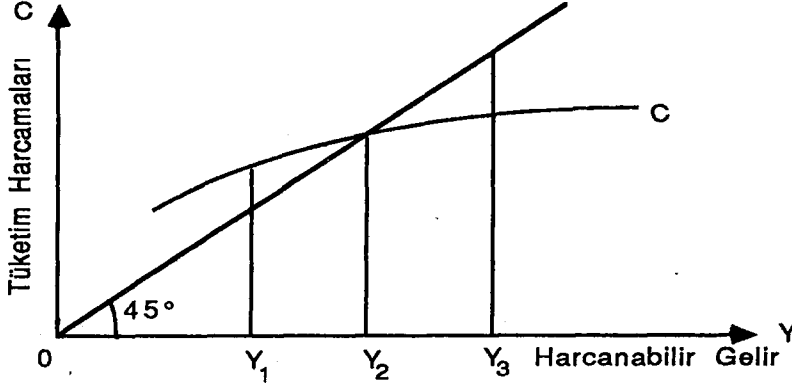
Belli bir harcama grubu (zorunlu tüketim harcaması) itibariyle, gelirle tüketim harcamaları arasındaki ilişkiyi Ernest Engel, "tüketicilerin gelirlerinin yükselmesi halinde gelirlerinden zorunlu tüketim harcamaları için ayırdıkları pay nisbi olarak azalmaktadır" şeklinde ifade etmesine karşılık Keynes, genel olarak söz konusu ilişkiyi "çoğu zaman insanlar, gelirleri arttıkça tüketimlerini de çoğaltmaya eğilimli olurlar, ne var ki bu eğilimleri gelirlerinin arttığı ölçüdeki büyüklükle aynı miktarda olmaz"⁽¹⁵⁾ şeklinde açıklamaktadır.

(13) Muzaffer Günay, Tüketim Fonksiyonu, Adana: Adana İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi, Sayı:6, Mart-1977, s. 127.

(14) Anadolu Üniversitesi: İktisada Giriş, Fasikül:3, Ankara: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Ders Kitapları Yayın No: 103, Mart-1983, s. 172.

(15) J. M. Keynes, a.g.e., s. 87.

Harcanabilir gelir ile tüketim harcamaları arasındaki ilişkiyi şekil yardımıyla şu şekilde açıklayabiliriz:



Şekil. 1: Tüketim Harcamaları ile Harcanabilir Gelir Arasındaki İlişki

Şekil.1'de 45°'lik açıyla orijinden çıkan doğru üzerinde tüketim harcamaları ile harcanabilir gelir birbirine eşittir. C tüketim eğrisi, tüketim harcamalarının gelir arttıkça arttığını fakat tüketim harcamasındaki artışın gelirdeki artıştan az olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla, düşük gelir düzeyinde (Y_1) tüketim gelirden fazladır. Bu durumda tüketici ya eski tasarruflarını eritmekte, ya borçlanmakta, ya da dışardan yardım görmektedir. Yüksek gelir düzeyinde (Y_3) ise tüketicinin tüketimi gelirinden azdır. Bu da tüketicinin gelirinin bir kısmını tasarrufa ayırdığı anlamına gelir. Görülüyor ki, çeşitli gelir düzeylerinde tüketim harcamaları birbirinden farklıdır. Harcanabilir gelir arttıkça gelirin tüketime harcanan kısmı azalmaktadır.

Kısaca, harcanabilir gelir tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olmakla birlikte tüketim harcamalarını etkileyen tek değişken değildir. Bu nedenle, diğer değişkenlerin de tüketim harcamaları üzerindeki etkileri incelenmelidir. Bu etkileri şöyle açıklayabiliriz:

Gelir Dağılımı: Gelir dağılımının tüketim harcamaları üzerindeki etkisi, marjinal tüketim eğilimine göre değişir, gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi sabit kalıyorsa, gelir dağılımındaki değişimler toplam tüketim harcamalarını etkilemez. Gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi artıyorsa, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmak toplam tüketim harcamalarını da azaltır. Aksine, gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi azalıyorsa, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmak toplam tüketim harcamalarını artırır.

Fiyat: Tüketim harcamaları, malların kendi fiyatlarına, ikame mallarının ve tamamlayıcı malların fiyatlarına da bağlıdır. Fiyatın tüketime (talep) etkisi maldan mala değişir. Mesela, talebin fiyat esnekliği düşük olan malların (gıda maddeleri vs.) tüketim fonksiyonunda fiyat değişkeninin fazla bir açıklayıcı gücü bulunmamaktadır.

Geçmiş Tüketim: Tüketiciler, geçmiş dönemlerde edindikleri tüketim alışkanlıklarını hemen değiştirememekte ve cari dönemde tüketimde bulunurken bu alışkanlıkların etkisi altında kalabilmektedirler. Söz konusu etkiyi T. E. Davis, cari tüketimin geçmiş dönemlerde ulaşılmış maksimum tüketim seviyesine bağlı olduğunu ifade ederek ortaya koymuştur⁽¹⁶⁾. Geçmiş tüketim değişkeninin ilavesiyle daha gerçekçi bir tüketim fonksiyonu elde edilmesine karşılık, istatistiki yönden böyle bir fonksiyonun parametrelerinin En Küçük Kareler (EKK) metodu ile bulunacak tahminleri sapmalı olacaktır⁽¹⁷⁾.

Servet: Tüketici birimlerin belli bir andaki mali varlıklarını ifade eden servet, likit servet (nakit stoku, banka mevduatı, hisse senetleri vs.) ve fiziki servet (gayri menkuller gibi paraya çevrilmesi zaman alan maddi varlıklar) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Psikolojik yasa gereğince, servet büyüdükçe sağlanan marjinal fayda giderek azalır. Dolayısıyla, serveti artan tüketici, diğer şartlar sabit kalmak şartıyla, tüketimini giderek artırır. Yani büyük servet büyük tüketime yol açabilir.

Faiz Oranları: Faiz oranlarının tüketim üzerindeki etkisi tartışılmaktadır. Bazı düşünürlere göre, faiz oranlarının yükselmesi tüketicilerin gelirlerinin büyük bir kısmını tasarrufa ayırmalarına ve dolayısıyla tüketimlerini kısmalarına neden olmaktadır. Bazılarına göre de artan faiz oranları, tüketicilerin faiz gelirlerinin artmasına dolayısıyla faiz gelirleri artan tüketicilerin tüketimlerini artırmalarına neden olmaktadır. Ancak şu bir gerçek ki, faiz oranlarının tüketim harcamaları üzerindeki etkisi gelirinki kadar kuvvetli değildir.

Bütün bu faktörlerin yanında, kredi şartlarının, dayanıklı mal stokunun, geçmişte elde edilen ve gelecekte de elde edilmesi ümit edilen gelirin tüketim harcamaları üzerinde etkili olan diğer iktisadi faktörler olduklarını belirtebiliriz.

2. Demografik Faktörler

Tüketici birimi olarak hanehalkı alındığında, hanehalkı reisinin yaşı, eğitim

(16) T.E. Davis, The Consumption Function as a Tool for Prediction, The Review of Economics and Statistics, August-1952, s. 274.

(17) J. Johnston, Econometric Methods, Tokyo: McGraw-Hill Book Co. Inc., Kogakusha Co. Ltd., 1963, s. 212.

durumu, mesleği, medeni hali, oturduğu semt, hanehalkı büyüklüğü vs. gibi demografik faktörler de tüketim harcamalarını etkilemektedirler. Ekonometrik araştırmalarda genellikle hanehalkı reisinin demografik özellikleri ile hanehalkındaki fert sayısı tüketim fonksiyonuna dahil edilmektedir. Hanehalkı reisinin dışındaki fertlerin özelliklerinin ihmal edilmesi tüketim fonksiyonundaki bağımsız değişken sayısının azalması ve fonksiyonun tahminini kolaylaştırması açısından faydalıdır.

Hanehalkının kazanç ve masraflarının yönetiminden sorumlu olan, kısaca hanehalkını bilfiil yöneten hanehalkı reisinin demografik özelliklerinin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi hanehalkının diğer fertlerinin özelliklerinden daha fazladır.

Hanehalkındaki fert sayısı ile tüketim harcamaları arasında da bir ilişki vardır. Öyle ki, genel olarak fert sayısı artınca tüketim harcamaları da artar. Ancak fert sayısının etkisi, çeşitli harcama grupları itibarıyla farklıdır. Fert sayısının gıda harcamaları üzerindeki etkisi çok güçlü iken, konut ve dayanıklı mal harcamalarında nisbeten daha zayıftır.

3. Davranışsal Faktörler

Aynı fiziki şartlar altında bulunan iki tüketicinin tüketim kalıplarının aynı olmaması davranışsal faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bu gruba, tüketim biriminin tabiatındaki tedbirli olma, ileriye görme gücü, bağımsız yaşama isteği, durumunu iyiye götürme hırısı, kısa görüşlülük, zevk ve sefa düşkünlüğü, cömertlik veya cimrilik, gösteriş eğilimi vs. gibi psikolojik faktörler girmektedir.

Davranışsal faktörleri sınıflandırma yoluna giden F. Tomas Juster, bu faktörleri üç grupta incelemiştir⁽¹⁸⁾.

a. Tüketicinin Bekleyişleri: Tüketici birimin, kendi dışında kalan olayların ilerde gösterecekleri gelişmeler üzerinde sahip olduğu değer yargılarını ifade eder. Örnek olarak, tüketici birimin, fiyatların ilerde artacağı veya azalacağı yolundaki düşüncesi verilebilir.

b. Tüketicinin Planları: Tüketicinin, ihtiyaçlarını gidermek amacıyla, imkânları doğrultusunda yapmayı düşündüğü hususlardır. Tüketicinin bir buzdolabı almayı planlaması örnek olarak verilebilir. Tüketici planları, tüketici bekleyişlerinden bağımsız değildir. Çünkü, tüketici planlarını, bekleyişleri doğrultusunda yapar.

(18) F. Thomas Juster, *Anticipations and purchases, An Analysis of Consumer Behavior*, Princeton University Press, 1964, s. 140.

c. Tüketicinin İyimser veya Kötümser Oluşu: Tüketicinin kendi refah durumunu hissetmesi ve yorumlamasıdır. Mesela, bekleyişleri ve planları aynı olmasına rağmen tüketici, refah durumunun giderek iyileştiğini hissedebilir.

Davranışsal faktörlerin tüketim harcamaları üzerindeki etkisini incelemek ve tüketim fonksiyonunda kullanabilmek için bunların rakamlarla ifade edilebilmesi gerekir. Ancak, psikolojik temele dayanan bu faktörlerin sayısal olarak ifade edilmesi oldukça güçtür. Dolayısıyla, davranışsal faktörler ekonometrik modellerde rahatlıkla kullanılamamaktadır.

B. Tüketim Harcamaları Teorileri

Yukarıda tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin neler olduğunu ortaya koymaya çalıştık. Genel olarak şunu söyleyebiliriz ki, tüketici, geçmiş ve bugünkü gelirini, tüketim alışkanlıklarını, geleceğe ait umut ve beklentilerini vs. göz önünde bulundurarak bugünkü tüketimini gerçekleştirir.

Tüketim harcamaları ile bu harcamalara etki eden faktörlerin (özellikle gelir) arasındaki ilişkinin mahiyetini açıklamaya yönelik çeşitli teoriler vardır. Bu bölümde, söz konusu teorilere kısaca değineceğiz.

1. Mutlak Gelir Teorisi (The Absolute Income Theory)

Daha önce de belirttiğimiz gibi, tüketim harcamalarına etki eden en önemli faktör gelirdir. Tüketim ile gelir arasındaki ilişkiyi en sistemli bir biçimde inceleyen Keynes, mutlak gelir teorisini ilk defa 1936 yılında yayınladığı meşhur "General Theory of Employment, Interest and Money" adlı eserinde ortaya koymuştur.

Reel tüketimin, reel gelirin kararlı bir fonksiyonu olduğunu öne süren Keynes, bu fonksiyonun normal şeklini yine kendi "temel psikolojik yasa"sına dayanarak açıklamıştır. Buna göre; insanlar, çoğu zaman gelirleri arttıkça tüketimlerini de artırmaya yönelirler. Ancak tüketimdeki artış gelirdeki artıştan düşüktür. Bundan başka, gelir arttıkça ortalama tüketim eğilimi gittikçe azalmaktadır⁽¹⁹⁾.

C reel tüketim ve Y reel gelir olmak üzere genel olarak,

$$C = f(Y) \quad 0 < dC/dY < 1$$

fonksiyonuyla ifade edebileceğimiz ilişkinin özelliklerini dört grupta toplayabiliriz.

a. Kısa dönemde reel tüketim, cari reel gelirin kararlı bir fonksiyonudur.

(19) J. M. Keynes, a.g.e., s. 87.

b. Marjinal tüketim eğilimi pozitif, fakat "1" den küçüktür.

c. Marjinal tüketim eğilimi, ortalama tüketim eğiliminden küçüktür.

d. Gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi küçülür⁽²⁰⁾. Bu durumu dönemler itibariyle kısa ve uzun dönem için iki farklı şekilde açıklayabiliriz.

i. Tüketiciler, edindikleri tüketim alışkanlıkları nedeniyle tüketimlerini, gelirlerinde meydana gelen değişmelere kısa vadede ayarlayamamaktadırlar. Dolayısıyla, kısa dönemde gelir artınca tasarruf artar ve gelir azalınca tasarruf azalır.

ii. Uzun dönemde gelir artışları neticesinde ihtiyaçlarının çoğunu karşılayıp doyum noktasına yaklaşan tüketici, gelirindeki artışın büyük bir kısmını tasarrufa ayıracaktır.

Keynes'in mutlak gelir teorisini ortaya koymasından sonra konuyla ilgili olarak çeşitli ülkelerde gerek aile bütçesi verileri ile ve gerekse nisbeten kısa dönemli zaman serileri ile yapılan çalışmaların sonuçları mutlak gelir teorisini destekler mahiyette olmuştur⁽²¹⁾. Ancak, II. Dünya Savaşından sonra uzun dönemli zaman serileriyle yapılan bazı çalışmaların sonuçlarının mutlak gelir teorisiyle uyuşmaması, teorinin geçerliliğine gölge düşürmüştür.

1946 yılında S. Kuznets'in⁽²²⁾ ve 1966 yılında da E. Shapiro'nun⁽²³⁾ uzun dönemli zaman serileriyle 1869-1938 yılları arası A.B.D. için yaptıkları çalışmaların sonucunda, söz konusu dönemde gelir yaklaşık dört kat artmasına rağmen ortalama tüketim eğilimi sabit çıkmıştır ki, bu durum mutlak gelir teorisiyle uyuşmamaktadır. Yine 1955 yılında R. Goldsmith'in⁽²⁴⁾ yaptığı çalışmaların aynı sonucu vermesi mutlak gelir teorisi üzerindeki şüpheleri artırmıştır.

Uzun dönemli tüketim araştırmaları ile kısa dönemli tüketim araştırmalarının sonuçlarının birbirini tutmaması, kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonu ayırımını ortaya koymuştur. Uzun dönemli tüketim araştırmalarının sonuçlarını mutlak gelir

(19) J. M. Keynes, a.g.e., s. 87.

(20) Z. Avrallıoğlu, a.g.e., s. 40.

(21) Milton Friedman, A Theory of the Consumption Function, New York: National Bureau of Economic Research, 1957, s. 1.

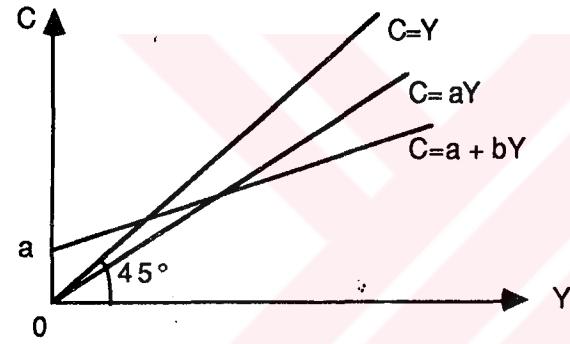
(22) Simon Kuznets, National Product Since 1869, New York: National Bureau of Economic Research, 1946.

(23) E. Shapiro, Macro Economic Analysis, New York: Harcourt, Brace and World Inc., 1966.

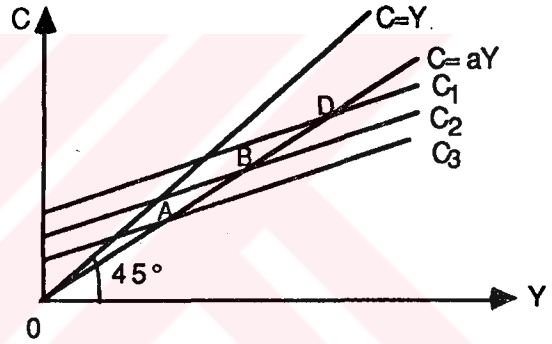
(24) Raymond Goldsmith, A Study of Savings in the United States, Princeton: Princeton University Press, 1955.

teorisiyle bağdaştırmaya çalışan J. Tobin (25) ve A. Smithies (26), kısa dönem fonksiyonunun sadece kısa dönem içinde tüketimle gelir arasındaki ilişkiyi gösterdiğini, halbuki tüketim üzerindeki etkilerini ancak uzun dönemde gösterecek faktörlerin (yeni tüketim mallarının ortaya çıkışı, şehirleşme, gelir dağılımındaki adaletsizliğin azalması, nüfus dağılımında ihtiyarların oranının artması, teraküm etmiş servetteki artış) gelir artarken tüketimi artırıcı rol oynayacaklarını savunmuşlardır. Dolayısıyla, kısa devredeki tüketim fonksiyonu uzun devrede ilk durumuna paralel kalmak şartıyla yukarıya doğru kaymaktadır.

Kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonları ile uzun dönemde kısa dönem tüketim fonksiyonunda meydana gelen kaymaları aşağıdaki şekillerle gösterebiliriz.



Şekil. 2: Kısa ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonları



Şekil 3: Kısa Dönem Tüketim Fonksiyonundaki Kaymalar ve Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu

Şekil.2'de kısa dönem tüketim fonksiyonu ($C = a + bY$), dikey eksenini a 'da kesmekte ve ortalama tüketim eğilimi giderek azalmaktadır. Uzun dönem tüketim fonksiyonunda ($C = bY$) ise ortalama tüketim eğilimi sabittir ve marjinal tüketim eğilimine eşittir.

Şekil.3'de de görülebileceği gibi, belli bir anda gözlenen husus belli gelir ve tüketim seviyelerine isabet eden A, B, D gibi noktalardır. Uzun dönemde gözlenen bu noktalardan hesaplanan tüketim fonksiyonu, gelirle tüketim arasında nisbi bir ilişki verebilir. Bu durum, esas itibarıyla, uzun dönemde etkisini gösteren faktörlerin kuvvetine bağlıdır.

(25) James Tobin, Relative Income, Absolute Income and Saving; "Money, Trade and Economic Growth", New York: The MacMillan Co., 1960, s. 135.

(26) Arthur Smithies, Forecasting Postward Demand, Econometrica, January-1945, ss. 1-14.

2. Nisbi Gelir Teorisi (The Relative Income Theory)

Gelir arttıkça ortalama tüketim eğilimi kısa dönemde azalırken, uzun dönemde sabit kalmaktadır. Kısa ve uzun dönemli araştırmalar sonucu ortaya çıkan bu farklılığı açıklamaya yönelik teorilerden biri de nisbi gelir teorisidir.

İlk olarak 1947 yılında Dorothy S. Brady ve Rose D. Friedman (27) tarafından ileri sürülen nisbi gelir teorisine göre, bir tüketicinin tüketimi, mutlak gelirine değil, nisbi gelirine bağlıdır. Bir tüketicinin içinde bulunduğu toplumdaki bütün tüketicilerin gelir bakımından gösterdiği dağılımda işgal ettiği yer olarak tanımlanabilen nisbi gelir, gelir dağılımına ait veriler bilinmediği takdirde tüketicinin gelirinin, bütün tüketicilerin ortalama gelirine oranı olarak hesaplanmaktadır(28).

Nisbi gelir teorisine açıklık getiren James S. Duesenberry (1949), tüketimin, cari gelirle daha önce ulaşılmış en yüksek gelir arasındaki oransal ilişkinin bir fonksiyonu olduğunu ve tüketici tercihlerinin mutlak gelir teorisinde olduğu gibi birbirinden bağımsız olmadığını ileri sürmüştür. Açıklamalarını psikolojik bir temele dayandıran Duesenberry, bu görüşlerini

$$\frac{C_t}{Y_t} = a + b \frac{Y_t}{Y_0}$$

biçimindeki tüketim fonksiyonuyla ortaya koymuştur. Burada;

C_t : t dönemi (cari) tüketimi

Y_t : t dönemi (cari) geliri ve

Y_0 : Daha önce ulaşılmış en yüksek gelir düzeyini göstermektedir.

Burada Y_0 'ın alınması, bunun hem kişi hem de toplum için nisbi gelir durumundaki değişmeyi işaret eden bir indeks oluşuna bağlıdır. Ancak, gelir dağılımına ait verilerin bulunamaması halinde Y_0 'ın yerine ortalama gelir ($\bar{Y}$) de kullanılabilir.

Bunun yanısıra, nisbi gelir şekil itibariyle farklı tüketim fonksiyonlarıyla da ifade edilebilir. Nisbi gelir,

(27) Dorothy S. Brady and Rose D. Friedman, Savings and the Income Distribution, New York: National Bureau of Economic Research Studies in Income and Wealth, Vol.10, 1947, ss. 257-265.

(28) Z. Avralioğlu, a.g.e., s. 48.

$$C_t = a Y_0 + b Y_t$$

şeklinde ortaya konulabilirken ⁽²⁹⁾,

$$C_t = a + b Y_t + c Y_{t-1}$$

kalıbı ile de ifade edilebilir⁽³⁰⁾. Burada;

C_t : Cari dönemin (t) tüketimi

Y_t : Cari dönemin (t) geliri

Y_0 : Geçmiş dönemlerdeki en yüksek gelir

Y_{t-1} : Bir önceki dönemin (t-1) geliri ve

a,b: Tüketim eğilimleridir.

Mutlak gelir teorisini açıklarken gördüğümüz gibi, gelir değişimleri karşısında kısa dönemde değişen ortalama tüketim eğilimi, uzun dönemde sabit kalmaktadır. Mutlak gelir teorisi bu durumu, tüketim fonksiyonu üzerindeki etkilerini ancak uzun dönemde gösteren faktörlerin varlığıyla açıklarken Duesenberry, söz konusu etkilerin çoğu zaman birbirlerini nötrleştirdiklerini ve sonuçta toplu olarak önemli bir etkiye sahip olmadıklarını, dolayısıyla bu durumun belirtilen faktörlerle açıklanamayacağını ileri sürmektedir.

Ortalama tüketim eğiliminin (C_t/Y_t), cari gelirle daha önce ulaşılmış en yüksek gelir arasındaki oransal ilişkinin bir fonksiyonu olarak gösterilmesi uzun dönemde bu oranin sabit kalışını da açıklayan bir unsur olmaktadır. Kısa dönemde gelir değişimlerine bağlı olarak bu oran değiştiği halde uzun dönemde az çok sürekli olarak artan gelir,

$$\frac{C_t}{Y_t} = a + b \frac{Y_t}{Y_0}$$

fonksiyonundaki (Y_t/Y_0) terimini sabitleştirdiğinden, ortalama tüketim eğilimi (C_t/Y_t) de sabitleşmektedir⁽³¹⁾. Kısaca, tüketici tercihlerinin birbirine bağlı olması nedeniyle, tüketici birimler arasında nisbi gelir dağılımı değişmedikçe ortalama tüketim eğilimi değişmeyecektir.

Duesenberry'nin bu konudaki görüşlerini aşağıdaki şekil yardımıyla şöyle açıklayabiliriz.

(29) Jacques Lecaillon, Makro Ekonomik Analiz, Çev: Ö. Rona Turanlı, İstanbul: met/er Matbaası, 1985, s. 86.

(30) Erdoğan Alkin, İktisadi Analiz, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Ünite: 18, 1986, ss. 265-271.

(31) Ö. Uluatam, a.g.e., s. 135.

ettiği maksimum gelir seviyesinde normal olarak kabul ettiği sabit bir orana göre tasarruf ve tüketim arasında dağıtacaktır. Her kısa devrenin maksimum gelire ulaşıldığı yılda başladığı kabul edilmektedir. Gelirin sürekli olarak her yıl artması halinde, kısa dönem tüketim fonksiyonları birer noktadan ibaret kalacaktır. Bu noktaları birleştirildiğinde uzun dönem tüketim fonksiyonunu (C) elde edilir. Gelir sürekli arttığı takdirde tüketici uzun dönem tüketim fonksiyonu üzerinde hareket edecektir ki, bu doğru üzerinde ortalama tüketim eğilimi sabittir.

Gelirin çok ani ve büyük ölçüde artması halinde tüketici, harcamalarını alışkanlıklarından dolayı yine gelir artışına göre ayarlayamayacak ve bu defa kısa dönem tüketim fonksiyonlarının kesikli çizgi ile gösterilen kısmında hareket edecektir.

Franco Modigliani de, Duesenberry ile hemen hemen aynı görüşleri paylaşmaktadır. Ancak, gelir ulaşılmış en yüksek düzeyin altına düşünce ortalama tüketim eğiliminin artması, sadece tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını devam ettirmek istemelerinden kaynaklanmamakta, aynı zamanda dalgalanmanın aşağı doğru evresinde ortaya çıkan işsizliğe ve gelir düzeyi düşünce meydana gelen yeni gelir dağılımından kaynaklanmaktadır. Öyle ki, gelirleri olmasa bile işsiz kişilerin de tüketimde bulunmaları ortalama tüketim eğilimini artıracaktır. Yine dalgalanmanın aşağı doğru evresindeki söz konusu yeni gelir dağılımı da, büyük bir ihtimalle, en yüksek tüketim eğilimine sahip grupların lehine olacaktır. Uzun dönemde, gelir önceki maksimum gelir düzeyini aştıktan sonra gelirin sabit bir oranının tüketileceği konusunda Duesenberry ile aynı fikirde olan Modigliani, bu durumu sürekli olarak yeni malların ortaya çıkması ve eskilerin daha iyi yapılması ile açıklamaktadır. Modigliani'ye göre, uzun dönemde ortalama tüketim eğiliminin sabit olmasının temel nedeni budur⁽³²⁾.

Sonuç olarak; Duesenberry, Modigliani ve D. S. Brady ⁽³³⁾ tarafından gerek zaman serileri gerekse aile bütçesi verileri ile yapılan çalışmalar teorisinin geçerliliği konusunda olumlu sonuçlar ortaya koymuştur.

(32) Franco Modigliani, "Fluctuations in the Saving-Income Ratio: A Problem in Economic Forecasting", Studies in Income and Wealth, c.11, New York: National Bureau of Economic Research, 1949, s. 379.

(33) Dorothy S. Brady, Family Saving in Relation to Changes in the level and Distribution of Income, National Bureau Economic Research Studies in Income and Wealth, Vol.15, 1952.

3. Sürekli Gelir Teorisi (The Permanent Income Theory)

Özellikle gelirleri maaş ve ücret biçiminde olmayan tüketicilerin gelirlerinin dönemden döneme büyük farklılıklar göstermesine karşılık tüketim harcamalarının nisbeten istikrarlı olduğunu gözlemleyen Milton Friedman, 1957 yılında sürekli gelir teorisini ortaya atmıştır.

Uzun dönemde, ortalama ve marjinal tüketim eğiliminin birbirine eşit olmasını açıklamaya yönelik olarak ortaya konan bu teori üç aşamada incelenebilir.

Birinci Aşama: Friedman tüketim ve geliri sürekli ve arızı olmak üzere ikiye ayırmıştır. Gözlenen tüketim, sürekli ve arızı tüketimin toplamına, gözlenen gelir de sürekli ve arızı gelirin toplamına eşittir. Yani,

$$Y = Y_p + Y_t \quad \text{ve}$$

$$C = C_p + C_t$$

olarak ifade edilmektedir. Burada; Y ve C gözlenen, Y_p ve C_p sürekli (permanent), Y_t ve C_t ise arızı (transitory) gelir ve tüketimdir.

Sürekli gelir, tüketicinin yaşını, mesleğini, eğitimini vs. gibi faktörleri göz önüne alarak, "görüş ufkü içine giren sürede" kazanmaya devam edeceği gelirdir. Yine aynı şekilde sürekli tüketim de tüketicinin yapmayı planladığı tüketim harcamalarıdır. Friedman, görüş ufkü içine giren sürenin yaklaşık üç yıl olduğunu belirtmektedir⁽³⁴⁾.

Arızı gelir ve tüketim, plan dahilinde olmayan yani beklenmedik bir biçimde ortaya çıkan gelir ve tüketimdir. Arızı gelir ve tüketim de pozitif ve negatif olmak üzere ikiye ayrılır. Gelir ve tüketimde artış meydana getiren arızı unsurlar pozitif, azalış meydana getiren arızı unsurlar ise negatiftir. Mesela; piyangodan kazanılan gelir pozitif arızı gelir ve işsizlik nedeniyle kaybedilen gelir negatif arızı gelirdir. Yine, ani bir hastalık nedeniyle katlanılan tedavi masrafları pozitif ve planlanmasına rağmen gerçekleştirilemeyen, vazgeçilen harcamalar negatif arızı tüketimdir. Arızı gelir ve tüketimin pozitif olması, gözlenen gelir ve tüketimin sürekli gelir ve tüketimden büyük olduğunu ifade etmesine karşılık negatif olması zıt bir anlam ifade eder.

İkinci Aşama: Friedman'a göre sürekli gelir ve tüketim, sürekli gelirin belli bir oranıdır. Fakat, bu oran (k) sürekli gelire bağlı değildir.

(34) Milton Friedman, A Theory of the Consumption Function, New York: National Bureau of Economic Research, 1957, s. 221.

$$C_p = k Y_p$$

şeklinde ifade edebileceğimiz fonksiyonda sürekli gelirden bağımsız olan k 'yı belirleyen faktörler; a. Faiz oranı (i), b. Servetin gelire oranı (w) ve c. Tüketicilerin zevk ve tercihleri (u)dir.

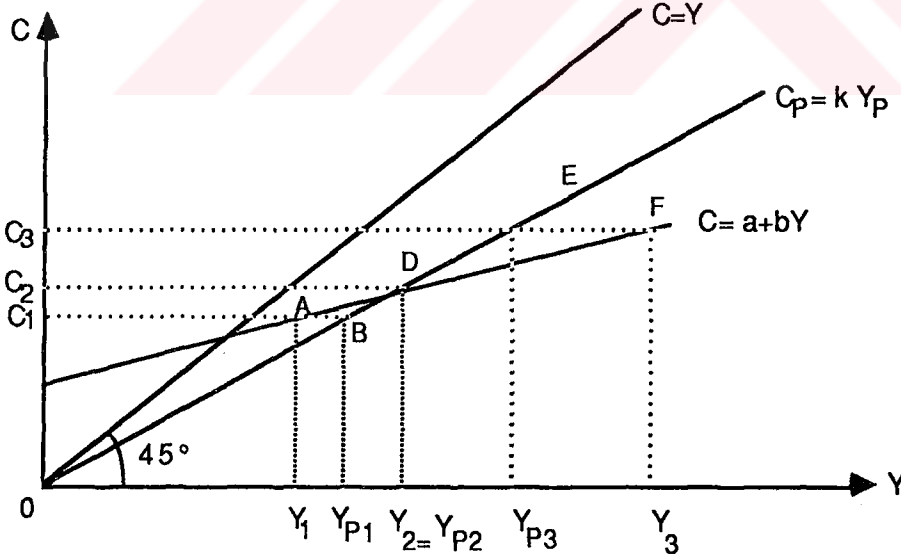
Üçüncü Aşama: Friedman, gerek arızı unsurların birbirleriyle ve gerekse daimi unsurlarla ilişkili olmadıklarını varsaymaktadır. ρ değişkenler arasındaki ilişkiyi (korelasyonu) gösteren katsayı olmak üzere bu durum,

$$\rho (Y_t Y_p) = \rho (C_t C_p) = \rho (C_t Y_t) = 0$$

şeklinde ifade edilmektedir.

Arızı tüketim ile arızı gelir arasında herhangi bir ilişkinin olmaması, tasarrufların arızı gelirdeki değişmelere bağlı olarak değişeceği sonucunu verir ki, bu da, kısa dönem tüketim fonksiyonu üzerinde ortalama tüketim eğiliminin gösterdiği dalgalanmaları açıklamaktadır. Ancak, uzun dönemde sürekli tüketim sürekli gelirin bir fonksiyonu olduğundan herhangi bir dalgalanma söz konusu değildir. Çünkü, uzun dönem tüketim fonksiyonu boyunca ortalama tüketim eğilimi sabit ve marjinal tüketim eğilimine eşittir.

Sürekli gelir teorisini şekil yardımıyla şöyle açıklayabiliriz:



Şekil. 5: Sürekli Gelir Teorisi ve Tüketim Fonksiyonu

Şekil. 5'de sürekli tüketim ile sürekli gelir arasındaki ilişkiyi veren $C_p = k Y_p$ fonksiyonu uzun dönemli gelir değişmelerinden etkilenen ve orijinden geçen bir doğrudur.

$C = a + b Y$ fonksiyonu da kısa dönem tüketim fonksiyonudur. Aynı zamanda, C_p ile C arasındaki fark ihmal edilebilir büyüklükte olduğu için, genellikle C_p yerine C ikame edilebilmektedir. Şekilde arızı gelirin sıfır olduğu D noktasında gözlenen gelir ile sürekli gelir birbirine eşittir. Dolayısıyla, OY_2 veya OY_{p2} (gözlenen veya sürekli) gelir düzeyine tekabül eden tüketim (gözlenen=sürekli) miktarı OC_2 'dir. OY_1 gözlenen gelir düzeyinde tüketicinin sürekli geliri OY_{p1} 'dir. Burada $Y_1 Y_{p1}$ kadar negatif arızı gelir söz konusudur. Friedman'a göre, sürekli tüketim sürekli gelirin bir fonksiyonu olduğuna göre gözlenen gelir (OY_1) ile tüketim (OC_1) arasında bir ilişki kurmak yanlış olacaktır. Bu nedenle, sürekli gelir (OY_{p1}) ile sürekli tüketim (OC_1) arasında ilişki kurulacaktır. B noktasında gerçekleşen bu ilişki uzun dönem tüketim fonksiyonu ($C_p = k Y_p$) üzerinde yer almaktadır. Benzer şekilde OY_3 gözlenen gelir seviyesinde pozitif arızı gelir söz konusudur ve sürekli gelir (OY_{p3}) gözlenen gelirden (OY_3) düşüktür. Yine, burada da ilişki sürekli gelir (OY_3) ile sürekli tüketim (OC_3) arasında kurulacak ve E noktasında gerçekleşecektir.

Buna göre, gözlenen unsurlar arasındaki ilişkiyi ortaya koyan kısa dönemli tüketim fonksiyonunda ($C = a + b Y$), ortalama tüketim eğilimi gelire bağlı olarak dalgalanmakta ve marjinal tüketim eğiliminin üzerinde yer almaktadır. Diğer yandan, uzun dönemli gelir değişimleriyle belirlenen gerçek tüketim fonksiyonunda ($C_p = k Y_p$), ortalama tüketim eğilimi sabit ve marjinal tüketim eğilimine eşittir.

Sürekli gelir teorisinin test edilebilmesi için öncelikle sürekli gelir ve tüketime ait verilerin elde edilmesi gerekir ki, bu da çok zordur. Herşeyden evvel Friedman, tüm harcamaları tüketim olarak kabul etmemektedir. O, dayanıklı tüketim malı satın alımlarını sermaye stoğuna yapılan ilave olarak düşünmekte ve onların sadece hizmetlerini tüketim olarak kabul etmektedir⁽³⁵⁾. Bundan başka, sürekli gelir ve tüketim verilerinin direkt olarak elde edilemeyeceğini belirtmektedir. Dolayısıyla, tüketiciler gözlenen gelirleri itibarıyla sınıflara ayrıldığında bir sınıfa düşen tüketicilerin ortalama gözlenen tüketimi o gelir sınıfına tekabül eden daimi tüketim olarak alınabilir. Daimi gelir ise gözlenen gelire ait zaman serisinden tahmin edilebilmektedir⁽³⁶⁾.

(35) M. Friedman, a.g.e., s. 20.

(36) M. Friedman, a.g.e., s. 144.

Friedman'ın gerek aile bütçesi ve gerekse zaman serisi verileriyle test ettiği sürekli gelir teorisine yöneltilen eleştiriler, özellikle, kullanılan verilerin kesin olmayışı ile arızı unsurlar arasında ilişkinin bulunmadığı varsayımı üzerinde yoğunlaşmıştır.

4. Hayat Devresi Teorisi (The Life Cycle Theory)

Diğer teoriler gibi, ortalama tüketim eğiliminin uzun dönemde sabit oluşunu açıklamaya çalışan hayat devresi teorisi, Franco Modigliani, Albert Ando ve Richard Brumberg tarafından geliştirilmiştir⁽³⁷⁾. Diğer teorilerden farklı olarak hayat devresi teorisi, ortalama tüketim eğiliminin uzun dönemde sabit olma nedenini gelir/servet oranının sabit olmasına bağlamaktadır⁽³⁸⁾.

Hayat devresi teorisi, tüketimlerini bütün ömürlerine mümkün olan en iyi bir biçimde dağıtacak şekilde uzun dönemde tüketim ve tasarruf davranışlarını planlayan kişileri inceler ki, bu kişilerin birinci yıllarının, çalışmaya başladıkları ilk yıl olduğunu kabul eder⁽³⁹⁾.

Bu teori, kişilerin tüketimleriyle ilgili aşağıdaki varsayımlara dayanmaktadır. Azalan marjinal fayda kanunundan dolayı, kişiler hayatları boyunca sabit (eşit) bir tüketim düzeyinde kalmak istemektedirler. Çünkü, tüketimin farklı miktarlarda bulunduğu iki dönem göz önüne alındığında tüketimin her iki dönemde de eşit olacak şekilde dönemler arasında aktarılması halinde tüketimin fazla olduğu dönemde, faydada meydana gelen azalış, tüketimin az olduğu dönemde faydadaki artıştan fazladır. Dolayısıyla, kişiler daha yüksek fayda temin etmek için dönemler arasındaki tüketim farklılığını gidermeye çalışırlar. Ayrıca, kişilerin hayatları boyunca elde ettikleri gelirler ile cari servetlerinin tamamını tüketmeyi amaçladıkları, yani miras bırakmadıkları varsayılır ve servet üzerinden faiz geliri elde edilmediği kabul edilir.

(37) Bu teori üzerinde yapılan ilk iki çalışma şunlardır:

- Modigliani, Franco and Brumberg, Richard: "Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data", in K. Urihara, Ed., Post-Keynesian Economics, New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 1954, ss. 388-436.
- Modigliani, Franco and Ando, Albert: "The Life Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests", American Economic Review, 53, March-1963, ss. 55-84.

(38) M.K. Evans, Macroeconomic Activity, New York: Harper and Row, 1969, ss.35-36.

(39) Rudiger Dornbusch and Stanley Fischer, Macroeconomics, Fifth Edition, McGraw-Hill Publishing Company, 1990, s. 265.

Bu varsayımlar, belli bir dönemdeki tüketimin beklenen hayat boyu kaynakların sabit bir oranı ($1/T$) olacağını vurgular. Yani, kişi hayat boyu gelirini ortalama ömrü boyunca (T) eşit bir biçimde tüketmeyi planlar.

Hayat devresi teorisi aşağıdaki tüketim fonksiyonuyla ifade edilmektedir⁽⁴⁰⁾.

$$C_t = 1/T (Y'_t + (N-1) Y'^e + A_t)$$

Burada, C_t cari (t) dönem tüketimidir. Parantez içindeki ifade ise beklenen hayat boyu kaynaklardır ki, bunlar;

Y'_t : Kişinin cari (t) dönemdeki emek geliri,

Y'^e : Kişinin çalışmayı planladığı ($N-1$) yıl boyunca beklenen ortalama emek geliri,

A_t : Cari (t) servetin değeridir.

Bu ifadeden de anlaşılacağı gibi, hayat devresi teorisine göre tüketim, sadece cari gelire değil, aynı zamanda beklenen ortalama gelir ve cari servete bağlıdır. Gerçekte, teori ortalama beklenen gelirde bir değişme olmadığı durumda tüketimin cari gelirdeki değişmelere tamamen tepki göstermediğini ileri sürer. Dolayısıyla, kısa dönemde tasarruf cari gelirdeki değişmelere bağlı olarak artıp veya azalacaktır.

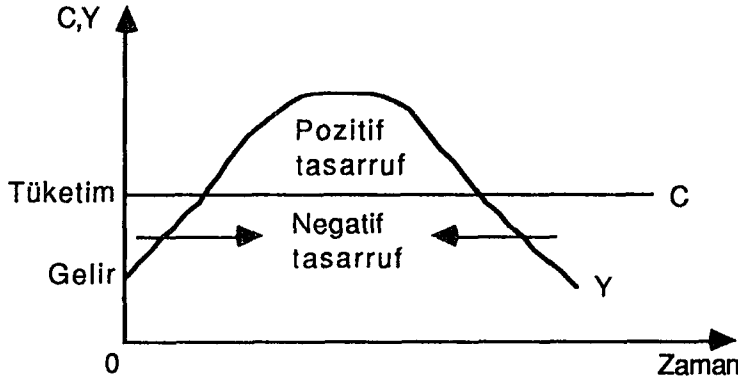
Genel olarak, hayat devresi teorisi, kişinin tüketim ve tasarruf davranışlarının hayat devresindeki durumuna bağlılığını hesaplamaya çalışır⁽⁴¹⁾. Çalışma hayatına yeni başlayan gençler ile çalışma hayatlarını tamamlamış olan emeklilerin verimlilikleri düşük olduğundan gelirleri de düşüktür. Dolayısıyla, gelirlerinden fazla tüketimde bulunurlar. Orta yaşlarda artan verim nedeniyle gelir artmaktadır. Bu devrede kişi, geçmiş devredeki borçlarını ödediği gibi emeklilik süresince yapacağı tüketimi finanse etmek amacıyla da tasarrufta bulunur. Bu durum Şekil. 6'da gösterilmiştir.

Dikkat edilirse, daha önce açıkladığımız sürekli gelir teorisi ile hayat devresi teorisi birbirine çok benzemektedir. Dolayısıyla, servetin tüketim üzerindeki etkisini en iyi ortaya koyan hayat devresi teorisi ile gelir beklentilerini en iyi belirleyen sürekli gelir teorisinin aslında aynı olduklarını düşünmek faydalıdır. İki teori birbirinin rakibi değil, tamamlayıcısı olarak düşünülmelidir⁽⁴²⁾.

(40) Richard T. Froyen, "Macroeconomics, Theories and Policies", Second Edition, New York: MacMillan Publishing Company, 1986, s. 373.

(41) R. T. Froyen, a.g.e., s. 373.

(42) R. Dornbusch and S. Fischer, a.g.e., s. 273.



Şekil. 6: Hayat Devresi Teorisi ve Tüketim Fonksiyonu

Sonuç olarak, tüketim harcamalarıyla ilgili olarak ortaya konulan bu dört teori de temel bağımsız değişken olarak geliri almışlardır. Bu ortak yönün dışında aralarında önemli ayrılıklar vardır. Bu teorilerden hangisinin tüketim harcamalarını açıklamada ve tahminlerde bulunmada daha uygun bir araç olacağı konusunda yoğun tartışma ve araştırmaların yapılmasına rağmen, tam bir anlaşma sağlanamamıştır. Herhangi bir teorinin doğruluğu, ancak daha sağlam verilere dayanan, metodolojisi daha güçlü istatistiksel analizlerle ortaya konulacaktır.

III. TÜKETİM EĞİLİMİ VE ESNEKLİKLERİ

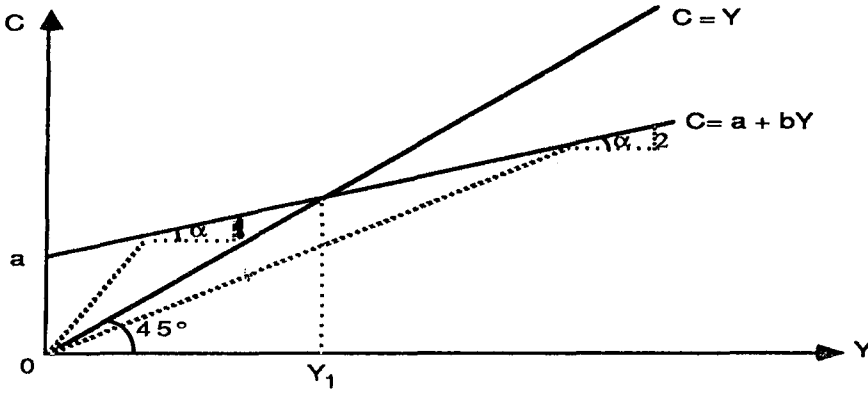
A. Tüketim Eğilimi

Tüketicilerin gelirlerinden tüketimlerine ayırdıkları pay olarak tanımlanabilen tüketim eğilimi, tüketicilerin iktisadi ve sosyal durumlarını ortaya çıkarmaktadır.

Tüketim eğilimi, ortalama ve marjinal tüketim eğilimi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

1. Ortalama Tüketim Eğilimi

Ortalama tüketim eğilimi, belirli bir gelir düzeyinde toplam gelir ile toplam tüketim arasındaki ilişki olup, gelirin tüketime ayrılan kısmını gösterir ve C/Y şeklinde ifade edilir.



Şekil. 7: Ortalama ve Marjinal Tüketim Eğilimi

Şekil.7'den de görülebileceği gibi ortalama tüketim eğilimi, gelir seviyesine bağlı olarak değişmektedir. Tüketim fonksiyonu ($C = a + b Y$) üzerinde ele alacağımız noktalardan orijine çizeceğimiz doğruların tabanla yaptığı açılar küçüldükçe ortalama tüketim eğilimi azalmakta, büyüdükçe eğilim artmaktadır. Dolayısıyla, Y_1 'den düşük gelir düzeylerinde ortalama tüketim eğilimi "1"den büyüktür. Yani, tüketici gelirinden fazla tüketim harcamasında bulunmaktadır. Gelir arttıkça ortalama tüketim eğilimi azalmaktadır. Öyleki, Y_1 gelir düzeyinde "1"e eşitken bu gelir düzeyinin üzerindeki bir gelir seviyesinde "1"den küçüktür. Yani, tüketici gelirinin hepsini tüketmemekte, bir kısmını tasarruf etmektedir.

2. Marjinal Tüketim Eğilimi

Marjinal tüketim eğilimi, gelirdeki bir değişme karşısında tüketimde meydana gelen değişmeyi ifade eder ve $\Delta C/\Delta Y$ şeklinde yazılır.

Marjinal tüketim eğilimi, aynı zamanda, tüketim fonksiyonunun eğimidir. Dolayısıyla, tüketim fonksiyonunun birinci türevi (dC/dY) marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

Şekil. 7'de olduğu gibi, tüketim fonksiyonunun doğrusal olması halinde marjinal tüketim eğilimi sabittir. Çünkü, bu doğru üzerindeki noktalardan çizilen teğetler doğru ile çakışacağı için, tabanla yaptıkları açılar (α_1 ve α_2) ve dolayısıyla bunların tanjantları birbirine eşittir. Gerçek hayatta ise gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi azalmaktadır. Dolayısıyla, tüketim fonksiyonu yatay eksene iç bükey olarak seyretmektedir.

Marjinal tüketim eğiliminin değeri "0" ile "1" arasında değişir. Gelirdeki artışın

tamamı tüketime harcanıyorsa ($\Delta C = \Delta Y$) marjinal tüketim eğilimi "1", söz konusu artışın tamamı tasarruf ediliyorsa ($\Delta C = 0$) "0" değerini alır. Gerçek hayatta marjinal tüketim eğilimi, daha düşük gelir seviyelerinde "1"e, ve daha üst gelir seviyelerinde "0"a yaklaşmak üzere, 0 ile 1 arasında bir değer alır.

Marjinal tüketim eğilimi, ülkelere, aynı ülkedeki sosyal sınıflara ve gelir seviyelerine göre değişmektedir. Gelişmiş ülkeler, yüksek gelirli kişiler ile esnaf ve köylülerin marjinal tüketim eğilimlerinin düşük olmasına karşılık az gelişmiş ülkeler, düşük gelirli kişiler ile memur ve şehirli halkın marjinal tüketim eğilimi daha yüksektir.

Ortalama tüketim eğilimi ile marjinal tüketim eğilimi birbirinden farklıdır. Çünkü, ortalama tüketim eğilimi, büyüklüğü ifade ederken marjinal tüketim eğilimi, bir değişimi ifade etmektedir⁽⁴³⁾.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz; tüketim eğiliminin bilinmesi hem üretici hem de tüketici yönünden önemlidir. "Tüketim eğiliminin bilinmesi, tüketici yönünden harcama kalemlerinin tesbitine, bir anlamda tüketim kalıbının bilinmesine yararken, üreticiler yönünden de; tüketici taleplerinin kapsam ve sınırlarının ne olacağını ortaya koymaktadır⁽⁴⁴⁾.

B. Tüketim Esneklikleri

Esneklik, belli bir fonksiyondaki bağımlı değişkenin bağımsız değişkendeki değişimler karşısındaki hassasiyet derecesidir. Dolayısıyla, esneklik bağımsız değişkendeki % 1'lik bir değişme karşısında bağımlı değişkende meydana gelen % değişmeyi ifade eder ve

$$E = \frac{\text{Bağımlı değişkendeki \% değişme}}{\text{Bağımsız değişkendeki \% değişme}}$$

şeklinde yazılmaktadır.

Ayrıca, fonksiyonda yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere göre esneklik çeşitleri vardır. Mesela, bağımsız değişken olarak gelir ve fiyatın yer aldığı bir tüketim fonksiyonunda tüketimin gelir ve fiyat esnekliğinden söz edilebilir.

(43) J. Lecaillon, a.g.e., s. 76.

(44) Taner Karahasanoğlu, Eskişehir'de Tüketici Eğilimleri ve Pazarlama Açısından Bir Değerleme, Ankara: Eskişehir İTİA Yayınları No: 111/65, Sevinç Matbaası, 1974, s. 4.

1. Tüketimin Gelir Esnekliği

Rasyonel bir tüketicinin, tüketim harcamalarını çeşitli mal ve hizmet türleri arasında iyi bir şekilde nasıl paylaştırması gerektiğinin incelenebilmesi için tüketimin gelir esnekliğinin, bu mal ve hizmet türleri itibariyle tahmin edilmesi gerekmektedir⁽⁴⁵⁾.

Tüketimin gelir esnekliği, gelirdeki % 1'lik bir değişme karşısında tüketimde meydana gelen % değişmedir. Bunu

$$E_g = \frac{\Delta C}{C} : \frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta C}{\Delta Y} \cdot \frac{Y}{C}$$

şeklinde ifade edilir. Burada,

E_g : Tüketimin gelir esnekliği

ΔC : Tüketimdeki değişme (artış veya azalış)

C : Tüketim

$\frac{\Delta C}{C}$: Tüketimdeki % değişme

ΔY : Gelirdeki değişme (artış veya azalış)

Y : Gelir ve

$\frac{\Delta Y}{Y}$: Gelirdeki % değişmedir.

Bu formül "nokta esneklik" formülü olup C ve Y arasında kesiksiz bir fonksiyonel ilişki olduğu zaman kullanılır. Fakat, uygulamada tüketim ve gelire ait elde edilen veriler kesikli olduğundan tüketimin gelir esnekliği hesaplanırken nokta esneklik formülü yerine tüketim eğrisi üzerindeki iki nokta arasında kalan yayın esnekliğini veren "yay esneklik" formülü kullanılır. Buna göre, nokta esneklik formülündeki veriler,

$$\Delta C : C_2 - C_1$$

$$C = 1/2 (C_2 + C_1)$$

$$\Delta Y = Y_2 - Y_1$$

$$Y = 1/2 (Y_2 + Y_1)$$

(45) Şahabettin Yiğitbaşı, Mikro İktisat, İzmir: Fakülteler Kitabevi, 1985, ss. 53-59.

olarak alınır. Burada, C_1 ve Y_1 başlangıçtaki tüketim ve gelir, C_2 ve Y_2 gelir değişikliğinden sonraki tüketim ve gelirdir. Dolayısıyla, yay esneklik formülünü,

$$E_g = \frac{C_2 - C_1}{1/2 (C_2 + C_1)} : \frac{Y_2 - Y_1}{1/2 (Y_2 + Y_1)} = \frac{C_2 - C_1}{C_2 + C_1} \cdot \frac{Y_2 + Y_1}{Y_2 - Y_1}$$

şeklinde ifade edebiliriz.

Tüketicinin gelir esnekliğinin her gelir seviyesi için farklı değerler alınamayacağı konusunda muhtelif hipotezler vardır. Bazı hipotezlere göre tüketicinin gelir esnekliği gelir seviyesine bağlı olarak değişirken bazılarına göre ise söz konusu esneklik gelir seviyesinden bağımsızdır⁽⁴⁶⁾.

2. Tüketicinin Fiyat Esnekliği

Tüketicinin fiyat esnekliğini de "fiyattaki % 1'lik bir değişme karşısında tüketimde meydana gelen % değişme" şeklinde tanımlayabiliriz.

Nokta esneklik formülüyle,

$$E_p = \frac{\Delta C}{C} : \frac{\Delta P}{P}$$

şeklinde ifade edebileceğimiz tüketicinin fiyat esnekliğini, yay esneklik formülüyle de

$$E_p = \frac{C_2 - C_1}{C_2 + C_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1}$$

şeklinde yazabiliriz. Burada, P_1 başlangıçtaki fiyat, P_2 ise fiyat değişikliğinden sonraki fiyattır.

Tüketicinin fiyat esnekliği, her fiyat seviyesi için farklı değerler alabilmektedir. Öyle ki, tüketim (talep) doğrusu üzerinde yüksek fiyatlarda tüketicinin fiyat esnekliği büyük, düşük fiyatlarda ise küçüktür. Ayrıca, tüketim doğrusunun fiyat eksenini kestiği noktada esneklik sonsuz (∞), miktar eksenini kestiği noktada sıfır (0) ve doğrunun tam orta noktasında da 1'e eşittir⁽⁴⁷⁾.

(46) Z. Avrallıoğlu, a.g.e., s. 21.

(47) A. Türkbâl, a.g.e., s. 226.

3. Beklenen Fiyat Esnekliği

1939 yılında İngiliz iktisatçısı J. R. Hicks tarafından ortaya atılan beklenen fiyat esnekliği, bir sonraki döneme ait fiyattaki tahmini nisbi değişimin cari fiyatta meydana gelen nisbi değişmeye oranıdır. Bunu,

$$E = \frac{\Delta P_{t+1}}{P_{t+1}} : \frac{\Delta P_t}{P_t}$$

şeklinde gösterebiliriz. Burada,

ΔP_{t+1} : Bir sonraki dönem fiyatındaki mutlak değişme

P_{t+1} : Bir sonraki dönem fiyatı

$\frac{\Delta P_{t+1}}{P_{t+1}}$: Bir sonraki dönem fiyatındaki nisbi değişme

ΔP_t : Cari dönem fiyatındaki mutlak değişme

P_t : Cari dönem fiyatı

$\frac{\Delta P_t}{P_t}$: Cari dönem fiyatındaki nisbi değişmedir.

Tüketicilerin bir sonraki döneme ait fiyat tahminleri, politik haberlerden, mevcut ve geçmiş dönemlerdeki iktisadi olaylardan, hava şartları hakkındaki düşüncelerinden ve yetkililerin fiyat değişimleri ile ilgili görüşlerinden etkilenir. Dolayısıyla, beklenen fiyat esnekliği bütün bunlara bağlı olarak hesaplanabilmektedir⁽⁴⁸⁾.

IV. TÜKETİM HARCAMALARI İLE ESNEKLİKLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER

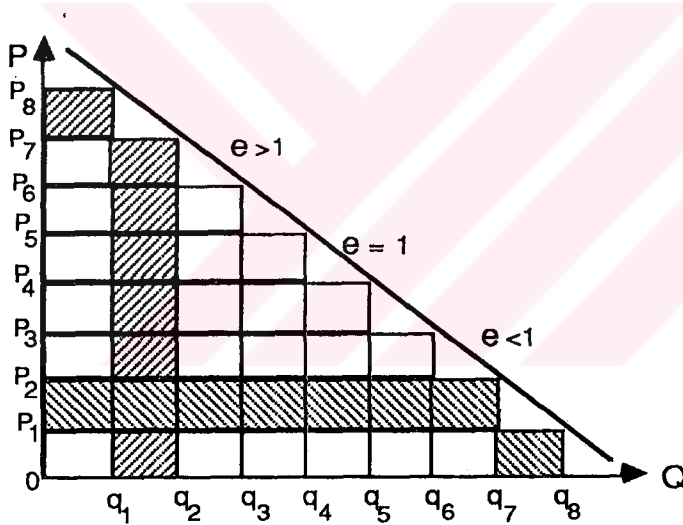
Toplam tüketim harcamaları ile tüketilen malların esneklikleri arasında önemli ilişki olduğu bir gerçektir. Bu ilişki, esneklik katsayısına bağlı olarak toplam tüketim harcamalarında meydana gelen değişimleri ortaya koymaktadır. Bu bölümde, burada gerek tüketicinin fiyat esnekliği ve gerekse beklenen fiyat esnekliği ile toplam harcamalar arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılacaktır.

(48) A. Türkbai, a.g.e., ss. 234-236.

A. Tüketimin Fiyat Esnekliği ile Tüketici Harcamaları Arasındaki İlişki

Daha önce de ifade ettiğimiz gibi tüketimin (talebin) fiyat esnekliği, fiyattaki nisbi değişme karşısında tüketilen miktarda meydana gelen nisbi değişmedir. Dolayısıyla, fiyatla miktarın çarpımından oluşan tüketim harcamaları, fiyattaki değişmeler karşısında esneklik katsayısına bağlı olarak değişecektir.

Bunu Şekil.8 yardımıyla şöyle açıklayabiliriz. Tüketilen malın fiyat esnekliği büyükse, malın fiyatı düştüğünde toplam harcamalar (fiyat x miktar) artar. Çünkü toplam harcamaları artırmaya yönelik miktardaki nisbi artış, toplam harcamaları azaltmaya yönelik fiyattaki nisbi azalıştan fazladır. Fiyat yükseldiğinde toplam harcama azalır. Malın fiyat esnekliği düşükse, fiyat düştüğünde miktardaki nisbi artış fiyattaki nisbi azalıştan küçük olduğundan toplam harcama azalır. Fiyat yükseldiğinde de bunun tersi olur. Yani, toplam harcama artar.



Şekil. 8: Tüketim Esnekliği ve Toplam Harcama

Şekil.8'de olduğu gibi, $e > 1$ iken malın fiyatı P_8 'den P_7 'ye düştüğünde miktar q_1 'den q_2 'ye artmıştır. Miktardaki nisbi artış fiyattaki nisbi azalıştan fazla olduğundan toplam harcama artmıştır. $e < 1$ iken malın fiyatı P_2 'den P_1 'e düştüğünde malın tüketilen miktarı q_7 'den q_8 'e artmıştır. Fiyattaki nisbi azalış miktardaki nisbi artıştan fazla olduğundan toplam harcama azalmıştır.

Tüketimin fiyat esnekliği ile toplam harcamalar arasındaki ilişkiyi tablo halinde şu şekilde gösterebiliriz.

Tablo: 1

Tüketimin Fiyat Esnekliği ile Toplam Harcamalar Arasındaki İlişki

Esneklik Fiyat	$e > 1$	$e = 1$	$0 < e < 1$	$e = 0$
Fiyattaki Düşüşün Etkisi	Toplam harcama artar	Toplam harcama sabit kalır	Toplam harcama azalır	Fiyattaki düşüşle orantılı olarak harcama azalır
Fiyattaki Yükselmenin Etkisi	Toplam harcama azalır	Toplam harcama sabit kalır	Toplam harcama artar	Fiyattaki artışla orantılı olarak harcama artar

Kaynak: Aydın Türkbâl, Fiyat Teorisi (mikro İktisat), Geliştirilmiş ve Gözden Geçirilmiş II. Baskı, Atatürk Üniversitesi Basımevi, Erzurum-1983, s.241.

Kısaca, toplam harcama ile tüketimin fiyat esnekliği arasındaki ilişkiyi özetlersek, tüketimin fiyat esnekliği büyük ise toplam harcama ile fiyatın zıt yönde, esneklik küçük ise aynı yönde hareket ettiğini söyleyebiliriz⁽⁴⁹⁾.

B. Beklenen Fiyat Esnekliği ile Tüketici Harcamaları Arasındaki İlişki

Bir malın tüketimi (talebi), bir çok faktörün yanısıra o malın bugünkü fiyatı (P_t) ile gelecekte bu mal için tahmin edilen fiyata (P_{t+1}) bağlıdır. Dolayısıyla, bugünkü fiyat ile gelecekte tahmin edilen fiyat arasındaki nisbi ilişkiyi ifade eden beklenen fiyat esnekliği ile tüketici davranışları arasında yakın bir ilişki vardır.

Beklenen fiyat esnekliğinin 1'den büyük olması halinde bugünkü fiyattaki bir artış karşısında gelecekteki fiyatta beklenen artış bundan daha fazladır. Fiyatların gelecekte daha fazla artacağını tahmin eden tüketiciler bugünkü tüketimlerini (taleplerini) artırır. Esneklik 1'e eşit ise bugünkü fiyat arttığında tüketiciler bu artışın gelecekte de aynı oranda gerçekleşeceğini düşünerek bugünkü tüketimlerinde herhangi bir değişiklik yapmazlar. Esneklik 0 ile 1 arasında ise, bugünkü fiyat artışlarının geçici olduğunu düşünen tüketiciler, malları ileride daha düşük fiyattan satın

(49) Dominick Salvatore, Microeconomics Theory and Applications, New York: MacMillan Publishing Company, 1986, s. 135.

almak amacıyla bugünkü tüketimlerini azaltırlar. Yine, esnekliğin 0 olması halinde de, tüketiciler bugünkü fiyat artışlarının ilerdeki fiyatları etkilemeyeceğine inandıklarından bugünkü tüketimlerini azaltırlar. Esneklik sıfırdan küçük ise bugünkü fiyatların artmasına karşın gelecekteki fiyatların düşeceğini tahmin eden tüketiciler bugünkü tüketimlerini azaltırlar.

Açıklanmaya çalışılan bu ilişki, bugünkü fiyatlarda bir artış olması durumu göz önünde tutularak tablo halinde şöyle gösterilebilir.

Tablo: 2

Beklenen Fiyat Esnekliği ile Tüketici Davranışları Arasındaki İlişki

Esneklikler	$e > 1$	$e = 1$	$0 < e < 1$	$e = 0$	$e < 0$
Tüketici Davranışları	Tüketici bugünkü tüketimini (talebini) artırır	Tüketicinin bugünkü tüketimi sabit kalır	Tüketici bugünkü tüketimini azaltır	Tüketici bugünkü tüketimini azaltır	Tüketici bugünkü tüketimini azaltır

Kaynak: A. Türkbay, a.g.e., s.235.

Şunu da hemen belirtelim ki, normalde her tüketicinin beklenen fiyat esneklikleri birbirinden farklı olmakla birlikte, yukardaki tabloda tüketicilerin tümünün beklenen fiyat esnekliğinin aynı olduğu kabul edilmiştir.

V. TÜKETİM FONKSİYONLARI

A. Tanımı

Tüketim fonksiyonu, tüketim harcamaları ile bu harcamaları etkileyen faktörler (iktisadi, demografik ve davranışsal) arasındaki fonksiyonel ilişkidir.

Tüketim fonksiyonunu talep eğrisi ile karşılaştırmak suretiyle daha iyi açıklamak mümkündür. Bilindiği gibi, talep eğrisi farklı fiyat seviyelerinde alıcıların satın almaya razı oldukları mal miktarlarını göstermektedir. Buna karşılık tüketim fonksiyonu ise farklı gelir seviyelerinde tüketicilerin tüketime ayıracakları miktarı ifade etmektedir.

Ekonometri'de geniş bir uygulama alanına sahip olan tüketim fonksiyonunu,

$$C = a + b Y \quad (\text{doğrusal}),$$

$$C = a + b \log Y \quad (\text{yarı logaritmik}) \text{ ve}$$

$$\log C = \log a + b \log Y \quad (\text{çift logaritmik})$$

gibi farklı yapıdaki tek denklemlerle fonksiyonlarla veya

$$C = a + b Y$$

$$Y = C + I$$

şeklinde çok denklemler bir modelle ifade edebiliriz. Burada, C tüketim, Y gelir, I yatırım ve a ile b katsayılarıdır.

Gelir arttıkça eğimi azalan dolayısıyla belli bir gelir seviyesine kadar tüketim harcamalarının gelirden fazla olduğu ve ancak bu gelir seviyesinden sonra tasarrufun söz konusu olduğu bir tüketim fonksiyonunun özelliklerini şöyle ifade edebiliriz.

1. Gelir arttıkça azalan marjinal tüketim eğilimi, her gelir düzeyinde pozitif olmasına rağmen değeri 1'den küçüktür.

2. Ortalama tüketim eğilimi, gelirdeki artışa oranla azalmaktadır. Öyle ki, gelirin tüketime eşit olduğu noktada 1'e eşit olan ortalama tüketim eğilimi, bu noktaya kadar 1'den büyük, bu noktadan sonra 1'den küçük değer almaktadır.

B. Tüketim Fonksiyonu Türleri

Tüketim fonksiyonunu, gerek dönemler itibarıyla ve gerekse fonksiyonda yer alan değişkenlere ait değerlerin tüketici birime veya bütün tüketicilere ait olması durumuna bağlı olarak farklı gruplara ayırabiliriz.

Tüketim fonksiyonunu Dönemler itibarıyla kısa ve uzun dönem olmak üzere iki grupta inceleyebiliriz. Gelirden bağımsız tüketimin bulunduğu kısa dönem tüketim fonksiyonunda herhangi bir gelire sahip olmayan tüketici zorunlu ihtiyaçlarını ya daha önce biriktirdiği tasarruflarını eritmek ya da borçlanma yoluna gitmek suretiyle karşılar. Buna karşın, uzun dönemde gelirden bağımsız tüketim harcamaları söz konusu değildir. Dolayısıyla,

$$C = a + b Y$$

şeklinde ifade edebileceğimiz kısa dönem tüketim fonksiyonu uzun dönemde

$$C = b Y$$

şeklini almaktadır. Burada, C tüketim, Y gelir, a gelirden bağımsız tüketim harcamaları ve b katsayıdır.

Tüketim fonksiyonunda yer alan değişkenlere ait değerlerin tüketici birime veya bütün tüketicilere ait olmasına göre de tüketim fonksiyonunu, tüketici birimler seviyesindeki tüketim fonksiyonu ve toplam tüketiciler seviyesindeki tüketim fonksiyonu olmak üzere iki gruba ayırabiliriz⁽⁵⁰⁾. Buna göre;

(50) Z. Avrallıoğlu, a.g.e., ss. 33-34.

$$C_i = a + b Y_i$$

C_i : i'nci tüketici birimin tüketim harcaması

Y_i : i'nci tüketici birimin geliri

şeklindeki denklem, tüketici birim seviyesindeki bir tüketim fonksiyonudur. Bütün tüketicilere ait bu denklemler alt alta yazılır ve toplanırsa:

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

$$C = N a + b Y$$

denklemini bulunur ki, bu denklem de, toplam tüketiciler seviyesindeki tüketim fonksiyonudur.

Gerçekten her tüketicinin tüketim fonksiyonu benzer değildir; bazılarının marjinal tüketim eğilimleri yüksek, bazılarının ise düşüktür. O halde toplam tüketim fonksiyonunun bireysel tüketim fonksiyonlarının tartılı bir ortalaması olduğu ve bu tartı katsayısının tüketici gelirlerine göre oluştuğu da ileri sürülebilir⁽⁵¹⁾.

(51) J. Lecaillon, a.g.e., s. 80.

İKİNCİ BÖLÜM

ERZURUM'DA TÜKETİM HARCAMALARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

I. ARAŞTIRMANIN MAHİYETİ

A. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Kapsamı

1. Araştırmanın Konusu

Önemli iktisadi olaylardan biri tüketimdir. Bazı iktisatçılara göre, iktisadi faaliyetler insanların ihtiyaçlarını tatmin hedefine yönelmiş davranışlar olduğundan, tüketim harcamalarına iktisadi faaliyetlerin son safhası olarak bakmak mümkündür.

Tüketimin bir araştırma konusu olarak ele alınması oldukça eski tarihlere rastlamaktadır. 1797'de Sir Frederick Eden'in, 1850'de Frederick Le Play'ın araştırmalarını Edouard Ducpetiaux'nunki izlemiştir. Le Play ve Ducpetiaux'nun çalışmalarından yararlanarak tüketim araştırmalarının modern iktisadi düşüncedeki önemli yerini ortaya çıkaran Ernest Engel'dir. Engel'den sonra da tüketim konusu bir çok bilim adamı tarafından ele alınmıştır.

İktisat teorilerin gerçeklere uygunluğunun tesbit edilebilmesi için söz konusu teorilerin kantitatif bir mahiyet kazanması gerekir. Günümüzde, iktisatçılar iktisadi olayları kalitatif olarak incelemeyi faydalı fakat yetersiz bir zihni egzersiz şeklinde düşünmektedir. Bir çok sahada iktisatçılardan geleceğe yönelik sayısal tahminlerde bulunması beklenmektedir. Tüketim harcamaları bu sahalardan biridir.

Ekonometri ve istatistik disiplinlerinde kaydedilen gelişmeler, yakın zamanlara kadar sadece kalitatif mahiyette kalmış olan iktisadi analizleri ve bu arada tüketim harcamaları konusunu kantitatif olarak ele almayı mümkün kılmıştır. Söz konusu disiplinlerden faydalanmak suretiyle, bu çalışmada Erzurum'daki tüketicilerin tüketim harcamaları analiz edilmiştir.

2. Araştırmanın Amacı

Tüketim harcamaları konusunda yapılan ilk araştırmalar fakir halk tabakalarının ve özellikle o günün kötü hayat şartlarında yaşam savaşı veren işçilerin geçinme şartlarını ortaya koymayı amaçlamaktaydı. Ancak, günümüzde tüketim araştırmaları başlıca şu amaçlara yönelik olarak yapılmaktadır.

- Tüketim fonksiyonları formüle ederek tüketime etki eden faktörleri ortaya koymak,

- Milli geliri tüketim yolu ile hesaplamak ve gelir dağılımını tesbit etmek,
- Tüketici fiyat indekslerinin (geçinme indeksi) hazırlanması için gerekli tartıları elde etmek,
- Çeşitli sosyo-ekonomik grupların hayat seviyelerini belirlemek,
- Tüketim mallarına ilişkin talep tahminlerinde bulunmak,
- Fertlerin beslenme durumlarını tesbit etmek, vs.

Tüketim araştırmaları belli bir amaca yönelik olarak yapılabilceği gibi birden fazla amaçı da kapsayabilir. Birden fazla amaca yönelik olarak hazırlanan bu çalışmada güdülen amaçlar şunlardır:

a. Herşeyden önce Erzurum'da yaşayan çeşitli sosyo-ekonomik grupların hayat seviyelerini belirlemek; iktisadi ve demografik özelliklerine göre tüketicilerin harcamalarını nerelere ve hangi mal gruplarına yönlendirdiklerini tesbit etmek.

b. Ekonometrik bir çalışma olması nedeniyle araştırmada uygulanan "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi"nden elde edilen veriler yardımıyla, gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi izah etmek amacıyla ileri sürülen tüketim harcamaları teorilerini analiz etmek ve söz konusu verilere dayanarak Erzurum'daki tüketici harcamaları eğilimini en iyi açıklayan modeli belirlemek.

c. Zaman içinde tüketicilerin satın alma gücünde meydana gelen değişmelerin göstergesi ve enflasyonun ölçüsü olarak kullanılan tüketici fiyatları indeksini ve bu indekslerde yer alan ağırlıkları (tartıları) Erzurum ili için elde etmek.

d. Erzurum'un milli gelirden aldığı payı tüketim yolu ile hesaplamak.

e. Son olarak da, Erzurum için daha önce yapılmış tüketim araştırmalarıyla bir karşılaştırma yapmak suretiyle tüketici tercihlerinde herhangi bir değişikliğin olup olmadığını ortaya koymak.

3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını yer (coğrafi alan), zaman ve sosyal gruplar itibariyle ortaya koyabiliriz.

Araştırmanın yer itibariyle kapsamı, Erzurum ili merkez ilçeyi kapsayan yerleşim alanı ve bu yerleşim alanında yaşayan insanlardır. Araştırma, gerek zaman ve gerekse maddi imkânların yeterli olmaması nedeniyle Erzurum ili için genelleştirilememiştir. Bu durumda, ortaya çıkan eğilimler gerçeği tam olarak

yansıtamayacaktır. 2 bucak, 51 köy ve 66 mahalleden oluşan merkez ilçenin nüfusu 1990 sayımına göre 270.006'dır. Bu nüfus, 848.201 kişilik Erzurum nüfusunun % 32'sini oluşturmaktadır. Dolayısıyla, araştırma Erzurum nüfusunun % 32'sini kapsamaktadır.

Ayrıca, araştırma 1991 yılını kapsayacak şekilde hazırlanmıştır. Bu bir yıllık süre içinde tüketicilerin tüketim harcamalarını nerelere yönlendirdikleri belirlendi.

Daha önce de ifade ettiğimiz gibi, 1930'lara kadaryapılan tüketim araştırmaları, 18. ve 19. asırda fakir zümreyi oluşturan işçilerle ilgilidir. Bunun nedeni, sanayi devrimiyle birlikte oluşan ve düşük ücretle uzun saatler çalışan işçi sınıfının olumsuz hayat şartları araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Dolayısıyla, araştırmacılar toplumun diğer sosyal gruplarından ziyade işçilerin geçim zorluklarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Modern iktisadi düşüncenin gelişmesi, tüketim araştırmalarını sadece işçi sınıfını ilgilendiren bir konu olmaktan çıkarmıştır. 1930'lardan sonra yapılan tüketim araştırmalarında artık sadece işçiler değil, diğer sosyal gruplar da göz önünde tutulmuştur. Bu çalışmada da tüketiciler meslek grupları itibarıyla; işçi, memur, esnaf ve sanatkâr, serbest meslek sahibi ve tüccar, çiftçi olmak üzere 5 gruba ayrılmış ve bütün gruplar araştırma kapsamına alınarak bunların harcamalarının tesbitine çalışılmıştır.

Tablo: 3 yardımıyla çalışanların meslek gruplarına göre dağılımını ve dolayısıyla araştırmanın kapsamını şöyle açıklayabiliriz.

Tablo: 3

Meslek Gruplarına Göre Çalışanların Sayısı

Meslek Grubu	Sayı	%
İşçi	26.000	39
Memur	11.010	16
Esnaf ve Sanatkâr	21.064	31
Serbest Mes. Sahibi	422	0.6
Tüccar	5.578	8
Çiftçi	3.951	6
Toplam	67.603	100

Söz konusu bu bilgiler, araştırmanın hazırlık aşamasında ilgili kurum ve kuruluşlardan elde edilen resmi bilgilerdir. Şöyle ki, Çalışma Bakanlığı Erzurum Bölge Müdürlüğü'nün "Erzurum Bölgesi Kasım-1991 Ayı Sonu İtibariyle Faal İşyerleri ve İşçi Sayıları Cetveli"ne göre, Erzurum'da 18.360'ı kamu ve 7.560'ı özel işyerlerinde çalışanlar olmak üzere toplam 25.920 (yaklaşık 26.000) işçi çalışmaktadır. İş ve İşçi Bulma Kurumu Bölge Müdürlüğü'nün verilerine göre, 1990 yılı itibariyle Erzurum'da 11.010 memur bulunmaktadır. Erzurum Esnaf ve sanatkârlar Dernekleri Birliği'nin kayıtlarına göre, ilde 21.064 esnaf ve sanatkâr, serbest meslek sahiplerinin ilgili odalarından alınan bilgiye göre, 422 serbest meslek sahibi ve Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı 5.156 tüccar vardır. Ayrıca, merkez ilçeye bağlı köylerin nüfusu köy ve bucaklardaki ortalama hanehalkı büyüklüğüne (6.99)⁽⁵²⁾ bölünmek suretiyle merkez ilçedeki çiftçi hanehalkı reislerinin sayısı 3.951 (27.615 : 6.99) olarak bulunmuştur. Buna göre, çalışanların sayısı toplam 67.603 olup araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır.

Araştırmada nihai örnek birimi hanehalkıdır. Hanehalkı itibariyle de araştırmanın kapsamını şöyle ifade edebiliriz. Erzurum Belediyesi'nin yapmış olduğu tesbit sonucuna göre, Eylül-1991 tarihi itibariyle belediye sınırları içindeki konut sayısı 51.577'dir. Buna merkez ilçeye bağlı bucak ve köylerdeki konutları da eklersek merkez ilçedeki konut sayısı yaklaşık 55.000'dir. Her konutta bir hanehalkının barındığını kabul etmek suretiyle araştırmanın 55.000 hanehalkını kapsadığını söyleyebiliriz. Bu aynı zamanda anakütleyi oluşturmaktadır.

B. Verilerin Toplanması ve İşlenmesi

Ekonometrik modellerde parametrelerin tahmin edilebilmesi için modelde yer alan değişkenlere ait verilerin bulunması gerekir. Veriler, incelenen konu ile ilgili sayısal olarak ifade edilmiş gerçeklerdir.

Ekonometri'de veriler, kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki türdür. Kalitatif veriler var veya yok, oldu veya olmadı, zararlı veya zararsız gibi durumları temsil etmekte olup kukla (gölge) değişkenlerle ifade edilirler⁽⁵³⁾. Kantitatif

(52) T.C. Başbakanlık D.İ.E.: 20.10.1985 Genel Nüfus Sayımı Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri, Ankara: D.İ.E. Matbaası, Nisan-1989.

(53) Sacit Ertaş, Çözümlü Ekonometri Problemleri ve Teorik Notlar, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi, 1990, s. 8.

veriler de zaman dizisi (time series), yatay kesit (cross-section) ve karma veriler olmak üzere 3 grupta toplanırlar.

Zaman dizisi verileri, ekonometrik modelde yer alan değişkenlerin belli bir zaman boyutu içerisindeki değişmelerinin sayısal ifadesidir. Yatay kesit verileri, ana kitlenin üyeleri hakkında aynı zaman noktasında toplanan ve sınıflanan bilgilerin sayısal ifadesidir. Karma veri ise zaman dizisi verileri ile yatay kesit verilerinin aynı modelde birleştirilmesi sonucu ortaya çıkan bir veri türüdür.

Bu veri türlerini basit bir tüketim fonksiyonu üzerinde şöyle gösterebiliriz.

Zaman dizisi verileri,

$$C_t = a + b Y_t$$

C_t : t dönemindeki tüketim ve

Y_t : t dönemindeki gelirdir.

Yatay kesit verileri,

$$C_i = a + b Y_i$$

C_i : i'nci tüketicinin tüketimi ve

Y_i : i'nci tüketicinin geliridir.

Karma veri,

$$C_{it} = a + b Y_{it}$$

C_{it} : i'nci tüketicinin t dönemindeki tüketimi ve

Y_{it} : i'nci tüketicinin t dönemindeki geliridir.

Veri elde etme yollarından biri de anket (survey) yöntemidir. Tüketim harcamaları konusunda Türkiye'de yapılan ilk tüketim harcamaları (aile bütçesi) anketi 1933 yılında Ticaret Bakanlığı Konjonktür Yayın Müdürlüğü tarafından Ankara'da memur, İstanbul'da işçi ailelerini kapsayacak şekilde gerçekleştirilen "Aile Bütçeleri Anketleri"dir. Bu tarihten sonra bir çok çalışma yapılmışsa da bunlar şehirler bazında kalmıştır. Ancak, bölge, nüfus tabakaları ve kırsal kent ayrımında gelir ve tüketim farklılaşmasını belirlemek üzere Türkiye genelini kapsayan ilk anket Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (D.İ.E.) 1987 yılında gerçekleştirdiği "Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi"dir. Bu tarihten itibaren her 5 yılda bir bu çalışmayı tekrar etmeyi planlayan D.İ.E., 1992 yılında uygulamaya hazırladığı bu çalışmayı hükümet değişikliği sonucunda alınan tasarruf tedbirleri nedeniyle daha sonraki bir tarihe ertelemiştir.

Bu konuda Erzurum'da yapılan ilk çalışma, D.İ.E. tarafından haziran-1967 ile

mayıs-1968 tarihleri arasında yapılmıştır. Daha sonra yine D.İ.E., 1978-1979 ve 1987 yıllarında geçinme indeksi hazırlamak amacıyla tüketim harcamaları anketi uygulanmıştır. Ayrıca, D.İ.E.'nin dışında Atatürk Üniversitesi öğretim elemanları tarafından 1986 ve 1989 yıllarında ferdi olarak gerçekleştirilmiş benzer çalışmalar vardır⁽⁵⁴⁾.

Daha önceki çalışmalarda olduğu gibi, bu çalışmada da gerek analizlerin gerekse belirlenen modellerin tahmin edilebilmesi için gerekli olan yatay kesit verilerinin elde edilmesi için tüketim harcamaları (aile bütçesi) anketi uygulanmıştır.

Anket Erzurum merkez ilçe sınırları içinde yaşayan T.C. uyruklu tüm hanhalklarını ve fertleri kapsamaktadır. Ancak okul, yurt, otel, çocuk yuvası, huzur evi, hastahane ve hapishanede bulunanlar ile kışla ve ordu evlerinde ikamet edenler anket kapsamı dışında tutulmuşlardır.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, nihai örnek birimi hanhalkıdır. Dolayısıyla, merkez ilçede yaşayan yaklaşık 55.000 hanhalkı anakütleyi oluşturmaktadır. Bu anakütleden % 5 önem seviyesinde ve % 5 hata payı ($p-P=0.05$) ile minimum örnek büyüklüğünün 397 olarak tesbit edilmesine rağmen örnek büyüklüğü 400 alınmıştır⁽⁵⁵⁾. 1987 yılında D.İ.E.'nin uyguladığı ankette örnekleme oranı kırdı 0.002 ve kentte 0.003'dür⁽⁵⁶⁾. Bu çalışmada ise örnek büyüklüğü anakütleyi 0.007 oranında temsil etmektedir.

Örnek büyüklüğü olarak tesbit edilen 400 hanhalkına 1 ocak 1991-31 aralık 1991 tarihleri arasında yaptıkları tüketim harcamalarını tesbit etmek amacıyla 1 şubat -15 mart 1992 tarihleri arasında "Hanhalkı Tüketim Harcamaları Anketi" uygulandı.

Anket uygulanacak örnek hanhalklarının seçimi, 2 kriter göz önünde bulundurularak gerçekleştirildi.

(54) Erzurum için ferdi olarak gerçekleştirilen çalışmalar şunlardır:

- Recep Kök, Engel Kanunu'nun Erzurum Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1986.
- M. Dursun Kaya, Tüketici Fiyatları İndeksi ve Erzurum'da Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1989.

(55) Toro Yamane, Statistics; An Introductory Analysis, New York: Harper and Row, 1967, s.886.

(56) T.C. Başbakanlık D.İ.E., 1987 Hanhalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları; Tüketim Harcamaları, Ankara: D.İ.E. Matbaası, Ekim-1990, s. XXII.

1. 1987 yılında D.İ.E.'nün uyguladığı anketin hazırlık aşamasında Türkiye genelinde olduğu gibi Erzurum'da da belediye ve D.İ.E. Bölge Müdürlüğü işbirliği yaparak ildeki 66 mahallenin sosyo-ekonomik durumlarına göre güncel tabakalamasını yapmıştır. Buna göre, mahallelerin 25'i zengin, 23'ü orta ve 18'i de fakir mahalle grubunda yer almıştır. Her mahalledeki hanehalklarının toplam içindeki nisbetine göre anket uygulanacak hanehalkları sayısı belirlenmiştir. Bunu, Erzurum Belediyesi Fen İşleri Müdürlüğü Numarataj ve Trafik Servisi'nin yapmış olduğu çalışmadan elde edilen verilerin derlenmesi suretiyle hazırlanmış olan Tablo:4 yardımıyla gösterebiliriz.

Tablo: 4

Mahalle Tabakalaması Esasına Göre Örnek Hanehalkı Sayısı

Mahalle ve Köyler	Hanehalkı		Nüfus		Ör. Hanehalkı	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Zengin Mahalle	24.788	48	123.074	47	193	48
Orta Mahalle	10.812	21	52.126	20	84	21
Fakir Mahalle	11.457	23	58.775	22	92	23
Köyler	3.951*	8	27.615	11	31	8
Toplam	51.008	100	261.590	100	400	100

* Bu rakam nüfus ve hanehalkı büyüklüğü göz önünde bulundurularak hesaplanmıştır.

2. Örnek hanehalklarının seçiminde göz önünde bulundurulanan ikinci kriter meslek grupları tabakalamasıdır. Buna göre, hanehalkı reisleri; işçi, memur, esnaf ve sanatkâr, serbest meslek sahibi ve tüccarlar ve çiftçi olmak üzere 5 meslek grubuna ayrılmıştır. Yine bunda da meslek gruplarında yer alan hanehalklarının toplam içindeki nisbetine göre örnek hanehalkı sayısı belirlenmiştir. Tobla:5 yardımıyla bunu şöyle gösterebiliriz.

Tablo: 5

Meslek Gruplarına Göre Örnek Hanehalkı Sayısı

Meslek Grupları	Ana Kütle		Örnek Kütle	
	Sayı	%	Sayı	%
İşçi	26.000	39	154	39
Memur	11.010	16	65	16
Esnaf ve Sanat.	21.064	31	125	31
Ser. Mes. Sah. Tüç.	5.578	8	33	8
Çiftçi	3.951	6	23	6
Toplam	67.603	100	400	100

Bu çalışmada, ikinci kriter esas alınmasına rağmen birinci kriter de göz önünde bulundurulmuştur. Şöyle ki, 154 işçi, 65 memur, 125 esnaf ve sanatkâr, 33 serbest meslek sahibi ve tüccar, 23 çiftçi hanehalkına anket uygulanmasına karşılık anketlerin mahalleler itibariyle de uygun bir biçimde dağılmasına özen gösterilmiştir. Sonuçta, zengin mahallelere 240, orta mahallelere 71, fakir mahallelere 66 ve köylere de 23 anket uygulanmıştır. Bu rakamlar Tablo 4'deki rakamları tam olarak tutmasa da onlara yakın rakamlardır. Dolayısıyla, araştırmaya konu olan hanehalklarının yaklaşık % 39'u işçi, % 16'sı memur, % 31'i esnaf ve sanatkâr, % 8'i serbest meslek sahibi ve tüccar, % 6'sı çiftçidir. Kısaca, tüketici hanehalklarının % 55'i ücretlilerden % 45'i de ücret dışı gelirlilerden oluşmaktadır.

İstanbul Ticaret Odası'nın yayınlamış olduğu tüketici fiyat indeksi rakamlarının yer aldığı madde gruplarından yararlanılarak geliştirilen ve örnek hanehalklarına uygulanan "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi", tanıtım, harcamalar ve tasarruflar olmak üzere 3 kısımdan oluşmaktadır. Tanıtım kısmında hanehalkı reisinin; mesleği, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, geliri, bağlı olduğu sosyal güvenlik kurumu, bakmakla yükümlü oldukları kişi sayısı, hanede yer alan işsiz sayısı ve sahip olunan dayanıklı tüketim malları gibi gerek hanehalkının ve gerekse hanehalkı reisinin özelliklerinin tesbitine çalışılmıştır. Harcamalar kısmında, tüketicilerin harcamada bulundukları mal grupları; gıda maddeleri (zaruri ve keyfi maddeler), ısıtma ve aydınlatma maddeleri, giyim ve ev eşyası, kira ve ev bakımı ve müteferrik (temizlik ve sağlık, kültür-eğitim ve eğlence, ulaşım ve haberleşme, diğer masraflar) olmak üzere 5 ana gruba ve bunlar da kendi içlerinde çok sayıda tali gruba ayrılmıştır. Bu kısımda,

tüketicilerin 1991 yılı içinde bu mal gruplarına yaptıkları harcamalar aylık veya yıllık olarak belirlenmiştir. Tasarruf kısmında ise hanehalkı reisinin herhangi bir yapı kooperatifine üyelik durumu ile anket döneminde tasarruf yapıp yapmadığı tesbit edilmiş ve gelirlerinde bir değişiklik olduğu taktirde tüketicilerin harcama kalıplarında ne gibi değişiklikler yaptıkları belirlenmiştir.

Anket formlarının anketörler tarafından doldurulması sırasında araştırmamanın amacı tüketicilere açık bir şekilde anlatılarak mümkün olduğu kadar sağlıklı bilgiler toplanmaya çalışılmıştır. Bununla beraber, ankette yer alan bazı soruların cevaplandırılmasında tüketicilerin çeşitli nedenlerle kesin rakamlar verememelerinden kaynaklanan röleve hatalarının minimuma indirilmesi için bazı istatistiki düzeltmelerin yapılması zorunlu olmuştur.

Anket formları vasıtasıyla toplanan veriler özet tablolar haline dönüştürülürken mutlak değerlerin yanısıra nisbi değerlere de yer verilmiştir. Özet tablolar halinde düzenlenen veriler daha sonra bilgisayara yüklenecek şekilde kodlanmıştır.

C. Araştırmada Kullanılan Yöntemler

Erzurum ili belediye sınırları içerisindeki 400 hanehalkına uygulanan "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi"nden elde edilen veriler önce kodlama yöntemiyle gruplar itibariyle sınıflandırıldı. Daha sonra sınıflandırılan bu veriler, indeks ağırlıklarını elde edebilmek, tüketim harcamaları teorilerini ifade eden ekonometrik modelleri tahmin edebilmek ve bazı istatistiki sonuçları alabilmek amacıyla VM/SP (Virtual Machine / System Product) işletim sistemi ile çalışan IBM 4331 bilgisayarına yüklenmiştir. Bu bilgisayar vasıtasıyla tüketicilerin iktisadi ve demografik özelliklerine göre tüketim gruplarına yaptıkları harcamalar gerek mutlak ve gerekse nisbi olarak elde edilmiş, tüketim gruplarına göre ağırlıklar bulunmuş, grupların ortalamalar arası farklılık testi analizi yapılmış, Erzurum'daki toplam gelir hesaplanmış, daha önce Erzurum için elde edilmiş tüketici fiyat indeksi ağırlıkları karşılaştırılmış ve nihayet ele alınan ekonometrik modeller tahmin edilmiştir.

Tüketici fiyatları indeksi ağırlığı hesaplanırken Laspeyres fiyat indeksi formülünden hareket edilerek, i'nci madde için ağırlıklar

$$A_i = \frac{P_{oi} Q_{oi}}{\sum P_{oi} Q_{oi}}$$

formülü yardımıyla tesbit edilmiştir.

Tüketim gruplarına yapılan ortalama harcama tutarları arasında, tüketim grupları itibariyle anlamlı bir farkın olup olmadığı da "Ortalamalar Arası Fark İçin Hipotez Testleri" ile belirlenmiş ve

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2} S^2}}$$

formülü uygulanmıştır. t dağılımındaki iki grubun varyanslarının (S^2) birleştirilmesi de

$$S^2 = \frac{(n-1) S_1^2 + (n-2) S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

vasıtasıyla "Grupların Mukayesesi" testi uygulanmak suretiyle hesaplanmıştır.

Ayrıca tahmin edilen ekonometrik modellerin test edilmesinde t, F, R² (determinasyon (belirginlik) katsayısı) ve d (Durbin-Watson) testinden yararlanılarak sistematik olmayan yöntem ile değişen varyans durumu incelenmiştir.

II. ANALİZLER

Daha önce de belirtildiği gibi, tüketim harcamaları, gelirin yanı sıra diğer bir çok değişken tarafından etkilenmektedir. Ancak, bütün bu değişkenlerin ekonometrik modellere dahil edilmesi çok sayıda problemi de beraberinde getirmektedir. Bu problemlerin ortaya çıkmasını engellemek amacıyla bu çalışmada, sadece gelir ekonometrik modellere dahil edilmiş ve diğer değişkenlerin tüketim üzerindeki etkilerini göstermek amacıyla da tüketiciler demografik özelliklerine göre farklı 5 gruba ayrılmak suretiyle analizler yapılmıştır. Buna göre, tüketiciler; gelir, eğitim, meslek, yaş ve medeni hallerine göre 5 gruba ayrılmıştır.

A. Gelir Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları

1991 yılı için Erzurum belediye il sınırları içinde gerçekleştirilen "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi" kapsamına giren 400 hanehalkı reisi, gelir düzeylerine göre beş gruba ayrılmıştır.

- 0 - 1.500.000 TL gelir grubu
- 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubu
- 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubu
- 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubu
- 6.000.001 TL + gelir grubu

1. Tüketicilerin Genel Özellikleri

Tablo: 6'da gelir grupları itibariyle tüketicilerin (hanehalkı reislerinin) genel özellikleri ortaya konulmuştur.

Tablo: 6

Gelir Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri

Gelir Grupları		0 1.500.000 TL		1.500.001 3.000.000 TL		3.000.001 4.500.000 TL		4.500.001 6.000.000 TL		6.000.001 TL +	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Özellikler	Mevki										
	Evli	73	93.59	140	93.96	79	91.86	29	78.38	48	96.00
	Bekâr	5	6.41	9	6.04	7	8.14	8	21.62	2	4.00
Eğitim Dur.	İlköğr.	46	58.97	54	36.24	36	41.86	7	18.92	11	22.00
	Ortaöğr.	25	32.05	76	51.01	30	34.88	19	51.35	20	40.00
	Yükseköğr.	7	8.97	19	12.75	20	23.26	11	29.73	19	38.00
Barınma Durumu	Ev Sahibi	48	61.54	85	57.05	43	50.00	22	59.46	37	74.00
	Kiraçı	30	38.46	62	41.61	38	44.19	12	32.43	10	20.00
	Lojman	-	-	2	1.34	5	5.81	3	8.11	3	6.00
Sos. Güv. Dur.	Emekli San.	20	25.64	20	13.42	16	18.60	6	16.22	7	14.00
	SSK	18	23.08	86	57.72	54	62.79	17	45.95	12	24.00
	Bağ-kur	20	25.64	37	24.83	12	13.95	12	32.43	29	58.00
	Bağlı Değil	20	25.64	6	4.03	4	4.65	2	5.41	2	4.00
	Koop. Üye	5	6.41	17	11.41	21	24.42	13	35.14	14	28.00
	Tasarruf	3	3.85	9	6.04	13	15.12	11	29.73	31	62.00
Meslek Grupları	İşçi	15	19.23	74	49.66	51	59.30	9	24.32	5	10.00
	Memur	20	25.64	20	13.42	15	17.44	5	13.51	5	10.00
	Esnaf ve Sanatkâr	27	34.62	50	33.56	15	17.44	17	45.95	16	32.00
	Ser. Mes. Sah. Tüç.	-	-	2	1.34	4	4.65	5	13.51	22	44.00
	Çiftçi	16	20.51	3	2.01	1	1.16	1	2.70	2	4.00
Yaş Grupları	12-25	4	5.12	4	2.68	7	8.15	5	13.51	-	-
	26-35	35	44.88	61	40.94	38	44.20	15	40.56	16	32.00
	36-45	19	24.34	53	35.57	28	32.56	11	29.72	17	34.00
	46-55	13	16.65	24	16.09	8	9.29	5	13.51	11	22.00
	56 +	7	8.96	7	4.69	5	5.82	1	2.70	6	12.00
Geçindirilen Fert Sayısı	1-2	3	3.85	4	2.68	6	6.97	4	10.81	1	2.00
	3-5	40	51.27	78	52.35	41	47.67	18	48.65	31	62.00
	6-8	24	30.76	51	34.22	28	32.55	10	27.03	11	22.00
	9 +	11	14.10	16	10.73	11	12.78	5	13.51	7	14.00

a. 0 - 1.5000.000 TL Gelir Grubu

Ankete giren 400 tüketiciden 78'inin (% 19.50) yer aldığı bu grupta toplam fert sayısı 428 (% 19.06) ve işsiz sayısı 26'dır. Gruptaki işsizlik oranının % 6.07 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 18.06'sı bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 1.250.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 1.282.000 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 1.500.000 TL'dir.

0 - 1.500.000 TL gelir grubunda yer alan 78 hanehalkı reisinin 73'ü (% 93.59) evli ve geri kalan 5'i (% 6.41) ise bekârdır.

46 (% 58.97) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 25'i (% 32.05) ortaöğretim mezunu ve 7'si (% 8.97) ise yükseköğretim mezunudur.

Hanehalkı reislerinden 48'i (% 61.54) ev sahibi iken 30'u (% 38.46) kiracı olarak ikamet etmektedir. Buna karşılık, bu grupta lojmanda ikamet eden hanehalkı reisi bulunmamaktadır.

15'i (% 19.23) işçi, 20'si (% 25.64) memur, 27'si (% 34.62) esnaf ve sanatkâr ve 16'sı (% 20.51) çiftçi olan bu gelir grubundaki hanehalkı reislerinin 20'si (% 25.64) Emekli Sandığı'na, 18'i (% 23.08) Sosyal Sigortalar Kurumu'na (S.S.K.), 20'si (% 25.64) Bağ-kur'a bağlıdır. Ayrıca, serbest meslek sahibi ve tüccarların bulunmadığı bu gelir grubundaki hanehalkı reislerinden 20'si (% 25.64) ise herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 4'ü (% 5.12) 12-25, 35'i (% 44.88) 26-35, 19'u (% 24.34) 36-45, 13'ü (% 16.65) 46-55 ve 7'si (% 8.96) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 3'ü (% 3.85) 1-2, 40'ı (% 51.27) 3-5, 24'ü (% 30.76) 6-8 ve 11'i (% 14.10) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinden 5'i (% 6.41) herhangi bir yapı kooperatifine üye iken 73'ü (% 93.59) herhangi bir yapı kooperatifine üye değildir. Ayrıca, 3 (% 3.85) hanehalkı reisinin tasarruf yapabilmesine karşılık 75'i (% 96.15) yapamamaktadır.

b. 1.500.001 - 3.000.000 TL Gelir Grubu

149 (% 37.25) hanehalkı reisinin yer aldığı bu grupta toplam fert sayısı 841 (% 37.44) ve işsiz sayısı 62'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 7.37 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 43.06'sı bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.346.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.228.468 TL olduğu grupta en düşük aylık

gelir 1.510.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 3.000.000 TL'dir.

140'ı (% 93.96) evli ve 9'u (% 6.04) da bekâr olan 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundaki 149 hanehalkı reisinin 54'ü (% 36.24) ilköğretim mezunu, 76'sı (% 51.01) ortaöğretim mezunu ve diğer 19'u (% 12.75) da yükseköğretim mezunudur.

Hanehalkı reislerinden 85'i (% 57.05) ev sahibi olarak, 62'si (% 41.61) kiracı olarak ikamet etmekte iken 2'si (% 1.34) lojmanda ikamet etmektedir.

74'ü (% 49.66) işçi, 20'si (% 13.42) memur, 50'si (% 33.57) esnaf ve sanatkâr, 2'si (% 1.34) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 3'ü (% 2.01) çiftçi olan bu gelir grubundaki hanehalkı reislerinin 20'si (% 13.42) Emekli Sandığı'na, 86'sı (% 57.72) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 37'si (% 24.83) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 6'sı (% 4.03) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 4'ü (% 2.68) 12-25, 61'i (% 40.94) 26-35, 53'ü (% 35.57) 36-45, 24'ü (% 16.09) 46-55 ve 7'si (% 4.69) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 4'ü (% 2.68) 1-2, 78'i (% 52.35) 3-5, 51'i (% 34.22) 6-8 ve 16'sı (% 10.73) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinden 17'si (% 11.41) bir yapı kooperatifine üye iken 132'si (% 88.59) herhangi bir yapı kooperatife üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 9'unun (% 6.04) tasarruf yapabilmesine karşılık 140'ı (% 93.96) yapamamaktadır.

c. 3.000.001 - 4.500.000 TL Gelir Grubu

86 (% 21.50) hanehalkı reisinin yer aldığı bu grupta toplam fert sayısı 481 (% 21.42) ve işsiz sayısı 35'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 7.28 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 24.31'i bu grupta bulunmaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.595.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 3.132.150 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 3.030.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 4.500.000 TL'dir.

79'u (% 91.86) evli ve 7'si (% 8.14) bekâr olan 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki 86 hanehalkı reisinin 36'sı (% 41.86) ilköğretim mezunu, 30'u (% 34.88) ortaöğretim mezunu ve 20'si (% 23.26) de yükseköğretim mezunudur.

Hanehalkı reislerinden 43'ü (% 50.00) ev sahibi olarak, 38'i (% 44.19) kiracı olarak ikamet etmekte iken 5'i (% 5.81) lojmanda ikamet etmektedir.

5'i (% 59.30) işçi, 15'i (% 17.44) memur, 15'i (% 17.44) esnaf ve sanatkâr, 4'ü (% 4.65) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 1'i (% 1.16) çiftçi olan bu gelir

grubundaki hanehalkı reislerinin 16'sı (% 18.60) Emekli Sandığı'na, 54'ü (% 62.79) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 12'si (% 13.95) Bağ-kur'a bağlı olmasına rağmen 4'ü (% 4.65) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 7'si (% 8.15) 12-25, 38'i (% 44.20) 26-35, 28'i (% 32.56) 36-45, 8'i (% 9.29) 46-55 ve 5'i (% 5.82) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 6'sı (% 6.97) 1-2, 41'i (% 47.64) 3-5, 28'i (% 32.55) 6-8 ve 11'i (% 12.78) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinden 21'i (% 24.42) bir yapı kooperatifine üye iken 65'i (% 75.58) herhangi bir yapı kooperatifine üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 13'ünün (% 15.12) tasarruf yapabilmesine karşılık 73'ü (% 84.88) yapamamaktadır.

d. 4.500.001 - 6.000.000 TL Gelir Grubu

37 (% 9.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 211 (% 9.39) ve işsiz sayısı 13'dür. Gruptaki işsizlik oranının % 6.16 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 9.03'ü bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 5.222.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 3.824.820 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 4.600.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 6.000.000 TL'dir.

29'u (% 78.38) evli ve 8'i (% 21.62) bekâr olan 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki 37 hanehalkı reisinden 7'si (% 18.92) ilköğretim , 19'u (% 51.35) ortaöğretim ve 11'i (% 29.73) yükseköğretim mezunu olup 22'si (% 59.46) ev sahibi olarak, 12'si (% 32.43) kiracı olarak ikamet ederken 3'ü (% 8.11) lojmanda ikamet etmektedir.

9'u (% 24.32) işçi, 5'i (% 13.51) memur, 17'si (% 45.95) esnaf ve sanatkâr, 5'i (% 13.51) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 1'i (% 2.70) çiftçi olan bu gelir grubundaki hanehalkı reislerinin 6'sı (% 16.22) Emekli Sandığı'na, 17'si (% 45.95) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 12'si (% 32.43) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 2'si (% 5.41) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 5'i (% 13.51) 12-25, 15'i (% 40.56) 26-35, 11'i (% 29.72) 36-45, 5'i (% 13.51) 46-55 ve 1'i (% 2.70) de 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 4'ü (% 10.81) 1-2, 18'i (% 48.65) 3-5, 10'u (% 27.03) 6-8 ve 5'i (% 13.51) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinden 13'ü (% 35.14) bir yapı kooperatifine üye iken 24'ü (% 64.86) herhangi bir yapı kooperatifine üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 11'inin (% 29.73) tasarruf yapabilmesine karşılık 26'sı (% 70.27) yapamamaktadır.

e. 6.000.001 TL + Gelir Grubu

50 (% 12.50) hanehalkı reisinin yer aldığı bu grupta toplam fert sayısı 285 (% 12.69) ve işsiz sayısı 8'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 2.81 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 5.56'sı bu grupta bulunmaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 8.533.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 4.985.220 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 6.200.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir.

48'i (% 96.00) evli ve geri kalan 2'si (% 4.00) bekâr olan 6.000.001 TL + gelir grubundaki 50 hanehalkı reisinin 11'i (% 22.00) ilköğretim, 20'si (% 40.00) ortaöğretim ve 19'u (% 38.00) da yükseköğretim mezunu olup 37'si (% 74.00) ev sahibi olarak, 10'u (% 20.00) kiracı olarak ikamet ederken 3'ü (% 6.00) de lojmanda ikamet etmektedir.

5'i (% 10.00) işçi, 5'i (% 10.00) memur, 16'sı (% 32.00) esnaf ve sanatkâr, 22'si (% 44.00) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 2'si (%4.00) çiftçi olan bu gelir grubundaki hanehalkı reislerinin 7'si (% 14.00) Emekli Sandığı'na, 12'si (% 24.00) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 29'u (% 58.00) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 2'si (% 4.00) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 12-25 yaş grubunda tüketici yer almamaktadır. Buna rağmen gruptaki hanehalkı reislerinin 16'sı (% 32.00) 26-35, 17'si (% 34.00) 36-45, 11'i (% 22.00) 46-55 ve 6'sı (% 12.00) da 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 1'i (% 2.00) 1-2, 31'i (% 62.00) 3-5, 11'i (% 22.00) 6-8 ve 7'si (% 14.00) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlüdürler.

Hanehalkı reislerinden 14'ü (% 28.00) bir yapı kooperatifine üye iken 36'sı (% 72.00) herhangi bir yapı kooperatifine üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 31'inin (% 62.00) tasarruf yapabilmesine karşılık 19'u (% 38.00) yapamamaktadır.

2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Daha önce de ifade edildiği gibi, bu çalışmada toplam tüketim harcamaları; zaruri

maddelere, keyfi maddelere, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, giyime, ev eşyasına, kira ve ev bakımına, temizlik ve sağlığa, kültür-eğitim ve eğlenceye, ulaşım ve haberleşmeye yapılan harcamaların yanısıra diğer harcamalar olmak üzere 10 grupta ele alınmıştır. Burada, gelir grupları itibariyle tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinden söz konusu tüketim gruplarına yapmış oldukları harcamalar gerek mutlak ve gerekse nisbi olarak ortaya konulmuştur.

Nisbi değerlendirmede, tüketim gruplarına yapılan aylık ortalama harcamalar aylık ortalama gelire oranlandığından söz konusu tüketim gruplarına ait nisbetlerin toplamı % 100'ü aşabilmektedir. Bu, tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinden daha fazla miktarda tüketim harcamalarında bulunduklarını gösterir. Bu durumda tüketiciler, ya borçlanmakta ya eski tasarruflarını eritmekte veyahut da ek bir işte çalışmaktadırlar.

Gelir grupları itibariyle gelirin tüketim gruplarına göre dağılımı Tablo: 7 yardımıyla şöyle açıklanabilir.

Tablo: 7

Gelir Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (TL, %)

Gelir Grupları Tüketim Grupları		0 1.500.000 TL		1.500.001 3.000.000 TL		3.000.001 4.500.000 TL		4.500.001 6.000.000 TL		6.000.001 TL +	
		Değer	%	Değer	%	Değer	%	Değer	%	Değer	%
Ay. Ort. Gelir TL		1.250.000	102.57	2.346.000	94.99	3.595.000	87.13	5.222.000	73.24	8.533.000	58.42
Ay.Ort.Tüketim TL		1.282.091		2.228.468		3.132.150		3.824.820		4.985.220	
Gıda Maddeleri	Zaruri Maddeler	520.310	41.62	691.600	29.48	885.920	24.64	1.057.100	20.24	1.282.600	15.03
	Keyfi Maddeler	92.264	7.38	144.320	6.15	201.350	5.60	263.190	5.04	281.390	3.30
Isıtma ve Aydınlatma Maddeleri		193.890	15.51	274.330	11.69	289.860	8.06	323.740	6.20	396.910	4.65
Giyim ve Ev Eşyası	Giyim	92.442	7.39	221.900	9.46	321.850	8.95	397.330	7.61	532.060	6.24
	Ev Eşyası	68.230	5.46	208.880	8.90	297.630	8.28	290.170	5.56	472.670	5.54
Kira ve Ev Bakımı		90.032	7.20	160.690	6.85	232.540	6.47	257.100	4.92	314.610	3.69
Müteferrik	Temizlik ve Sağlık	103.280	8.26	161.440	6.88	214.280	5.96	294.210	5.63	320.490	3.76
	Kültür-Eğitim ve Eğlence	29.396	2.35	74.412	3.17	125.900	3.50	137.330	2.63	153.400	1.80
	Ulaşım ve Haberleşme	68.579	5.49	211.230	9.00	404.070	11.24	612.230	11.72	938.350	11.00
	Diğer Harcamalar	23.600	1.89	79.666	3.40	158.750	4.42	192.420	3.68	292.740	3.43

0 - 1.500.000 TL gelir grubunda yer alan 78 tüketici, 1.250.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 520.310 TL'sini (% 41.62) zaruri maddelere, 92.264 TL'sini (% 7.38) keyfi maddelere, 193.890 TL'sini (% 15.51) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 92.442 TL'sini (% 7.39) giyime, 68.230 TL'sini (% 5.46) ev eşyasına, 90.032 TL'sini (% 7.20) kira ve ev bakımına, 103.280 TL'sini (% 8.26) temizlik ve sağlığa, 29.396 TL'sini (% 2.35) kültür-eğitim ve eğlenceye, 68.579 TL'sini (% 5.49) ulaşım ve haberleşmeye ve 23.600 TL'sini (% 1.89) de diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar. Gruptaki tüketicilerin toplam aylık ortalama tüketimi 1.282.000 TL'dir. Buna göre, söz konusu tüketiciler aylık ortalama gelirlerinin % 2.57'si kadar daha fazla tüketmektedirler. 1988 yılından itibaren Türkiye'de başlayan tüketici kredileri uygulaması, tüketicilerin -özellikle işçi ve memurların- gelirlerinden fazla tüketmelerinde önemli bir etkiye sahiptir.

1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundaki 149 tüketici ise 2.346.000 TL olan

aylık ortalama gelirlerinden 691.600 TL (% 29.48) zaruri maddelere, 144.320 TL (% 6.15) keyfi maddelere, 274.330 TL (% 11.69) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 221.900 TL (% 9.46) giyime, 208.880 TL (% 8.90) ev eşyasına, 160.690 TL (% 6.85) kira ve ev bakımına, 161.440 TL (% 6.88) temizlik ve sağlığa, 74.412 TL (% 3.17) kültür-eğitim ve eğlenceye, 211.230 TL (% 9.00) ulaşım ve haberleşmeye ve 79.666 TL (% 3.40) de diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar. Buna göre, bu gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 94.99'unu (2.228.468 TL) harcamakta ve geri kalan % 5.01'ini (117.532 TL) ise tasarruf etmektedirler.

Aylık ortalama geliri 3.595.000 TL olan 86 tüketicinin yer aldığı 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubunda, gelirin 885.920 TL'si (% 24.64) zaruri, 201.350 TL'si (% 5.60) keyfi, 289.860 TL'si (% 8.06) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 321.850 TL'si (% 8.95) giyime, 297.630 TL'si (% 8.28) ev eşyasına, 232.540 TL'si (% 6.47) kira ve ev bakımına, 214.280 TL'si (% 5.96) temizlik ve sağlığa, 125.900 TL'si (% 3.50) kültür-eğitim ve eğlenceye, 404.070 TL'si (% 11.24) ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan 158.750 TL'si (% 4.42) de diğer mal ve hizmetlere harcanmaktadır. Bu gruptaki tüketiciler, gelirlerinin % 87.13'ünü (3.132.150 TL) tüketime ayırırken % 12.87'sini (462.850 TL) tasarruf etmektedirler.

4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki 37 tüketici, 5.222.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinden 1.057.100 TL (% 20.24) zaruri, 263.190 TL (% 5.04) keyfi, 323.740 TL (% 6.20) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 397.330 TL (% 7.61) giyime, 290.170 TL (% 5.56) ev eşyasına, 257.100 TL (% 4.92) kira ve ev bakımına, 294.210 TL (% 5.63) temizlik ve sağlığa, 137.330 TL (% 2.63) kültür-eğitim ve eğlenceye, 612.230 TL (% 11.72) ulaşım ve haberleşmeye ve 192.420 TL (% 3.68) diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar. Bu gruptaki tüketiciler ise gelirlerinin % 73.24'ünü (3.824.820 TL) tüketime harcarken % 26.76'sını (1.397.180 TL) tasarrufa ayırmaktadırlar.

8.533.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 1.282.600 TL'sini (% 15.03) zaruri, 281.390 TL'sini (% 3.30) keyfi, 396.910 TL'sini (% 4.65) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 532.060 TL'sini (% 6.24) giyime, 472.670 TL'sini (% 5.54) ev eşyasına, 314.610 TL'sini (% 3.69) kira ve ev bakımına, 320.490 TL'sini (% 3.76) temizlik ve sağlığa, 153.400 TL'sini (% 1.80) kültür-eğitim ve eğlenceye, 938.350 TL'sini (% 11.00) ulaşım ve haberleşmeye ve 292.740 TL'sini (% 3.43) de diğer mal ve hizmetlere harcayan 6.000.001 TL + gelir grubundaki 50 tüketici, gelirlerinin % 58.42'sini (4.985.220 TL) tüketirken geri kalan % 41.58'lik (3.547.780 TL) kısmını

tasarruf etmektedir.

Yapılan bu açıklamalardan sonra Tablo: 7 dikkatle incelendiğinde şu sonuçlar çıkarılabilir. Gelir düzeyi yükseldikçe gelirin tüketime ayrılan kısmı giderek azalmaktadır. Yani, gelir düzeyi yükseldikçe, marjinal tüketim eğiliminin azalmasına karşılık marjinal tasarruf eğilimi artmaktadır. Öyle ki, 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler gelirlerinden daha fazla tüketirken (% 102.57), 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler, gelirlerinin ancak % 58.42'sini tüketmektedirler. Ayrıca, Engel Kanununda ifade edildiği gibi; yüksek gelirli tüketiciler, düşük gelirliye nazaran gıda maddelerine miktar olarak daha çok fakat nisbi olarak daha az harcamada bulunurlar. Tablo:7'de de görüldüğü gibi, 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler, gelirlerinin miktar olarak 612.574 TL'lik kısmını, nisbi olarak da % 49'unu gıda maddelerine harcarken 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler, gelirlerinin ancak 1.563.990 TL'lik kısmını yani % 18.33'ünü gıda maddelerine harcamaktadırlar. Bu durum, Engel Kanununun Erzurum'daki tüketiciler için de geçerli olduğunu göstermektedir.

3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Gelirin tüketim gruplarına göre dağılımı incelenirken gelir grupları itibariyle tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinden tüketim gruplarına yapmış oldukları harcamalar, gerek mutlak ve gerekse nisbi olarak ele alınmış ve tüketim gruplarına yapılan harcamaların gelir içindeki payları belirlenmiştir. Bu bölümde ise, tüketim gruplarına yapılan aylık ortalama harcamalar toplam aylık ortalama harcamaya oranlanmak suretiyle tüketici fiyatları indeksinde yer alan ağırlıklar gelir grupları itibariyle hesaplanmıştır.

Gelir grupları itibariyle ağırlıkların tüketim gruplarına göre dağılımını Tablo: 8 yardımıyla şöyle açıklayabiliriz.

Tablo: 8

Gelir Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (%)

Gelir Grupları Tüketim Grupları	0 - 1.500.000 TL	1.500.001 - 3.000.000 TL	3.000.001 - 4.500.000 TL	4.500.001 - 6.000.000 TL	6.000.001 TL +
Zaruri Maddeler	41.03	31.25	28.35	27.84	26.50
Keyfi Maddeler	7.30	6.52	6.45	6.92	5.54
Isıtma ve Aydın.	15.30	12.60	9.24	8.41	8.27
Giyim	7.03	9.75	10.25	10.48	10.60
Ev Eşyaları	4.68	9.02	9.59	7.41	8.82
Kira ve Ev Bak.	6.82	7.44	7.36	6.82	6.28
Temizlik ve Sağ.	8.33	7.24	6.85	7.72	6.58
Kül.-Eğit.ve Eğ.	2.19	3.36	4.02	3.61	3.07
Ulaşım ve Hab.	5.43	9.35	12.90	15.70	18.60
Diğer Harcama.	1.89	3.46	4.99	5.09	5.73
Genel Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler, aylık harcamalarının % 48.33'ünü gıda maddelerine (% 41.03 zaruri, % 7.30 keyfi maddelere), % 15.30'unu ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 7.03'ünü giyime, % 4.68'ini ev eşyalarına, % 6.82'sini kira ve ev bakımına, % 8.33'ünü temizlik ve sağlığa, % 2.19'unu kültür-eğitim ve eğlenceye, % 5.43'ünü ulaşım ve haberleşmeye, % 1.89'unu da ankette belirtilmemiş olmakla beraber tüketicilerin harcamada bulundukları diğer mal ve hizmetlere dağıtmaktadırlar.

Aylık harcamalarının % 31.25'ini zaruri, % 6.52'sini keyfi, % 12.60'ını ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.75'ini giyime, % 9.02'sini ev eşyalarına, % 7.44'ünü kira ve ev bakımına, % 7.24'ünü temizlik ve sağlığa, % 3.36'sını kültür-eğitim ve eğlenceye, % 9.35'ini ulaşım ve haberleşmeye ayıran 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundaki tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 3.46'lık kısmını da diğer mal ve hizmetlere yönlendirmektedirler.

3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler, aylık harcamalarının

% 28.35'ini zaruri, % 6.45'ini keyfi, % 9.24'ünü ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.25'ini giyime, %9.59'unu ev eşyalarına, % 7.36'sını kira ve ev bakımına, % 6.85'ini temizlik ve sağlığa, % 4.02'sini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 12.90'ını ulaşım ve haberleşmeye ve % 4.99'unu da diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar.

Aylık harcamalarının % 34.76'sını gıda maddelerine (% 27.84'ünü zaruri ve % 6.92'sini keyfi maddelere), % 8.41'ini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.48'ini giyime, % 7.41'ini ev eşyalarına, % 6.82'sini kira ve ev bakımına, % 7.72'sini temizlik ve sağlığa, % 3.61'ini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 15.70'ini ulaşım ve haberleşmeye ayıran 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 5.09'luk kısmını da diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar.

6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler ise, harcamalarının % 26.50'sini zaruri, % 5.54'ünü keyfi, % 8.27'sini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.60'ını giyime, % 8.82'sini ev eşyalarına, % 6.28'ini kira ve ev bakımına, % 6.58'ini temizlik ve sağlığa, % 3.07'sini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 18.60'ını ulaşım ve haberleşmeye ve % 5.73'ünü diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar.

Buna göre, gıda maddeleri ile ısıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan harcamaların toplam harcamalar içindeki payı gelire bağlı olarak değişmekte olup, gelir düzeyi yükseldikçe bu pay giderek azalmaktadır. Buna karşılık, gelir düzeyi yükseldikçe tüketicilerin giyime, ulaşım ve haberleşme ile diğer mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplam harcama içindeki payı giderek artmaktadır.

4. Gelir Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması

Farklı gelir gruplarındaki tüketicilerin yapmış oldukları aylık ortalama harcamalar arasındaki ilişkiler Tablo: 9'da gösterilmiştir.

Tablo: 9
Gelir Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar
Arasındaki İlişkiler(x)

Gelir Grupları	Tüketim Grupları	Zaruri Madde	Keyfi Madde	Isıtma ve Aydınlat.	Giyim	Ev Eşyası	Kira ve Ev Bak.	Temizlik Sağlık	Kül-Eğit. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer
0	X ₁	520.310	92.264	193.890	92.442	68.230	90.032	103.280	29.396	68.579	23.600
1.500.000 TL	S	158.000	57.100	72.200	61.200	134.000	132.000	52.400	39.300	57.000	31.900
1.500.001	X ₂	691.600	144.320	274.330	221.900	208.880	160.690	161.440	74.412	211.230	79.666
3.000.000 TL	S	186.000	78.900	65.900	119.000	262.000	161.000	78.400	56.100	166.000	89.700
3.000.001	X ₃	885.920	201.350	289.860	321.850	297.630	232.540	214.280	125.900	404.070	158.750
4.500.000 TL	S	237.000	99.600	93.500	148.000	321.000	172.000	80.400	85.900	252.000	113.000
4.500.001	X ₄	1.057.100	263.190	323.740	397.330	290.170	257.100	294.210	137.330	612.230	192.420
6.000.000 TL	S	333.000	132.000	115.000	182.000	366.000	212.000	135.000	90.600	423.000	136.000
6.000.001 TL	X ₅	1.282.600	281.390	396.910	532.060	472.670	314.610	320.490	153.400	938.350	292.740
+	S	365.000	165.000	122.000	202.000	421.000	184.000	107.000	76.600	399.000	145.000
$t_{X_1 - X_2}$		-7.29***	-5.69***	-8.21***	-10.82***	-5.35***	-3.55***	-6.65***	-7.04***	-9.48***	-6.85***
$t_{X_1 - X_3}$		-11.73***	-8.70***	-7.39***	-13.20***	-6.08***	-5.98***	-10.57***	-9.39***	-12.01***	-10.68***
$t_{X_1 - X_4}$		-9.32***	-7.53***	-6.32***	-9.94***	-3.58***	-4.41***	-8.33***	-6.94***	-7.79***	-7.48***
$t_{X_1 - X_5}$		-13.96***	-7.82***	-10.64***	-14.95***	-6.58***	-7.48***	-13.36***	-10.59***	-15.30***	-12.89***
$t_{X_2 - X_3}$		-6.54***	-4.55***	-1.36***	-5.35***	-2.18*	-3.16*	-4.90***	-4.98***	-6.35***	-5.58***
$t_{X_2 - X_4}$		-6.43***	-5.24***	-2.52*	-5.58***	-1.27	-2.59*	-5.76***	-4.04***	-5.67***	-4.81***
$t_{X_2 - X_5}$		-10.99***	-5.67***	-6.79***	-10.27***	-4.17*	-5.28***	-9.67***	-6.71***	-12.52***	-9.75***
$t_{X_3 - X_4}$		-2.83**	-2.55*	-1.58	-2.23*	0.11	-0.62	-3.36*	-0.65	-2.79*	-1.33
$t_{X_3 - X_5}$		-6.89***	-3.12**	-5.36***	-6.42***	-2.54*	-2.57*	-6.09***	-1.93	-8.52***	-5.61***
$t_{X_4 - X_5}$		-3.00**	-0.57	-2.86**	-3.26*	-2.16*	-1.32	-0.98	-0.87	-3.64***	-3.31**

* - % 5 Önem Seviyesinde Anlamlı

** - % 1 Önem Seviyesinde Anlamlı

*** - % 0.1 Önem Seviyesinde Anlamlı

(x) Gruplar itibariyle ağırlıkların karşılaştırılması için düzenlenmiş olan tablolarda (Tablo: 9, 13, 17, 21, 25) yer alan X' ler aylık ortalama harcamaları; S'ler standart sapmayı ifade etmektedir.

Tablo: 9'da görüldüğü gibi, zaruri maddelere yapılan ortalama harcama tutarı; 0 - 1.500.000 TL gelir grubunda 520.310 TL, 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubunda 691.600 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubunda 885.920 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubunda 1.057.100 TL ve en yüksek gelir düzeyi olan 6.000.001 TL + gelir grubunda 1.282.600 TL'dir. 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki tüketicilerin ve yine 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki tüketiciler ile 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketicilerin zaruri maddelere yapmış oldukları ortalama harcamalar arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı farklılık görülürken ($t_{x3-x4}=-2.83$; $t_{x4-x5}=-3.00$, $P<0.01$) diğer gruplar aynı tüketim grubuna yaptıkları ortalama harcamalar bakımından birbiriyle karşılaştırıldığında aralarında % 0.1 önem seviyesinde önemli bir farklılığın ortaya çıktığı görülmüştür ($t_{x1-x2}=-7.29$; $t_{x1-x3}=-11.73$; $t_{x1-x4}=-9.32$; $t_{x1-x5}=-13.96$; $t_{x2-x3}=-6.54$; $t_{x2-x4}=-6.43$; $t_{x2-x5}=-10.99$; $t_{x3-x5}=-6.89$ ve $P<0.001$).

Keyfi maddelere yapılan toplam 982.514 TL'lik harcamanın 92.264 TL'si 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki, 144.320 TL'si 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundaki, 201.350 TL'si 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki, 263.190 TL'si 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki ve 281.390 TL'si ise 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Keyfi maddelere yaptıkları harcamalar açısından 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubu ile 6.000.001 TL + gelir grubu arasında anlamlı bir fark görülmezken ($t_{x4-x5}=-0.57$, $P>0.05$) 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubu ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubu arasında % 5, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubu ile 6.000.001 TL + gelir grubu arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($t_{x3-x4}=-2.55$, $P<0.05$; $t_{x3-x5}=-3.12$, $P<0.01$; $t_{x1-x2}=-5.69$; $t_{x1-x3}=-8.70$; $t_{x1-x4}=-7.53$; $t_{x1-x5}=-7.82$; $t_{x2-x3}=-4.55$; $t_{x2-x4}=-5.24$; $t_{x2-x5}=-5.67$ ve $P<0.001$).

Isıtma ve aydınlatma maddelerine; 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler 193.890 TL, 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundakiler 274.330 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundakiler 289.860 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundakiler 323.740 TL ve 6.000.001 TL + gelir grubundakiler ise 396.910 TL

harcamaktadırlar. 1.500.001 - 3.000.000 TL ile 3.000.001 -4.500.000 TL ve 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grupları arasında ısıtma ve aydınlatmaya yaptıkları harcamalar açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($t_{x2-x3}=-1.36$; $t_{x3-x4}=-1.58$ ve $P>0.05$). Buna karşılık, 1.500.001 - 3.000.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grupları arasında % 5, 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($t_{x2-x4}=-2.52$, $P<0.05$; $t_{x4-x5}=-2.86$, $P<0.01$; $t_{x1-x2}=-8.21$; $t_{x1-x3}=-7.39$; $t_{x1-x4}=-6.32$; $t_{x1-x5}=-10.64$; $t_{x2-x5}=-6.79$; $t_{x3-x5}=-5.36$ ve $P<0.001$).

0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketicilerin giyime yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 92.442 TL iken, bu tüketim grubuna 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundakiler 221.900 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundakiler 321.850 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundakiler 397.330 TL ve 6.000.001 TL + gelir grubundakiler ise 532.060 TL harcamaktadırlar. Giyim eşyalarına yaptıkları harcamalar bakımından 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grupları arasında % 5, 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir fark görülmüştür ($t_{x3-x4}=-2.23$, $P<0.05$; $t_{x4-x5}=-3.26$, $P<0.01$; $t_{x1-x2}=-10.82$; $t_{x1-x3}=-13.20$; $t_{x1-x4}=-9.94$; $t_{x1-x5}=-14.95$; $t_{x2-x3}=-5.35$; $t_{x2-x4}=-5.58$; $t_{x2-x5}=-10.27$; $t_{x3-x5}=-6.42$ ve $P<0.001$).

Ev eşyalarına yapılan ortalama harcama tutarı; 0 - 1.500.000 TL gelir grubunda 68.230 TL, 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubunda 208.880 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubunda 297.630 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubunda 290.170 TL ve en yüksek gelir düzeyi olan 6.000.001 TL + gelir grubunda 472.670 TL'dir. 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundaki tüketiciler ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki tüketicilerin ve 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki tüketicilerin ev eşyalarına yapmış oldukları ortalama harcamalar arasında anlamlı bir farklılık görülmezken ($t_{x2-x4}=-1.27$; $t_{x3-x4}=0.11$, $P>0.05$), 1.500.001 - 3.000.000 TL ile

3.000.001 - 4.500.000 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 6.000.001 TL + ve 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında % 5 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde ortaya çıkan farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür ($t_{x2-x3}=-2.18$; $t_{x3-x5}=-2.54$; $t_{x4-x5}=-2.16$; $P < 0.05$; $t_{x1-x2}=-5.35$; $t_{x1-x3}=-6.08$; $t_{x1-x4}=-3.58$; $t_{x1-x5}=-6.58$; $t_{x2-x5}=-4.17$ ve $P < 0.001$).

Kira ve ev bakımına yapılan toplam 1.054.972 TL'lik harcamanın 90.032 TL'si 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki, 160.690 TL'si 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundaki, 232.540 TL'si 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki, 257.100 TL'si 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki ve 314.610 TL'si ise 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Kira ve ev bakımına yaptıkları harcamalar açısından 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubu ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubu ve 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($t_{x3-x4}=-0.62$; $t_{x4-x5}=-1.32$, $P > 0.05$). Buna karşılık, 1.500.001 - 3.000.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında % 5, 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubu ile 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubu arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($t_{x2-x4}=-2.59$; $t_{x3-x5}=-2.57$, $P < 0.05$; $t_{x2-x3}=-3.16$, $P < 0.01$; $t_{x1-x2}=-3.55$; $t_{x1-x3}=-5.98$; $t_{x1-x4}=-4.41$; $t_{x1-x5}=-7.48$; $t_{x2-x5}=-5.28$ ve $P < 0.001$).

Temizlik ve sağlığa ; 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler 103.280 TL, 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundakiler 161.440 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundakiler 214.280 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundakiler 294.210 TL ve 6.000.001 TL + gelir grubundakiler ise 380.490 TL harcamaktadırlar. 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir gruplarının temizlik ve sağlığa yaptıkları harcamalar açısından aralarında anlamlı bir farklılık görülmezken ($t_{x4-x5}=-0.98$, $P > 0.05$), 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grupları arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde ortaya çıkan farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür

($t_{x3-x4}=-3.36$, $P<0.01$; $t_{x1-x2}=-6.65$; $t_{x1-x3}=-10.57$; $t_{x1-x4}=-8.33$; $t_{x1-x5}=-13.36$; $t_{x2-x3}=-4.90$; $t_{x2-x4}=-5.76$; $t_{x2-x5}=-9.67$; $t_{x3-x5}=-6.09$ ve $P<0.001$).

0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketicilerin kültür-eğitim ve eğlenceye yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 29.396 TL iken, bu tüketim grubuna 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundakiler 74.412 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundakiler 125.900 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundakiler 137.330 TL ve 6.000.001 TL + gelir grubundakiler ise 153.400 TL harcamaktadırlar. Kültür-eğitim ve eğlenceye yaptıkları harcamalar bakımından 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 6.000.001 TL + ve 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($t_{x3-x4}=-0.65$; $t_{x3-x5}=-1.93$; $t_{x4-x5}=-0.87$, $P>0.05$). Bununla beraber, diğer gelir gruplarının kendi aralarında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıkların olduğu tesbit edilmiştir ($t_{x1-x2}=-7.04$; $t_{x1-x3}=-9.39$; $t_{x1-x4}=-6.94$; $t_{x1-x5}=-10.59$; $t_{x2-x3}=-4.98$; $t_{x2-x4}=-4.04$; $t_{x2-x5}=-6.71$, $P<0.001$).

Ulaşım ve haberleşmeye yapılan ortalama harcama tutarı; 0 - 1.500.000 TL gelir grubunda 68.579 TL, 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubunda 211.230 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubunda 404.070 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubunda 612.280 TL ve 6.000.001 TL + gelir grubunda ise 938.350 TL'dir. 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundaki tüketicilerin ulaşım ve haberleşmeye yapmış oldukları ortalama harcamalar arasında % 1 ve diğer gelir grupları arasında da % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık vardır ($t_{x3-x4}=-2.79$, $P<0.01$; $t_{x1-x2}=-9.48$; $t_{x1-x3}=-12.01$; $t_{x1-x4}=-7.79$; $t_{x1-x5}=-15.30$; $t_{x2-x3}=-6.35$; $t_{x2-x4}=-5.67$; $t_{x2-x5}=-12.52$; $t_{x3-x5}=-8.52$; $t_{x4-x5}=-3.64$ ve $P<0.001$).

0 - 1.500.000 gelir grubundaki tüketiciler diğer mal ve hizmetlere 23.600 TL harcarken 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubundakiler 79.666 TL, 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundakiler 158.750 TL, 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubundakiler 192.420 TL ve 6.000.001 TL + gelir grubundakiler ise 292.740 TL ayırmaktadırlar. Bu tüketim grubuna yaptıkları harcamalar bakımından 3.000.001 - 4.500.000 TL ile 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grupları arasında anlamlı bir fark

görülmektedir ($t_{x3-x4}=-1.33$, $P>0.05$), 4.500.001 - 6.000.000 TL ile 6.000.001 TL + gelir grupları arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık görülmüştür ($t_{x4-x5}=-3.31$, $P<0.01$; $t_{x1-x2}=-6.85$; $t_{x1-x3}=-10.68$; $t_{x1-x4}=-7.48$; $t_{x1-x5}=-12.89$; $t_{x2-x3}=-5.58$; $t_{x2-x4}=-4.81$; $t_{x2-x5}=-9.75$; $t_{x3-x5}=-5.61$ ve $P<0.001$).

B. Meslek Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları

Bu çalışmada kendilerine anket uygulanan 400 hanehalkı reisi; işçi, memur, esnaf ve sanatkâr, serbest meslek sahibi ve tüccar ve çiftçi olmak üzere beş gruba ayrılmıştır.

1. Tüketicilerin Genel Özellikleri

Tablo:10'da meslek grupları itibariyle tüketicilerin genel özellikleri ortaya konulmuştur.

Tablo:10

Meslek Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri

Meslek Grupları		İşçi		Memur		Esnaf ve Sanatkâr		Serbest Mes. Sah. ve Tüc.		Çiftçi	
Özellikler		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Medeni Hal	Evli	145	94.16	58	89.23	110	88.00	33	100.00	23	100.00
	Bekâr	9	5.84	7	10.77	15	12.00	-	-	-	-
Eğitim Durumu	İlköğr.	66	42.86	5	7.69	54	43.20	7	21.21	22	95.65
	Ortaöğr.	73	47.41	29	44.62	56	44.80	11	33.33	1	4.35
	Yükseköğr.	15	9.74	31	47.69	15	12.00	15	45.45	-	-
Barınma Durumu	Ev Sahibi	75	48.70	21	32.31	94	75.20	24	72.73	21	91.30
	Kiracı	76	49.35	34	52.31	31	24.80	9	27.27	2	8.70
	Lojman	3	1.95	10	15.38	-	-	-	-	-	-
Sos. Gv. Dur.	Emekli San.	-	-	65	100.00	2	1.60	2	6.06	-	-
	SSK	153	99.35	-	-	26	20.80	7	21.21	1	4.35
	Bağ-kur	1	0.65	-	-	80	64.00	23	69.70	6	26.09
	Bağlı Değil	-	-	-	-	17	13.60	1	3.03	16	69.57
Koop. Üye		32	20.78	10	15.38	20	16.00	6	18.18	2	8.70
Tasarruf		17	11.04	13	20.00	18	14.40	16	48.48	3	13.04
1.500.000 TL		15	9.75	20	30.79	27	21.60	-	-	16	69.57
1.500.001 3.000.000 TL		74	48.08	20	30.79	50	40.00	2	6.06	3	13.04
3.000.001 4.500.000 TL		51	33.14	15	23.09	15	12.00	4	12.12	1	4.35
4.500.001 6.000.000 TL		9	5.85	5	7.70	17	13.60	5	15.15	1	4.35
6.000.001 TL+		5	3.25	5	7.70	16	12.80	22	66.67	2	8.70
Yaş Grupları	12-25	7	4.55	2	3.08	11	8.80	-	-	-	-
	26-35	65	42.23	42	64.62	41	32.80	13	39.39	4	17.39
	36-45	61	39.62	16	24.62	38	30.40	9	27.27	4	17.39
	46-55	18	11.70	3	4.62	23	18.40	9	27.27	8	34.78
	56 +	3	1.95	2	3.07	12	9.60	2	6.06	7	30.43
Geçindirilen Fert Sayısı	1-2	5	3.25	5	7.69	6	4.80	2	6.06	-	-
	3-5	77	50.00	44	67.69	57	45.60	24	72.73	6	26.09
	6-8	57	37.02	14	21.54	41	32.80	4	12.12	8	34.78
	9 +	15	9.75	2	3.08	21	16.80	3	9.09	9	39.13

a. İşçi Grubu

154 (% 38.50) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 857 (% 38.16) ve işsiz sayısı 55'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 6.42 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 38.19'u bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.970.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.630.039 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 900.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 7.430.000 TL'dir.

15'i (% 9.75) 0 - 1.500.000 TL, 74'ü (% 48.08) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 51'i (% 33.14) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 9'u (% 5.85) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 5'i (% 3.25) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 153'ü (% 99.35) Sosyal Sigortalar Kurumu'na ve 1'i (% 0.65) de Bağ-kur'a bağlıdır.

66 (% 42.86) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 73'ü (% 47.41) ortaöğretim mezunu ve 15'i (% 9.74) ise yükseköğretim mezunudur.

İşçi grubunda yer alan 154 hanehalkı reisinin 145'i (% 94.16) evli ve geri kalan 9'u (% 5.84) ise bekârdır. Hanehalkı reislerinden 75'i (% 48.70) ev sahibi olarak, 76'sı (% 49.35) kiracı olarak ve 3'ü (% 1.95) de lojmanda ikamet etmektedir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 7 'si (% 4.55) 12-25, 65'i (% 42.23) 26-35, 61'i (% 39.62) 36-45, 18'i (% 11.70) 46-55 ve 3'ü (% 1.95) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 5'i (% 3.25) 1-2, 77'si (% 50.00) 3-5, 57'si (% 37.02) 6-8 ve 15'i (% 9.75) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 32'si (% 20.78) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 122'si (% 79.22) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 17'sinin (% 11.04) tasarruf yapabilmesine karşılık 137'si (% 88.96) yapamamaktadır.

b. Memur Grubu

65 (% 16.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 299 (% 13.31) ve işsiz sayısı 11'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 3.68 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 7.64'ü bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.863.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.382.039 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 1.200.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 8.500.000 TL'dir.

20'si (% 30.79) 0 - 1.500.000 TL, 20'si (% 30.79) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 15'i (% 23.09) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 5'i (% 7.70) 4.500.001 -

6.000.000 TL ve 5'i (% 7.70) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 65'i (% 100.00) Emekli Sandığı'na bağlıdır.

5 (% 7.70) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 29'u (% 44.62) ortaöğretim mezunu ve 31'i (% 47.68) ise yükseköğretim mezunudur.

Memur grubunda yer alan 65 hanehalkı reisinin 58'i (% 89.23) evli ve geri kalan 7'si (% 10.77) ise bekârdır. Hanehalkı reislerinden 21'i (% 32.31) ev sahibi olarak, 34'ü (% 52.31) kiracı olarak ve 10'u (% 15.38) de lojmanda ikamet etmektedir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 2'si (% 3.08) 12-25, 42'si (% 64.62) 26-35, 16'sı (% 24.62) 36-45, 3'ü (% 4.62) 46-55 ve 2'si (% 3.07) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 5'i (% 7.70) 1-2, 44'ü (% 67.69) 3-5, 14'ü (% 21.58) 6-8 ve 2'si (% 3.07) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 10'u (% 15.38) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 55'i (% 84.62) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 13'ünün (% 20.00) tasarruf yapabilmesine karşılık 52'si (% 80.00) yapamamaktadır.

c. Esnaf ve Sanatkârlar Grubu

125 (% 31.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 755 (% 33.62) ve işsiz sayısı 51'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 6.75 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 35.42'si bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.504.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.691.351 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 800.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir.

27'si (% 21.60) 0 - 1.500.000 TL, 50'si (% 40.00) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 15'i (% 12.00) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 17'si (% 13.60) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 16'sı (% 12.80) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 2'si (% 1.60) Emekli Sandığı'na, 26'sı (%20.80) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 80'i (% 64.00) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 17'si (% 13.60) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

54 (% 43.20) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 56'sı (% 44.80) ortaöğretim mezunu ve 15'i (% 12.00) ise yükseköğretim mezunudur.

Esnaf ve sanatkârlar grubunda yer alan 125 hanehalkı reisinin 110'u (% 88.00) evli ve geri kalan 15'i (% 12.00) ise bekârdır. Hanehalkı reislerinden 94'ü (% 75.20) ev sahibi , 31'i (% 24.80) de kiracıdır.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 11'i (% 8.80) 12-25, 41'i (% 32.80) 26-35, 38'i (% 30.40) 36-45, 23'ü (% 18.40) 46-55 ve 12'si (% 9.60) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 6'sı (% 4.80) 1-2, 57'si (% 45.60) 3-5, 41'i (% 32.80) 6-8 ve 21'i (% 16.80) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 20'si (% 16.00) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 105'i (% 84.00) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 18'inin (% 14.40) tasarruf yapabilmesine karşılık 107'si (% 85.60) yapamamaktadır.

d. Serbest Meslek Sahibi ve Tüccarlar Grubu

33 (% 8.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 165 (% 7.35) ve işsiz sayısı 10'dur. Gruptaki işsizlik oranının % 6.06 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 6.94'ü bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 7.486.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 4.724.300 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 2.300.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 12.500.000 TL'dir.

2'si (% 6.06) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 4'ü (% 12.12) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 5'i (% 15.15) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 22'si (% 66.67) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 2'si (% 6.06) Emekli Sandığı'na, 7'si (% 21.21) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 23'ü (% 69.70) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 1'i (% 3.03) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

7 (% 21.21) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 11'i (% 33.33) ortaöğretim mezunu ve 15'i (% 45.45) ise yükseköğretim mezunudur.

Serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubunda yer alan 33 hanehalkı reisinin 33'ü (% 100.00) de evli olup 24'ü (% 72.73) ev sahibi olarak, 9'u (% 27.27) de kiracı olarak ikamet etmektedir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 13'ü (% 39.39) 26-35, 9'u (% 27.27) 36-45, 9'u (% 27.27) 46-55 ve 2'si (% 6.06) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 2'si (% 6.06) 1- 2, 24'ü (% 72.73) 3-5, 4'ü (% 12.12)

6-8 ve 3'ü (% 9.09) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 6'sı (% 18.18) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 27'si (% 81.82) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 16'sının (% 48.48) tasarruf yapabilmesine karşılık 17'si (% 51.52) yapamamaktadır.

e. Çiftçi Grubu

23 (% 5.75) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 170 (% 7.57) ve işsiz sayısı 17'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 10 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 11.81'i bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.073.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 1.738.019 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 8.834.000 TL'dir.

16'sı (% 69.57) 0 - 1.500.000 TL, 3'ü (% 13.04) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 1'i (% 4.35) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 1'i (% 4.35) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 2'si (% 8.70) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 1'i (% 4.35) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 6'sı (% 26.09) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 16'sı (% 69.57) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

22 (% 95.65) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 1'i (% 4.35) ortaöğretim mezunudur.

Çiftçi grubunda yer alan 23 hanehalkı reisinin 23'ü (% 100.00) de evli olup 21'i (% 91.30) ev sahibi olarak, 2'si (% 8.70) de kiracı olarak ikamet etmektedir.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 4'ü (% 17.39) 26-35, 4'ü (% 17.39) 36-45, 8'i (% 34.78) 46-55 ve 7'si (% 30.43) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 6'sı (% 26.09) 3-5, 8'i (% 34.78) 6-8 ve 9'u (% 39.13) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 2'si (% 8.70) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 21'i (% 91.30) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 3'ünün (% 13.04) tasarruf yapabilmesine karşılık 20'si (% 86.96) yapamamaktadır.

2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Bu kısımda meslek grupları itibariyle tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinden ankette yer alan tüketim gruplarına yapmış oldukları harcamalar gerek mutlak ve gerekse nisbi olarak ele alınmıştır.(Tablo:11)

Tablo: 11

Meslek Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (TL, %)

Meslek Grupları Tüketim Grupları		İşçi		Memur		Esnaf ve Sanatkâr		Serbest Meslek Sahibi ve Tüccar		Çiftçi	
		Değer	%	Değer	%	Değer	%	Değer	%	Değer	%
Ay. Ort. Gelir TL		2.970.000	88.55	2.863.000	83.22	3.504.000	76.81	7.486.000	63.11	2.073.000	83.84
Ay.Ort.Tüketim TL		2.630.039		2.382.451		2.691.351		4.724.300		1.738.019	
Gıda Maddeleri	Zaruri Maddeler	766.400	25.81	707.000	24.69	852.470	24.33	1.085.300	14.50	726.480	35.04
	Keyfi Maddeler	174.590	5.88	141.800	4.95	181.620	5.18	234.390	3.13	142.710	6.88
Isıtma ve Aydınlatma Maddeleri		277.660	9.35	256.520	8.96	295.390	8.43	392.300	5.24	149.870	7.23
Giyim ve Ev Eşyası	Giyim	268.790	9.05	249.000	8.70	258.310	7.37	484.010	6.47	148.530	7.16
	Ev Eşyası	299.550	10.09	193.330	6.75	150.320	4.29	535.400	7.15	54.620	2.63
Kira ve Ev Bakımı		210.290	7.08	197.450	6.90	147.010	4.20	324.080	4.33	83.333	4.02
Müteferrik	Temizlik ve Sağlık	184.910	6.23	155.920	5.45	203.500	5.81	293.970	3.93	160.860	7.76
	Kültür-Eğitim ve Eğlence	97.219	3.27	86.744	3.03	82.211	2.35	156.870	2.10	38.949	1.88
	Ulaşım ve Haberleşme	248.730	8.38	307.020	10.72	398.430	11.37	896.800	11.98	151.450	7.31
	Diğer Harcamalar	101.900	3.43	87.667	3.06	122.090	3.48	321.180	4.29	81.217	3.92

İşçi grubunda yer alan 154 tüketici, 2.970.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 766.400 TL'sini (% 25.81) zaruri maddelere, 174.590 TL'sini (% 5.88) keyfi maddelere, 277.660 TL'sini (% 9.35) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 268.790 TL'sini (% 9.05) giyime, 299.550 TL'sini (% 10.09) ev eşyasına, 210.290 TL'sini (% 7.08) kira ve ev bakımına, 184.910 TL'sini (% 6.23) temizlik ve sağlığa, 97.219 TL'sini (% 3.27) kültür-eğitim ve eğlenceye, 248.730 TL'sini (% 8.38) ulaşım ve haberleşmeye ve 101.900 TL'sini (% 3.43) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 88.55'ini (2.630.000 TL) harcarken geri kalan % 11.45'ini (339.961 TL) tasarruf etmişlerdir.

Memur grubundaki 65 tüketici ise 2.863.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinden 707.000 TL (% 24.69) zaruri maddelere, 141.800 TL (% 4.95) keyfi maddelere, 256.520 TL (% 8.96) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 249.000 TL (% 8.70) giyime, 193.330 TL (% 6.75) ev eşyasına, 197.450 TL (% 6.90) kira ve ev bakımına, 155.920 TL (% 5.45) temizlik ve sağlığa, 86.744 TL (% 3.03) kültür-eğitim ve eğlenceye, 307.020 TL (% 10.72) ulaşım ve haberleşmeye ve 87.667

TL (% 3.06) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Buna göre, bu gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 83.22'sini (2.382.451 TL) harcamakta ve geri kalan % 16.78'ini (480.549 TL) tasarruf etmişlerdir.

Aylık ortalama geliri 3.504.000 TL olan 125 tüketicinin yer aldığı esnaf ve sanatkârlar grubunda, gelirin 852.470 TL'si (% 24.33) zaruri, 181.620 TL'si (% 5.18) keyfi, 295.390 TL'si (% 8.43) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 258.310 TL'si (% 7.37) giyime, 150.320 TL'si (% 4.29) ev eşyasına, 147.010 TL'si (% 4.20) kira ve ev bakımına, 203.500 TL'si (% 5.81) temizlik ve sağlığa, 82.211 TL'si (% 2.35) kültür-eğitim ve eğlenceye, 398.430 TL'si (% 11.37) ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan 122.090 TL'si (% 3.48) de diğer mal ve hizmetlere harcanmıştır. Bu gruptaki tüketiciler, gelirlerinin % 76.81'ini (2.691.351 TL) tüketime ayırırken % 23.19'unu (812.649 TL) tasarrufa ayırmışlardır.

Serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubundaki 33 tüketici, 7.486.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinden 1.085.300 TL (% 14.50) zaruri, 234.390 TL (% 3.13) keyfi, 392.300 TL (% 5.24) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 484.010 TL (% 6.47) giyime, 535.400 TL (% 7.15) ev eşyasına, 324.080 TL (% 4.33) kira ve ev bakımına, 293.970 TL (% 3.93) temizlik ve sağlığa, 156.870 TL (% 2.10) kültür-eğitim ve eğlenceye, 896.800 TL (% 11.98) ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan 321.180 TL'yi (% 4.29) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Bu gruptaki tüketiciler ise gelirlerinin % 63.11'ini (4.724.300 TL) tüketime harcarken % 36.89'unu (2.761.700 TL) da tasarrufa ayırmışlardır.

2.073.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 726.480 TL'sini (% 35.04) zaruri, 142.710 TL'sini (% 6.88) keyfi, 149.870 TL'sini (% 7.23) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 148.530 TL'sini (% 7.16) giyime, 54.620 TL'sini (% 2.63) ev eşyasına, 83.333 TL'sini (% 4.02) kira ve ev bakımına, 160.860 TL'sini (% 7.76) temizlik ve sağlığa, 38.949 TL'sini (% 1.88) kültür-eğitim ve eğlenceye, 151.450 TL'sini (% 7.31) ulaşım ve haberleşmeye ve 81.217 TL'sini (% 3.92) de diğer mal ve hizmetlere harcayan çiftçi grubundaki 23 tüketici, gelirlerinin % 83.84'ünü (1.738.019 TL) tüketirken geri kalan % 16.16'lık (334.981 TL) kısmını tasarruf etmişlerdir.

Tablo:11'de görüldüğü gibi, gelirlerinden tüketime ayırdıkları payın en fazla olduğu işçi grubunda gelirin % 88.55'i tüketime ayrılırken bu oran, çiftçi grubunda % 83.84, memur grubunda % 83.22, esnaf ve sanatkârlar grubunda % 76.81 ve serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubunda % 63.11'dir. Ayrıca, gıda maddeleri için çiftçi grubu en fazla (% 41.92) harcamayı yaparken serbest meslek sahibi ve tüccarlar en az

(% 17.63) harcamayı yapmaktadırlar. Bunda çiftçi grubunun gelir seviyesinin serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubuna nazaran oldukça düşük olması önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla, bu sonuçlar tüketicilerin mesleklerinin tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır.

3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Bu kısımda, tüketim gruplarına yapılan aylık ortalama harcamalar, toplam aylık ortalama harcamaya oranlanmak suretiyle tüketici fiyatları indeksinde yer alan ağırlıklar meslek grupları itibariyle hesaplanmıştır.

Meslek grupları itibariyle ağırlıkların tüketim gruplarına göre dağılımını Tablo: 12 yardımıyla şöyle açıklayabiliriz.

Tablo: 12

Meslek Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (%)

Meslek Grupları Tüketim Grupları	İşçi	Memur	Esnaf ve Sanatkâr	Serbest Mes. Sahibi ve Tüccar	Çiftçi
Zaruri Maddeler	29.84	31.30	33.70	23.56	44.78
Keyfi Maddeler	6.60	6.08	6.90	5.05	8.22
Isıtma ve Aydın.	11.07	12.03	12.53	8.57	11.07
Giyim	10.12	9.98	8.56	10.45	7.75
Ev Eşyaları	11.25	8.45	4.61	10.60	1.83
Kira ve Ev Bak.	8.23	8.43	5.85	6.83	2.98
Temizlik ve Sağ.	7.03	6.52	7.87	6.38	10.08
Kül.-Eğit.ve Eğ.	3.56	3.40	2.97	3.46	2.15
Ulaşım ve Hab.	8.72	10.56	13.04	18.31	7.56
Diğer Harcama.	3.60	3.24	3.98	6.79	3.57
Genel Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

İşçi grubundaki tüketiciler, aylık harcamalarının % 29.84'ünü zaruri maddelere, % 6.60'ını keyfi maddelere, % 11.07'sini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.12'sini giyime, % 11.25'ini ev eşyalarına, % 8.23'ünü kira ve ev bakımına, % 7.03'ünü temizlik ve sağlığa, % 3.56'sını kültür-eğitim ve eğlenceye, % 8.72'sini

ulaşım ve haberleşmeye, % 3.60'ını da diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır.

Aylık harcamalarının % 37.38'ini gıda maddelerine (% 31.30 zaruri, % 6.08 keyfi maddelere), % 12.03'ünü ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.98'ini giyime, % 8.45'ini ev eşyalarına, % 8.43'ünü kira ve ev bakımına, % 6.52'sini temizlik ve sağlığa, % 3.40'ını kùltür-eğitim ve eğlenceye, % 10.56'sını ulaşım ve haberleşmeye harcayan memur grubundaki tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 3.24'lük kısmını da diğer mal ve hizmetlere yönlendirmişlerdir.

Esnaf ve sanatkârlar grubundaki tüketiciler, aylık harcamalarının % 33.70'ini zaruri, % 6.90'ını keyfi, % 12.53'ünü ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 8.56'sını giyime, % 4.61'ini ev eşyalarına, % 5.85'ini kira ve ev bakımına, % 7.87'sini temizlik ve sağlığa, % 2.97'sini kùltür-eğitim ve eğlenceye, % 13.04'ünü ulaşım ve haberleşmeye ve % 3.98'ini de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır.

Aylık harcamalarının % 23.56'sını zaruri, % 5.05'ini keyfi maddelere, % 8.57'sini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.45'ini giyime, % 10.60'ını ev eşyalarına, % 6.83'ünü kira ve ev bakımına, % 6.38'ini temizlik ve sağlığa, % 3.46'sını kùltür-eğitim ve eğlenceye, % 18.31'ini ulaşım ve haberleşmeye ayıran serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubundaki tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 6.79'luk kısmını da diğer mal ve hizmetlere yönlendirmişlerdir.

Çiftçi grubundaki tüketicilerin harcamalarının % 44.78'i zaruri, % 8.22'si keyfi, % 11.07'si ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 7.75'i giyime, % 1.83'ü ev eşyalarına, % 2.98'i kira ve ev bakımına, % 10.08'i temizlik ve sağlığa, % 2.15'i kùltür-eğitim ve eğlenceye, % 7.56'sı ulaşım ve haberleşmeye ve % 3.57'si de ankette ayrıca belirtilmeyen diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları harcamalardan oluşmaktadır.

Bu verilere göre, gıda maddelerine nisbi olarak en yüksek harcamayı çiftçiler (%53.00), en düşük harcamayı da serbest meslek sahibi ve tüccarlar (%28.61) yapmışlardır. Ulaşım ve haberleşmede ise bunun tam tersi gerçekteşmiştir. En yüksek harcamayı % 18.31 ile serbest meslek sahibi ve tüccarlar yaparken en düşük harcamayı da % 7.56 ile çiftçiler gerçekteştirmişlerdir.

4. Meslek Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması

Farklı meslek gruplarındaki tüketicilerin yapmış oldukları aylık ortalama harcamalar arasındaki ilişkiler Tablo: 13'de gösterilmiştir.

Tablo: 13

Meslek Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar
Arasındaki İlişkiler

Meslek Grupları	Tüketim Grupları	Zaruri Madde	Keyfi Madde	Isıtma ve Aydınlat.	Giyim	Ev Eşyası	Kira ve Ev Bak.	Temizlik Sağlık	Kül-Eğit. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer
İşçi	X ₁	766.400	174.590	277.660	268.790	299.550	210.290	184.910	97.219	248.730	101.900
	S	240.000	101.000	85.300	137.000	322.000	185.000	96.500	88.700	234.000	105.000
Memur	X ₂	707.000	141.800	256.520	249.000	193.330	197.450	155.920	86.744	307.020	87.667
	S	296.000	98.900	94.200	185.000	236.000	174.000	102.000	68.600	309.000	102.000
Esnaf ve Sanatkâr	X ₃	852.470	181.620	295.390	258.310	150.320	147.010	203.500	82.211	398.430	122.090
	S	402.000	139.000	101.000	217.000	273.000	163.000	121.000	63.200	379.000	130.000
Ser. Mes. Sah. Tüc.	X ₄	1.085.300	234.390	392.300	484.010	535.400	324.080	293.970	156.870	896.800	321.180
	S	346.000	130.000	112.000	201.000	389.000	159.000	98.400	83.700	481.000	136.000
Çiftçi	X ₅	726.480	142.710	149.870	148.530	54.620	83.333	160.860	38.949	151.450	81.217
	S	349.000	104.000	69.600	138.000	133.000	154.000	101.000	54.100	170.000	114.000
$t_{X_1 - X_2}$		1.43	2.23	1.56	0.78	2.71	0.49	1.96	0.94	-1.37	0.93
$t_{X_1 - X_3}$		-2.11	-0.47	-1.56	0.47	4.19	3.04	-1.40	1.65	-3.86	-1.40
$t_{X_1 - X_4}$		-5.03	-2.49	-5.54	-5.86	-3.25	-3.62	-5.80	-3.68	-7.55	-8.72
$t_{X_1 - X_5}$		0.53	1.37	7.96	3.90	6.45	3.58	1.07	4.36	2.43	0.82
$t_{X_2 - X_3}$		-2.83	-2.28	-2.63	-0.31	1.13	1.93	-2.87	0.44	-1.79	-2.00
$t_{X_2 - X_4}$		-5.36	-3.60	-5.97	-5.62	-4.63	-3.60	-6.49	-4.16	-6.40	-8.70
$t_{X_2 - X_5}$		-0.24	-0.04	5.72	2.73	3.44	2.94	-0.20	3.38	2.98	0.24
$t_{X_3 - X_4}$		-3.32	-2.05	-4.51	-5.64	-5.35	-5.65	-4.47	-4.78	-5.51	-7.55
$t_{X_3 - X_5}$		1.55	1.55	8.51	3.16	2.59	1.80	1.81	3.43	5.04	1.55
$t_{X_4 - X_5}$		3.80	2.93	9.97	7.40	6.57	5.67	4.91	6.40	8.20	7.17

* - % 5 Önem Seviyesinde Anlamlı

** - % 1 Önem Seviyesinde Anlamlı

*** - % 0.1 Önem Seviyesinde Anlamlı

Tablo: 13'de görüldüğü gibi, zaruri maddelere yapılan toplam 4.137.650 TL'lik harcamanın 766.400 TL'si işçi grubundaki, 707.000 TL'si memur grubundaki, 852.470 TL'si esnaf ve sanatkârlar grubundaki, 1.085.300 TL'si serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubundaki ve 726.480 TL'si de çiftçi grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Zaruri maddelere yaptıkları harcamalar açısından işçiler ile memurlar, işçiler ile çiftçiler, memurlar ile çiftçiler ve esnaf ve sanatkârlar ile

çiftçiler arasında anlamlı bir fark görülmezken ($t_{x1-x2}=1.43$; $t_{x1-x5}=0.53$; $t_{x2-x5}=-0.24$; $t_{x3-x5}=1.55$, $P>0.05$), işçiler ile esnaf ve sanatkârlar arasında % 5, memurlar ile esnaf ve sanatkârlar ve esnaf ve sanatkârlar ile serbest meslek sahibi ve tüccarlar arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($t_{x1-x3}=-2.11$, $P<0.05$; $t_{x2-x3}=-2.83$; $t_{x3-x4}=-3.32$, $P<0.01$; $t_{x1-x4}=-5.03$; $t_{x2-x4}=-5.36$; $t_{x4-x5}=3.80$ ve $P<0.001$).

Keyfi maddelere yapılan ortalama harcama tutarı; işçi grubunda 174.590 TL, memur grubunda 141.800 TL, esnaf ve sanatkârlar grubunda 181.620 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubunda 234.390 TL ve çiftçi grubunda 142.710 TL'dir. İşçiler ile esnaf ve sanatkârların, işçiler ile çiftçilerin, memurlar ile çiftçilerin ve esnaf ve sanatkârlar ile çiftçilerin keyfi maddelere yapmış oldukları ortalama harcamalar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($t_{x1-x3}=-0.47$; $t_{x1-x5}=1.37$; $t_{x2-x5}=-0.04$; $t_{x3-x5}=1.55$, $P>0.05$). Buna karşılık, işçiler ile memurlar, işçiler ile serbest meslek sahibi ve tüccarlar, memurlar ile esnaf ve sanatkârlar ve esnaf ve sanatkârlar ile serbest meslek sahibi ve tüccarlar arasında % 5, serbest meslek sahibi ve tüccarlar ile çiftçiler arasında % 1 ve diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılık bulunmuştur ($t_{x1-x2}=2.23$; $t_{x1-x4}=-2.49$; $t_{x2-x3}=-2.28$; $t_{x3-x4}=-2.05$, $P<0.05$; $t_{x4-x5}=2.93$, $P<0.01$; $t_{x2-x4}=-3.60$, $P<0.001$).

Isıtma ve aydınlatma maddelerine; işçiler 277.660 TL, memurlar 256.520 TL, esnaf ve sanatkârlar 295.390 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlar 392.300 TL ve çiftçiler de 149.870 TL harcamışlardır. İşçiler ile memurlar, işçiler ile esnaf ve sanatkârlar arasında ısıtma ve aydınlatma maddelerine yaptıkları harcamalar açısından anlamlı bir farklılık görülmezken ($t_{x1-x2}=1.56$; $t_{x1-x3}=-1.56$ ve $P>0.05$), memurlar ile esnaf ve sanatkârların arasında % 1 ve diğer gruplar arasında da % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar gözlenmektedir ($t_{x2-x3}=-2.63$, $P<0.01$; $t_{x1-x4}=-5.54$; $t_{x1-x5}=7.96$; $t_{x2-x4}=-5.97$; $t_{x2-x5}=5.72$; $t_{x3-x4}=-4.51$; $t_{x3-x5}=8.51$; $t_{x4-x5}=9.97$ ve $P<0.001$).

İşçi grubundaki tüketicilerin giyime yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları

268.790 TL iken, bu tüketim grubuna memur grubundakiler 249.000 TL, esnaf ve sanatkârlar 258.310 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlar 484.010 TL ve çiftçiler de 148.530 TL harcamışlardır. Giyim eşyalarına yaptıkları harcamalar bakımından işçiler ile memurlar, işçiler ile esnaf ve sanatkârlar ve memurlar ile esnaf ve sanatkârlar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($t_{x_1-x_2}=0.78$; $t_{x_1-x_3}=0.47$; $t_{x_2-x_3}=-0.31$, $P>0.05$). Bununla beraber, memurlar ile çiftçiler ve esnaf ve sanatkârlar ile çiftçiler arasında % 1 ve diğer grupların birbirleri arasında da % 0.1 önem seviyesinde ortaya çıkan farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür ($t_{x_2-x_5}=2.73$; $t_{x_3-x_5}=3.16$, $P<0.01$; $t_{x_1-x_4}=-5.86$; $t_{x_1-x_5}=3.90$; $t_{x_2-x_4}=-5.62$; $t_{x_3-x_4}=-5.64$; $t_{x_4-x_5}=7.40$ ve $P<0.001$).

Ev eşyalarına yapılan ortalama harcama tutarı; işçilerde 299.550 TL, memurlarda 193.330 TL, esnaf ve sanatkârlarda 150.320 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlarda 535.400 TL ve çiftçilerde de 54.620 TL'dir. Memurlar ile esnaf ve sanatkârların ev eşyalarına yapmış oldukları ortalama harcamalar arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken ($t_{x_2-x_3}=1.13$, $P>0.05$), esnaf ve sanatkârlar ile çiftçiler arasında % 5, işçiler ile memurlar, işçiler ile serbest meslek sahibi ve tüccarlar arasında % 1 ve diğer grupların kendi aralarında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar gözlenmektedir ($t_{x_3-x_5}=2.59$, $P<0.05$; $t_{x_1-x_2}=2.71$; $t_{x_1-x_4}=-3.25$, $P<0.01$; $t_{x_1-x_3}=4.19$; $t_{x_1-x_5}=6.45$; $t_{x_2-x_4}=-4.63$; $t_{x_2-x_5}=3.44$; $t_{x_3-x_4}=-5.35$; $t_{x_4-x_5}=6.57$ ve $P<0.001$).

Kira ve ev bakımına yapılan toplam 962.163 TL'lik harcamanın 210.290 TL'si işçiler, 197.450 TL'si memurlar, 147.010 TL'si esnaf ve sanatkârlar, 324.080 TL'si serbest meslek sahibi ve tüccarlar, 83.333 TL'si de çiftçiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Kira ve ev bakımına yaptıkları harcamalar açısından işçiler ile memurlar ve memurlar ile esnaf ve sanatkârlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($t_{x_1-x_2}=0.49$; $t_{x_2-x_3}=1.93$, $P>0.05$). Buna karşılık, esnaf ve sanatkârlar ile çiftçiler arasında % 5, işçiler ile esnaf ve sanatkârlar, işçiler ile çiftçiler ve memurlar ile çiftçiler arasında % 1 ve geri kalan diğer grupların birbirleri arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($t_{x_3-x_5}=1.80$, $P<0.05$; $t_{x_1-x_3}=3.04$; $t_{x_1-x_5}=3.58$; $t_{x_2-x_5}=2.94$, $P<0.01$; $t_{x_1-x_4}=-3.62$;

$t_{x2-x4}=-3.60$; $t_{x3-x4}=-5.65$; $t_{x4-x5}=5.67$ ve $P<0.001$).

Temizlik ve sağılığa ; işçiler 184.910 TL, memurlar 155.920 TL, esnaf ve sanatkârlar 203.500 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlar 293.970 TL ve çiftçiler 160.860 TL harcamışlardır. İşçiler ile memurların, işçiler ile esnaf ve sanatkârların, işçiler ile çiftçilerin, memurlar ile çiftçilerin, esnaf ve sanatkârlar ile çiftçilerin temizlik ve sağılığa yaptıkları harcamalar açısından aralarında anlamlı bir fark yoktur ($t_{x1-x2}=1.96$; $t_{x1-x3}=-1.40$; $t_{x1-x5}=1.07$; $t_{x2-x5}=-0.20$; $t_{x3-x5}=1.81$, $P>0.05$). Bununla beraber, memurlar ile esnaf ve sanatkârlar arasında % 1 ve diğer gruplar arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir fark görülmüştür ($t_{x2-x3}=-2.87$, $P<0.01$; $t_{x1-x4}=-5.80$; $t_{x2-x4}=-6.49$; $t_{x3-x4}=-4.47$; $t_{x4-x5}=4.91$ ve $P<0.001$).

İşçilerin kültür-eğitim ve eğlenceye yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 97.219 TL iken, bu tüketim grubuna memurlar 86.744 TL, esnaf ve sanatkârlar 68.600 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlar 156.870 TL ve çiftçiler 38.949 TL harcamışlardır. Kültür-eğitim ve eğlenceye yaptıkları harcamalar bakımından işçiler ile memurlar, işçiler ile esnaf ve sanatkârlar, memurlar ile esnaf ve sanatkârlar arasındaki farklılığın anlamlı olmamasına ($t_{x1-x2}=0.94$; $t_{x1-x3}=1.65$; $t_{x2-x3}=0.44$, $P>0.05$) karşılık memurlarla çiftçiler ve esnaf ve sanatkârlarla çiftçiler arasında %1 ve diğer gruplar arasında da % 0.1 önem seviyesinde anlamlı fark vardır ($t_{x2-x5}=3.38$; $t_{x3-x5}=3.43$; $P<0.01$; $t_{x1-x4}=-3.68$; $t_{x1-x5}=4.36$; $t_{x2-x4}=-4.16$; $t_{x3-x4}=-4.78$; $t_{x4-x5}=6.40$, $P<0.001$).

Ulaşım ve haberleşmeye yapılan ortalama harcama tutarı; işçilerde 249.730 TL, memurlarda 307.020 TL, esnaf ve sanatkârlarda 398.430 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlarda 896.800 TL ve çiftçilerde de 151.450 TL'dir. İşçiler ile memurların ve memurlar ile esnaf ve sanatkârların ulaşım ve haberleşmeye yapmış oldukları ortalama harcamalar arasında anlamlı bir farklılık görölmezken ($t_{x1-x2}=-1.37$; $t_{x2-x3}=-1.79$, $P>0.05$), işçiler ile çiftçiler arasında % 5, memurlar ile çiftçiler arasında % 1 ve diğer gelir grupları arasında da % 0.1 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($t_{x1-x5}=2.43$, $P<0.05$; $t_{x2-x5}=2.98$, $P<0.01$; $t_{x1-x3}=-3.86$; $t_{x1-x4}=-7.55$; $t_{x2-x4}=-6.40$; $t_{x3-x4}=-5.51$; $t_{x3-x5}=5.04$;

$t_{x4-x5}=8.20$ ve $P<0.001$).

İşçiler, diğer mal ve hizmetlere 101.900 TL harcarken memurlar 87.667 TL, esnaf ve sanatkârlar 122.090 TL, serbest meslek sahibi ve tüccarlar 321.180 TL ve çiftçiler 81.217 TL ayırmışlardır. Bu tüketim grubuna yaptıkları harcamalar bakımından işçiler ile memurlar, işçiler ile esnaf ve sanatkârlar, işçiler ile çiftçiler, memurlar ile çiftçiler ve esnaf ve sanatkârlar ile çiftçiler arasında anlamlı bir fark görülmezken ($t_{x1-x2}=0.93$; $t_{x1-x3}=-1.40$; $t_{x1-x5}=0.82$; $t_{x2-x5}=0.24$; $t_{x3-x5}=1.55$, $P>0.05$), memurlar ile esnaf ve sanatkârlar arasında % 5 ve diğer gruplar arasında da % 0.1 önem seviyesinde bulunan farkların anlamlı olduğu anlaşılmaktadır ($t_{x2-x3}=-2.00$, $P<0.05$; $t_{x1-x4}=-8.72$; $t_{x2-x4}=-8.70$; $t_{x3-x4}=-7.55$; $t_{x4-x5}=7.17$ ve $P<0.001$).

C. Yaş Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları

Bu kısımda, anket kapsamına giren 400 hanehalkı reisi, yaş grupları itibariyle; 12-25, 26-35, 36-45, 46-55, 56 + (56 ve daha yukarısı) yaş grubu olmak üzere beşe ayrılmıştır. Dünya genelinde çalışma yaşının 12 olarak kabul edilmesi ve 56 yaşın emeklilik yaşı olması nedeniyle ilk yaş grubu 12'den başlatılmış ve son yaş grubu da emeklilik yaşından başlatılıp daha büyük yaş gruplarını içine alacak şekilde tek bir grupta ele alınmıştır.

1. Tüketicilerin Genel Özellikleri

Yaş grupları itibariyle farklı beş gruba ayrılan tüketicilerin genel özellikleri

Tablo: 14 yardımıyla ortaya konulmuştur.

Tablo: 14

Yaş Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri

Yaş Grupları		12-25		26-35		36-45		46-55		56 +	
Özellikler		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Medeni Hal	Evli	5	25.00	150	90.91	128	100.00	61	100.00	25	96.15
	Bekâr	15	75.00	15	9.09	-	-	-	-	1	3.85
Eğitim Dur.	İlköğr.	4	20.00	30	18.18	57	44.53	44	72.13	19	73.08
	Ortaöğr.	15	75.00	78	47.27	56	43.75	15	24.59	6	23.07
	Yükseköğr.	1	5.00	57	34.56	15	11.72	2	3.28	1	3.85
Barınma Durumu	Ev Sahibi	16	80.00	82	49.70	65	50.78	53	86.89	19	73.08
	Kiracı	4	20.00	78	47.27	55	42.97	8	13.11	7	26.92
	Lojman	-	-	5	3.03	8	6.25	-	-	-	-
Sos. Gv. Dur.	Emekli San.	2	10.00	44	26.67	17	13.28	3	4.92	3	11.54
	SSK	8	40.00	72	43.64	69	53.91	30	49.18	8	30.77
	Bağ-kur	5	25.00	39	23.64	36	28.12	21	34.43	9	34.62
	Bağlı Değil	5	25.00	10	6.06	6	4.69	7	11.48	6	23.08
Koop. Üye		2	10.00	24	14.55	33	25.78	8	13.11	3	11.54
Tasarruf		4	20.00	33	20.00	11	8.59	13	21.31	6	23.08
0											
1.500.000 TL		4	20.00	35	21.21	19	14.84	13	21.31	7	26.92
1.500.001											
3.000.000 TL		4	20.00	61	36.97	53	41.41	24	39.34	7	26.92
3.000.001											
4.500.000 TL		7	35.00	38	23.03	28	21.88	8	13.11	5	19.23
4.500.001											
6.000.000 TL		5	25.00	15	9.09	11	8.59	5	8.20	1	3.85
6.000.001 TL+		-	-	16	9.70	17	13.28	11	18.03	6	23.08
Meslek Grupları	İşçi	7	35.00	65	39.39	61	47.66	18	29.51	3	11.54
	Memur	2	10.00	42	25.45	16	12.50	3	4.92	2	7.69
	Es. ve San.	11	55.00	41	24.85	38	29.69	23	37.70	12	46.15
	Serb. Mes. Sah.veTüç.	-	-	13	7.88	9	7.03	9	14.75	2	7.69
	Çiftçi	-	-	4	2.42	4	3.12	8	13.11	7	26.92
Geçindirilen Fert Sayısı	1-2	2	10.00	14	8.48	-	-	1	1.64	1	3.85
	3-5	12	60.00	109	66.07	60	46.87	19	31.15	8	30.77
	6-8	6	30.00	34	20.61	49	38.28	28	45.90	7	26.92
	9 +	-	-	8	4.85	19	14.84	13	21.31	10	38.46

a. 12-25 Yaş Grubu

20 (% 5.00) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 95 (% 4.23) ve işsiz sayısı 7'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 7.37 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 4.86'sı bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.070.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.626.467 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 925.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 5.500.000 TL'dir.

4'ü (% 20.00) 0 - 1.500.000 TL, 4'ü (% 20.00) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 7'si (% 35.00) 3.000.001 - 4.500.000 TL ve 5'i (% 25.00) 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 2'si (% 10.00) 1-2, 12'si (% 60.00) 3-5 ve 6'sı (% 30.00) da 6-8 kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

7'si (% 35.00) işçi, 2'si (%10.00) memur, 11'i (% 55.00) esnaf ve sanatkâr olan bu yaş grubundaki hanehalkı reislerinin 2'si (% 10.00) Emekli Sandığı'na, 8'i (% 40.00) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 5'i (% 25.00) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 5'i (% 25.00) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

4 (% 20.00) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 15'i (% 75.00) ortaöğretim mezunu ve 1'i (% 5.00) de yükseköğretim mezunudur.

12-25 yaş grubunda yer alan 20 hanehalkı reisinin 5'i (% 25.00) evli ve geri kalan 15'i (% 75.00) ise bekâr olup 16'sı (% 80.00) ev sahibi ve 4'ü (% 20.00) kiracıdır.

Gruptaki hanehalkı reislerinin 2'si (% 10.00) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 18'i (% 90.00) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 4'ünün (% 20.00) tasarruf yapabilmesine karşılık 16'sı (% 80.00) yapamamıştır.

b. 26-35 Yaş Grubu

165 (% 41.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 755 (% 33.62) ve işsiz sayısı 29'dur. Gruptaki işsizlik oranının % 3.84 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 20.14'ü bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.273.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.654.221 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir.

35'i (% 21.21) 0 - 1.500.000 TL, 61'i (% 36.97) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 38'i (% 23.03) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 15'i (% 9.09) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 16'sı (% 9.70) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 14'ü (% 8.48) 1-2, 109'u (% 66.07) 3-5 , 34'ü (% 20.61) da 6-8 ve 8'i (% 4.85) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

64'ü (% 39.39) işçi, 42'si (% 25.45) memur, 41'i (% 24.85) esnaf ve sanatkâr, 13'ü (%7.88) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 4'ü (% 2.42) çiftçi olan bu yaş grubundaki hanehalkı reislerinin 44'ü (% 26.67) Emekli Sandığı'na, 72'si (% 43.64) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 39'u (% 23.64) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 10'u (% 6.06) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

30 (% 18.18) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 78'i (% 47.27) ortaöğretim mezunu ve 57'si (% 34.55) de yükseköğretim mezunudur.

26-35 yaş grubunda yer alan 165 hanehalkı reisinin 150'si (% 90.91) evli ve geri kalan 15'i (% 9.09) ise bekâr olup 82'si (% 49.70) ev sahibi olarak, 78'i (% 47.27) kiracı ve 5'i (% 3.03) de lojmanda ikamet etmektedir.

Gruptaki hanehalkı reislerinin 24'ü (% 14.55) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 141'i (% 85.45) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 33'ünün (% 20.00) tasarruf yapabilmesine karşılık 132'sinin (% 80.00) tasarrufu yoktur.

c. 36-45 Yaş Grubu

128 (% 32.00) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 808 (% 35.96) ve işsiz sayısı ise 50'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 6.19 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 34.72'si bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.528.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.807.770 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 850.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 12.500.000 TL'dir.

19'u (% 14.84) 0 - 1.500.000 TL, 53'ü (% 41.41) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 28'si (% 21.88) 3.000.001 - 4.500.000 TL ve 11'i (% 8.59) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 17'si (% 13.28) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 60'ı (% 46.87) 3-5 ve 49'u (% 38.28) 6-8 ve 19'u (% 14.84) da 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

61'i (% 47.66) işçi, 16'sı (% 12.50) memur, 38'i (% 29.69) esnaf ve sanatkâr, 9'u (% 7.03) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 4'ü (% 3.12) çiftçi olan bu yaş grubundaki hanehalkı reislerinin 17'si (% 13.28) Emekli Sandığı'na, 69'u (% 53.91) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 36'sı (% 28.12) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 6'sı (% 4.69) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

57 (% 44.53) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 56'sı (% 43.75) ortaöğretim mezunu ve 15'i (% 11.72) de yükseköğretim mezunudur.

36-45 yaş grubunda yer alan 128 hanehalkı reisinin 128'i (% 100.00) de evli olup 65'i (% 50.78) ev sahibi olarak, 55'i (% 42.97) kiracı olarak ve 8'i (% 6.25) de lojmanda ikamet etmektedir.

Gruptaki hanehalkı reislerinin 33'ü (% 25.78) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 95'i (% 74.22) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı

reislerinden 11'inin (% 8.59) tasarruf yapabilmesine karşılık 117'si (% 91.41) yapamamıştır.

d. 46-55 Yaş Grubu

61 (% 15.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta, toplam fert sayısı 402 (% 17.90) ve işsiz sayısı 35'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 8.71 olmasına karşılık, toplam işsizlerin % 24.31'i bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.812.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.849.725 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 875.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.000.000 TL'dir.

13'ü (% 21.31) 0 - 1.500.000 TL, 24'ü (% 39.34) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 8'i (% 13.11) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 5'i (% 8.20) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 11'i (% 18.03) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 1'i (% 1.64) 1-2, 19'u (% 31.15) 3-5, 28'i (% 45.90) da 6-8 ve 13'ü (% 21.31) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

18'i (% 29.51) işçi, 3'ü (% 4.92) memur, 23'ü (% 37.70) esnaf ve sanatkâr, 9'u (% 14.75) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 8'i (% 13.11) çiftçi olan bu yaş grubundaki hanehalkı reislerinin 3'ü (% 4.92) Emekli Sandığı'na, 30'u (% 49.18) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 21'i (% 34.43) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 7'si (% 11.48) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

44 (% 72.13) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 15'i (% 24.59) ortaöğretim mezunu ve 2'si (% 3.28) de yükseköğretim mezunudur.

46-55 yaş grubunda yer alan 61 hanehalkı reisinin 61'i (% 100.00) evli olup, 53'ü (% 86.89) ev sahibi ve 8'i (% 13.11) kiracıdır.

Gruptaki hanehalkı reislerinin 8'i (% 13.11) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık, 53'ü (% 86.89) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 13'ünün (% 21.31) tasarruf yapabilmesine karşılık 48'inin (% 78.69) tasarrufu yoktur.

e. 56 + Yaş Grubu

26 (% 6.50) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 186 (% 8.28) ve işsiz sayısı 23'dür. Gruptaki işsizlik oranının % 12.37 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 15.97'si bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.485.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.633.782 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 750.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.050.000 TL'dir.

7'si (% 26.92) 0 - 1.500.000 TL, 7'si (% 26.92) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 5'i (% 19.23) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 1'i (% 3.85) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 6'sı (%23.08) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 1'i (% 3.85) 1-2, 8'i (% 30.77) 3-5, 7'si (% 26.92) 6-8 ve 10'u (% 38.46) da 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

3'ü (% 11.54) işçi, 2'si (% 7.69) memur, 12'si (% 46.15) esnaf ve sanatkâr, 2'si (% 7.69) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 7'si (% 26.92) çiftçi olan bu yaş grubundaki hanehalkı reislerinin 3'ü (% 11.54) Emekli Sandığı'na, 8'i (% 30.77) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 9'u (% 34.62) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 6'sı (% 23.08) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

19 (% 73.08) hanehalkı reisinin ilköğretim mezunu olduğu grupta hanehalkı reislerinin 6'sı (% 23.07) ortaöğretim mezunu ve 1'i (% 3.85) de yükseköğretim mezunudur.

56 + yaş grubunda yer alan 26 hanehalkı reisinin 25'i (% 96.15) evli ve geri kalan 1'i (% 3.85) ise bekâr olup 19'u (% 73.08) ev sahibi olarak, 7'si (% 26.92) kiracı olarak ikamet etmektedir.

Gruptaki hanehalkı reislerinin 3'ü (% 11.54) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 23'ü (% 88.46) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 6'sının (% 23.08) tasarruf yapabilme imkânına sahip iken, 20'si (% 76.92) bu imkânı elde edememişlerdir.

2. Gellrin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş grupları itibariyle tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinden ankette yer alan tüketim gruplarına yapmış oldukları harcamalar gerek mutlak ve gerekse nisbi olarak bu kısımda ele alınmıştır. (Tablo:15)

Tablo: 15

Yaş Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (TL, %)

Yaş Grupları Tüketim Grupları		12-25		26-35		36-45		46-55		56 +	
		Değer	%	Değer	%	Değer	%	Değer	%	Değer	%
Ay. Ort. Gelir TL		3.070.000	85.55	3.273.000	81.09	3.528.000	79.59	3.812.000	74.76	3.485.000	75.57
Ay.Ort.Tüketim TL		2.626.467		2.654.221		2.807.770		2.849.725		2.633.782	
Gıda Maddeleri	Zaruri Maddeler	775.450	25.26	746.050	22.79	837.910	23.75	889.360	23.33	882.770	25.33
	Keyfi Maddeler	214.270	6.98	172.560	5.27	169.600	4.81	173.930	4.56	182.580	5.24
Isıtma ve Aydınlatma Maddeleri		280.170	9.13	276.040	8.43	284.640	8.07	292.530	7.67	281.610	8.08
Giyim ve Ev Eşyası	Giyim	274.790	8.95	261.630	7.99	281.420	7.98	281.570	7.39	284.430	8.16
	Ev Eşyası	171.560	5.59	242.650	7.41	257.300	7.29	261.900	6.87	155.080	4.45
Kira ve Ev Bakımı		174.000	5.67	226.250	6.91	191.030	5.42	115.950	3.04	148.850	4.27
Müteferrik	Temizlik ve Sağlık	239.870	7.81	186.050	5.68	193.140	5.48	197.320	5.18	199.830	5.73
	Kültür-Eğitim ve Eğlence	88.929	2.90	77.691	2.37	107.160	3.04	97.055	2.55	104.790	3.01
	Ulaşım ve Haberleşme	309.620	10.08	347.670	10.62	349.940	9.92	408.060	10.70	303.890	8.72
	Diğer Harcamalar	97.808	3.19	117.630	3.59	135.630	3.84	132.050	3.46	89.952	2.58

12-25 yaş grubunda yer alan 20 tüketici, 3.070.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 775.450 TL'sini (% 25.26) zaruri maddelere, 214.270 TL'sini (% 6.98) keyfi maddelere, 280.170 TL'sini (% 9.13) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 274.790 TL'sini (% 8.95) giyime, 171.560 TL'sini (% 5.59) ev eşyasına, 174.000 TL'sini (% 5.67) kira ve ev bakımına, 239.870 TL'sini (% 7.81) temizlik ve sağlığa, 88.929 TL'sini (% 2.90) kültür-eğitim ve eğlenceye, 309.620 TL'sini (% 10.08) ulaşım ve haberleşmeye ve 97.808 TL'sini (% 3.19) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 85.55'ini (2.626.467 TL) harcarken geri kalan % 14.45'ini (443.533 TL) tasarruf etmişlerdir.

Aylık ortalama geliri 3.273.000 TL olan 165 tüketicinin yer aldığı 26-35 yaş grubunda, gelirin 746.050 TL'si (% 22.79) zaruri, 172.560 TL'si (% 5.27) keyfi, 276.040 TL'si (% 8.43) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 261.630 TL'si (% 7.99) giyime, 242.650 TL'si (% 7.41) ev eşyasına, 226.250 TL'si (% 6.91) kira ve ev bakımına, 186.050 TL'si (% 5.68) temizlik ve sağlığa, 77.691 TL'si (% 2.37)

kültür-eğitim ve eğlenceye, 347.670 TL'si (% 10.62) ulaşım ve haberleşmeye ve 117.630 TL'si (% 3.59) de diğer mal ve hizmetlere harcanmaktadır. Bu gruptaki tüketiciler, gelirlerinin % 81.09'unu (2.654.221 TL) tüketime ayırırken % 18.91'ini (618.779 TL) tasarruf etmişlerdir.

36-45 yaş grubunda 837.910 TL (% 23.75) zaruri, 169.600 TL (% 4.81) keyfi, 284.640 TL (% 8.07) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 281.420 TL (% 7.98) giyime, 257.300 TL (% 7.29) ev eşyasına, 191.030 TL (% 5.42) kira ve ev bakımına, 193.140 TL (% 5.48) temizlik ve sağlığa, 107.160 TL (% 3.04) kültür-eğitim ve eğlenceye, 349.940 TL (% 9.92) ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan 135.630 TL'yi (% 3.84) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Bu gruptaki tüketiciler ise, gelirlerinin % 79.59'unu (2.807.770 TL) tüketime harcarken % 20.41'ini (720.230 TL) tasarrufa ayırmışlardır.

3.812.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 889.360 TL'sini (% 23.33) zaruri, 173.930 TL'sini (% 4.56) keyfi, 292.530 TL'sini (% 7.67) ısıtma ve aydınlatma maddelerine , 281.570 TL'sini (% 7.39) giyime, 261.900 TL'sini (% 6.87) ev eşyasına, 115.950 TL'sini (% 3.04) kira ve ev bakımına, 197.320 TL'sini (% 5.18) temizlik ve sağlığa, 97.055 TL'sini (% 2.55) kültür-eğitim ve eğlenceye, 408.060 TL'sini (% 10.70) ulaşım ve haberleşmeye ve 132.050 TL'sini (% 3.46) de diğer mal ve hizmetlere harcayan 46-55 yaş grubundaki 61 tüketici, gelirlerinin % 74.76'sini (2.849.725 TL) tüketirken geri kalan % 25.24'lük (962.275 TL) kısmını tasarruf etmişlerdir.

56 + yaş grubundaki 26 tüketici ise 3.485.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinden 882.770 TL (% 25.33) zaruri, 182.580 TL (% 5.24) keyfi, 281.610 TL (% 8.08) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 284.430 TL (% 8.16) giyime, 155.080 TL (% 4.45) ev eşyasına, 148.850 TL (% 4.27) kira ve ev bakımına, 199.830 TL (% 5.73) temizlik ve sağlığa, 104.790 TL (% 3.01) kültür-eğitim ve eğlenceye, 303.890 TL (% 8.72) ulaşım ve haberleşmeye ve 89.952 TL (% 2.58) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Bu gruptaki tüketiciler ise gelirlerinin % 75.57'sini (2.633.782 TL) tüketime harcarken % 24.43'ünü (851.218 TL) de tasarrufa ayırmışlardır.

Sonuç olarak, aylık ortalama gelirlerinden tüketime ayırdıkları pay itibariyle 12-25 yaş grubundaki tüketiciler, % 85.55'lik pay ile ilk sırayı, 26-35 yaş grubu % 81.09 ile ikinci sırayı alırken bunları % 79.59'luk pay ile 36-45, % 75.57'lik pay ile 56 + ve % 74.76'lık pay ile 46-55 yaş grubundaki tüketiciler takip etmektedirler. Görüldüğü gibi, genç yaşta oldukça yüksek olan marjinal tüketim eğilimi, yaş ilerledikçe

-özellikle emeklilik yaşına (56) kadar- giderek azalmaktadır. 56 + yaş grubunda ise artma eğilimi göstermektedir. Bu durum, hayat devresi teorisini doğrulayan bir sonuçtur. Daha önceki kısımlarda belirtildiği gibi, hayat devresi teorisine göre, çalışma hayatına yeni başlayan gençler ile çalışma hayatlarını tamamlamış olan emeklilerin verimlilikleri düşük olduğundan gelirleri de düşüktür. Dolayısıyla, gelirlerin büyük bir kısmını -hatta gelirlerinden fazla- tüketirler. Orta yaşlarda artan verim nedeniyle gelir artmaktadır. Bu devrede kişi, geçmiş devredeki borçlarını ödediği gibi, emeklilik süresince yapacağı tüketimi finanse etmek amacıyla da tasarrufla bulunurlar. Buna göre, 12-25 ve 56 + yaş grubundaki tüketiciler toplu olarak gelirlerinin ortalama % 80.56'sını tüketirken diğer yaş gruplarındaki tüketiciler % 78.48'ini tüketmektedirler.

3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Daha önceki bölümlerde gelir ve meslek grupları için incelenen tüketim harcamaları ağırlıkları, bu bölümde yaş grupları dikkate alınarak incelenecektir. Tablo: 16, bu amaçla düzenlenmiştir.

Tablo: 16

Yaş Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (%)

Yaş Grupları Tüketim Grupları	12-25	26-35	36-45	46-55	56 +
Zaruri Maddeler	30.87	29.90	31.59	34.78	35.94
Keyfi Maddeler	7.67	6.69	6.28	6.23	7.25
Isıtma ve Aydın.	11.85	11.50	11.05	11.62	12.77
Giyim	9.77	9.53	9.35	9.40	10.07
Ev Eşyaları	6.22	8.72	8.74	7.61	3.99
Kira ve Ev Bak.	6.96	8.72	7.14	3.63	4.94
Temizlik ve Sağ.	9.05	7.15	7.10	7.32	8.30
Kül.-Eğit.ve Eğ.	3.19	2.78	3.66	3.58	3.68
Ulaşım ve Hab.	11.45	11.22	10.71	11.81	10.21
Diğer Harcama.	2.98	3.81	4.38	4.01	2.83
Genel Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

12-25 yaş grubundaki tüketiciler, aylık harcamalarının % 38.54'ünü gıda maddelerine (% 30.87 zaruri maddelere, % 7.67 keyfi maddelere), % 11.85'ini ısıtma

ve aydınlatma maddelerine, % 9.77'sini giyime, % 6.22'sini ev eşyalarına, % 6.96'sını kira ve ev bakımına, % 9.05'ini temizlik ve sağlığa, % 3.19'unu kültür-eğitim ve eğlenceye, % 11.45'ini ulaşım ve haberleşmeye, % 2.98'ini de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır.

26-35 yaş grubundaki tüketicilerin aylık harcamalarının % 29.90'ı zaruri, % 6.69'u keyfi, % 11.50'si ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.53'ü giyime, % 8.72'si ev eşyalarına, % 8.72'si kira ve ev bakımına, % 7.15'i temizlik ve sağlığa, % 2.78'i kültür-eğitim ve eğlenceye, % 11.22'si ulaşım ve haberleşmeye ve % 3.81'i de ankette ayrıca belirtilmeyen diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları harcamalardan oluşmaktadır.

Aylık harcamalarının % 31.59'unu zaruri, % 6.28'ini keyfi, % 11.05'ini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.35'ini giyime, % 8.74'ünü ev eşyalarına, % 7.14'ünü kira ve ev bakımına, % 7.10'unu temizlik ve sağlığa, % 3.66'sını kültür-eğitim ve eğlenceye, % 10.71'ini ulaşım ve haberleşmeye ayıran 36-45 yaş grubundaki tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 4.38'lik kısmını da diğer mal ve hizmetlere yönlendirmişlerdir.

46-55 yaş grubundaki tüketiciler, aylık harcamalarının % 41.01'ini gıda maddelerine (% 34.78'i zaruri, % 6.23'ü keyfi maddelere), % 11.62'sini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.40'ını giyime, % 7.61'ini ev eşyalarına, % 3.63'ünü kira ve ev bakımına, % 7.32'sini temizlik ve sağlığa, % 3.58'ini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 11.81'ini ulaşım ve haberleşmeye ve % 4.01'ini de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır.

56 + yaş grubundaki tüketicilerin aylık harcamalarının % 35.94'ü zaruri, % 7.25'i keyfi, % 12.77'si ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.07'si giyime, % 3.99'u ev eşyalarına, % 4.94'ü kira ve ev bakımına, % 8.30'u temizlik ve sağlığa, % 3.68'i kültür-eğitim ve eğlenceye, % 10.21'i ulaşım ve haberleşmeye ve % 2.83'ü de diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları harcamalardan oluşmaktadır.

Bu verilere göre, gıda maddelerine nisbi olarak en yüksek harcamayı 56 + yaş grubundaki (% 43.19), en düşük harcamayı da 26-35 yaş grubundaki (% 36.59) tüketiciler yapmışlardır. Aynı şekilde, ev eşyalarına en yüksek harcamayı % 8.74 ile 36-45, en düşük harcamayı da % 3.99 ile 56 + yaş grubundaki tüketiciler ve ulaşım ve haberleşmeye en yüksek harcamayı % 11.81 ile 46-55, en düşük harcamayı da % 10.21 ile 56 + yaş grubundaki tüketiciler gerçekleştirmiştir.

4. Yaş Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması

Tablo: 17 yardımıyla çeşitli yaş gruplarındaki tüketicilerin yapmış oldukları aylık ortalama harcamalar arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur.

Tablo: 17

Yaş Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar
Arasındaki İlişkiler

Yaş Grupları	Tüketim Grupları	Zaruri Madde	Keyfi Madde	Isıtma ve Aydınlat.	Giyim	Ev Eşyası	Kira ve Ev Bak.	Temizlik Sağlık	Kül-Eğit. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer
12-25	X ₁	775.450	214.270	280.170	274.790	171.560	174.000	239.870	88.929	309.620	97.808
	S	295.000	145.000	75.700	188.000	243.000	204.000	150.000	76.600	206.000	118.000
26-35	X ₂	746.050	172.560	276.040	261.630	242.650	226.250	186.050	77.691	347.670	117.630
	S	321.000	122.000	94.500	172.000	317.000	184.000	115.000	65.900	335.000	130.000
36-45	X ₃	837.910	169.600	284.640	281.420	257.300	191.030	193.140	107.160	349.940	135.630
	S	316.000	95.800	106.000	199.000	314.000	175.000	101.000	91.200	362.000	132.000
46-55	X ₄	889.360	173.930	292.530	281.570	261.900	115.950	197.320	97.055	408.060	132.050
	S	380.000	141.000	127.000	220.000	339.000	152.000	105.000	69.700	498.000	145.000
56 +	X ₅	882.770	182.580	281.610	284.430	155.080	148.850	199.830	104.790	303.890	89.952
	S	382.000	113.000	119.000	201.000	275.000	166.000	106.000	103.000	284.000	98.100
$t_{X_1 - X_2}$		0.42	1.24	0.22	0.30	-1.19	-1.09	1.55	0.63	-0.72	-0.70
$t_{X_1 - X_3}$		-0.87	1.34	-0.23	-0.15	-1.41	-0.35	1.35	-0.96	-0.72	-1.31
$t_{X_1 - X_4}$		-1.39	1.09	-0.53	-0.13	-1.30	1.17	1.18	-0.42	-1.25	-1.06
$t_{X_1 - X_5}$		-1.08	0.81	-0.05	-0.17	0.22	0.45	1.01	-0.60	0.08	0.24
$t_{X_2 - X_3}$		-2.45	0.23	-0.72	-0.90	-0.39	1.67	-0.56	-3.08	-0.05	-1.17
$t_{X_2 - X_4}$		-2.62	-0.07	-0.92	-0.64	-0.39	4.56	-0.70	-1.88	-0.88	-0.68
$t_{X_2 - X_5}$		-1.73	-0.42	-0.23	-0.55	1.47	2.17	-0.61	-1.30	0.71	1.27
$t_{X_3 - X_4}$		-0.92	-0.22	-0.42	-0.00	-0.09	3.01	-0.26	0.84	-0.81	0.16
$t_{X_3 - X_5}$		-0.56	-0.55	0.12	-0.07	1.68	1.17	-0.29	0.11	0.72	2.03
$t_{X_4 - X_5}$		0.07	-0.30	0.38	-0.06	1.54	-0.87	-0.10	-0.35	1.23	1.57

* - % 5 Önem Seviyesinde Anlamlı

** - % 1 Önem Seviyesinde Anlamlı

*** - % 0.1 Önem Seviyesinde Anlamlı

Tablo: 17'de görüldüğü gibi, 12-25 yaş grubundaki tüketicilerin zaruri maddelere yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 775.450 TL iken, bu tüketim grubuna 26-35 yaş grubundakiler 746.050 TL, 36-45 yaş grubundakiler 837.910 TL, 46-55 yaş grubundakiler 889.360 TL ve 56 + yaş grubundakiler 882.770 TL harcamışlardır. Zaruri maddelere yaptıkları harcamalar bakımından 26-35 ile 36-45 ve 26-35 ile 46-55 yaş grupları % 5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık olmasına ($t_{x2-x3}=-2.45$; $t_{x2-x4}=-2.62$, $P<0.05$) karşılık diğer gruplar arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir ($t_{x1-x2}=0.42$; $t_{x1-x3}=-0.87$; $t_{x1-x4}=-1.39$; $t_{x1-x5}=-1.08$; $t_{x2-x5}=-1.73$; $t_{x3-x4}=-0.92$; $t_{x3-x5}=-0.56$; $t_{x4-x5}=0.07$ ve $P>0.05$).

Keyfi maddelere yapılan toplam 912.940 TL'lik harcamanın 214.270 TL'si 12-25, 172.560 TL'si 26-35, 169.600 TL'si 36-45, 173.930 TL'si 46-55 ve 182.580 TL'si de 56 + yaş grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Keyfi maddelere yapılan harcamalar açısından gruplar arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($t_{x1-x2}=1.24$; $t_{x1-x3}=1.34$; $t_{x1-x4}=1.09$; $t_{x1-x5}=0.81$; $t_{x2-x3}=0.23$; $t_{x2-x4}=-0.07$; $t_{x2-x5}=-0.42$; $t_{x3-x4}=-0.22$; $t_{x3-x5}=-0.55$; $t_{x4-x5}=-0.30$ ve $P>0.05$).

Isıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan ortalama harcama tutarı; 12-25 yaş grubunda 280.170 TL, 26-35 yaş grubunda 276.040 TL, 36-45 yaş grubunda 284.640 TL, 46-55 yaş grubunda 292.530 TL ve 56 + yaş grubunda da 281.610 TL'dir. Isıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan harcamalar bakımından da gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($t_{x1-x2}=0.22$; $t_{x1-x3}=-0.23$; $t_{x1-x4}=-0.53$; $t_{x1-x5}=-0.05$; $t_{x2-x3}=-0.72$; $t_{x2-x4}=-0.92$; $t_{x2-x5}=-0.23$; $t_{x3-x4}=-0.42$; $t_{x3-x5}=0.12$; $t_{x4-x5}=0.38$, $P>0.05$).

12-25 yaş grubundaki tüketicilerin giyime yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 274.790 TL iken, bu tüketim grubuna 26-35 yaş grubundakiler 261.630 TL, 36-45 yaş grubundakiler 281.420 TL, 46-55 yaş grubundakiler 281.570 TL ve 56 + yaş grubundakiler de 284.430 TL harcamışlardır. Aynı zamanda söz konusu yaş gruplarındaki tüketicilerin giyime yapmış oldukları harcamalar arasında ortaya çıkan farklılığın anlamsız olduğu görülmüştür ($t_{x1-x2}=0.30$; $t_{x1-x3}=-0.15$; $t_{x1-x4}=-0.13$; $t_{x1-x5}=-0.17$; $t_{x2-x3}=-0.90$; $t_{x2-x4}=-0.64$; $t_{x2-x5}=-0.55$; $t_{x3-x4}=0.00$;

$t_{x3-x5}=-0.07$; $t_{x4-x5}=-0.06$, $P>0.05$).

Ev eşyalarına; 12-25 yaş grubundaki tüketiciler 171.560 TL, 26-35 yaş grubundakiler 242.650 TL, 36-45 yaş grubundakiler 257.300 TL, 46-55 yaş grubundakiler 261.900 TL ve 56 + yaş grubundakiler de 155.080 TL harcamaktadırlar. Ev eşyalarına yapılan harcamalar arasında da anlamlı bir fark bulunmamıştır ($t_{x1-x2}=-1.19$; $t_{x1-x3}=-1.41$; $t_{x1-x4}=-1.30$; $t_{x1-x5}=0.22$; $t_{x2-x3}=-0.39$; $t_{x2-x4}=-0.39$; $t_{x2-x5}=1.47$; $t_{x3-x4}=-0.09$; $t_{x3-x5}=1.68$; $t_{x4-x5}=1.54$, $P>0.05$).

Kira ve ev bakımına yapılan toplam 856.080 TL'lik harcamanın 174.000 TL'si 12-25, 226.250 TL'si 26-35, 191.030 TL'si 36-45, 115.650 TL'si 46-55 ve 148.850 TL'si de 56 + yaş grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. 26-35 ile 56 + yaş grubundaki tüketicilerin kira ve ev bakımına yapmış oldukları harcamalar arasında % 5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık vardır ($t_{x2-x5}=2.17$, $P<0.05$). Bu farklılık, 36-45 ile 46-55 yaş grupları arasında % 1, 26-35 ile 46-55 yaş grupları arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlıdır ($t_{x3-x4}=3.01$, $P<0.01$; $t_{x2-x4}=4.56$, $P<0.001$). Bunun yanısıra, diğer gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($t_{x1-x2}=-1.09$; $t_{x1-x3}=-0.35$; $t_{x1-x4}=1.17$; $t_{x1-x5}=0.45$; $t_{x2-x3}=1.67$; $t_{x3-x5}=1.17$; $t_{x4-x5}=-0.87$ ve $P>0.05$).

Temizlik ve sağlığa yapılan ortalama harcama tutarı; 12-25 yaş grubunda 239.870 TL, 26-35 yaş grubunda 186.050 TL, 36-45 yaş grubunda 193.140 TL, 46-55 yaş grubunda 197.320 TL ve 56 + yaş grubunda da 199.830 TL'dir. Temizlik ve sağlığa yapılan harcamalar bakımından gruplar arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($t_{x1-x2}=1.55$; $t_{x1-x3}=1.35$; $t_{x1-x4}=1.18$; $t_{x1-x5}=1.01$; $t_{x2-x3}=-0.56$; $t_{x2-x4}=-0.70$; $t_{x2-x5}=-0.61$; $t_{x3-x4}=-0.26$; $t_{x3-x5}=-0.29$; $t_{x4-x5}=-0.10$, $P>0.05$).

12-25 yaş grubundaki tüketicilerin kültür-eğitim ve eğlenceye yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 88.929 TL iken, bu tüketim grubuna 26-35 yaş grubundakiler 77.691 TL, 36-45 yaş grubundakiler 107.160 TL, 46-55 yaş grubundakiler 97.055 TL ve 56 + yaş grubundakiler de 104.790 TL harcamışlardır. 26-35 ile 36-45 yaş gruplarının kültür-eğitim ve eğlenceye yaptıkları harcamalar arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı bir fark olmasına ($t_{x2-x3}=-3.08$, $P<0.01$)

karşılık diğer gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($t_{x1-x2}=0.63$; $t_{x1-x3}=-0.96$; $t_{x1-x4}=-0.42$; $t_{x1-x5}=-0.60$; $t_{x2-x4}=-1.88$; $t_{x2-x5}=-1.30$; $t_{x3-x4}=0.84$; $t_{x3-x5}=0.11$; $t_{x4-x5}=-0.35$, $P>0.05$).

Ulaşım ve haberleşmeye; 12-25 yaş grubundaki tüketiciler 309.620 TL, 26-35 yaş grubundakiler 347.670 TL, 36-45 yaş grubundakiler 349.940 TL, 46-55 yaş grubundakiler 408.060 TL ve 56 + yaş grubundakiler de 303.890 TL harcamışlardır. Yaş grupları itibariyle tüketicilerin ulaşım ve haberleşmeye yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($t_{x1-x2}=-0.72$; $t_{x1-x3}=-0.72$; $t_{x1-x4}=-1.25$; $t_{x1-x5}=0.08$; $t_{x2-x3}=-0.05$; $t_{x2-x4}=-0.88$; $t_{x2-x5}=0.71$; $t_{x3-x4}=-0.81$; $t_{x3-x5}=0.72$; $t_{x4-x5}=1.23$, $P>0.05$).

Diğer mal ve hizmetlere yapılan toplam 573.070 TL'lik harcamanın 97.808 TL'si 12-25, 117.630 TL'si 26-35, 135.630 TL'si 36-45, 132.050 TL'si 46-55 ve 89.952 TL'si de 56 + yaş grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. 36-45 ile 56 + yaş grubundaki tüketicilerin diğer mal ve hizmetlere yaptıkları harcamalar arasında % 5 önem seviyesinde anlamlı bir fark bulunmuştur ($t_{x3-x5}=2.03$, $P<0.05$). Buna karşılık, diğer gruplar arasında ortaya çıkan farklılığın anlamlı olmadığı görülmüştür ($t_{x1-x2}=-0.70$; $t_{x1-x3}=-1.31$; $t_{x1-x4}=-1.06$; $t_{x1-x5}=0.24$; $t_{x2-x3}=-1.17$; $t_{x2-x4}=-0.68$; $t_{x2-x5}=1.27$; $t_{x3-x4}=0.16$; $t_{x4-x5}=1.57$ ve $P>0.05$).

D. Eğitim Gruplarına Göre Tüketim Harcamaları

"Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi"nin uygulandığı 400 hanehalkı reisi, eğitim durumları itibariyle, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim olmak üzere 3 gruba ayrılmıştır. Ortaokul ve lise mezunları ortaöğretim grubunda yer alırken yüksekokul ve fakülte mezunları da yükseköğretim grubunda yer almıştır.

1. Tüketicilerin Genel Özellikleri

Tablo: 18'de eğitim durumları itibariyle tüketicilerin genel özellikleri ortaya konulmuştur.

Tablo: 18

Eğitim Grupları İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri

Eğitim Grupları		İlköğretim		Ortaöğretim		Yükseköğretim	
Özellikler		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Medeni Hal	Evli	152	98.70	150	88.24	67	88.16
	Bekâr	2	1.30	20	11.76	9	11.84
Barınma Durumu	Ev Sahibi	104	67.53	99	58.24	32	42.11
	Kiracı	49	31.82	68	40.00	35	46.05
	Lojman	1	0.65	3	1.76	9	11.84
Sos. Gv. Dur.	Emekli San.	6	3.90	30	17.65	33	43.43
	SSK	78	50.65	85	50.00	24	31.58
	Bağ-kur	46	29.87	49	28.82	15	19.74
	Bağlı Değil	24	15.58	6	3.53	4	5.26
Koop. Üye		23	14.94	31	18.24	16	21.05
Tasarruf		17	11.04	26	15.29	24	31.58
0 TL		46	29.87	25	14.71	7	9.21
1.500.001 TL		54	35.06	76	44.71	19	25.00
3.000.001 TL		36	23.38	30	17.65	20	26.32
4.500.001 TL		7	4.55	19	11.18	11	14.47
6.000.001 TL		11	7.14	20	11.76	19	25.00
6.000.001 TL+		11	7.14	20	11.76	19	25.00
Meslek Grupları	İşçi	66	42.86	73	42.94	15	19.74
	Memur	5	3.25	29	17.06	31	40.79
	Es. ve San.	54	35.06	56	32.94	15	19.74
	Serb. Mes. Sah.veTüc.	7	4.55	11	6.47	15	19.74
	Çiftçi	22	14.29	1	0.59	-	-
Yaş Grupları	12-25	4	2.60	15	8.82	1	1.32
	26-35	30	19.48	78	45.88	57	75.00
	36-45	57	37.01	56	32.94	15	19.74
	46-55	44	28.57	15	8.82	2	2.64
	56 +	19	12.34	6	3.53	1	1.32
Geçindirilen Fert Sayısı	1-2	1	0.65	7	4.12	10	13.16
	3-5	48	31.17	107	62.94	53	69.74
	6-8	70	45.45	42	24.71	12	15.79
	9 +	35	22.73	14	8.24	1	1.32

a. İlköğretim Grubu

154 (% 38.50) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 1045 (% 46.53) ve işsiz sayısı 87'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 8.33 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 60.42'si bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin

2.905.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.437.701 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.050.000 TL'dir.

46'sı (% 29.87) 0 - 1.500.000 TL, 54'ü (% 35.06) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 36'sı (% 23.38) 3.000.001 - 4.500.000 TL ve 7'si (% 4.55) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 11'i (% 7.14) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 152'si (% 98.70) evli olup geri kalan 2'si (% 1.30) bekârdır.

66'sı (% 42.86) işçi, 5'i (% 3.25) memur, 54'ü (% 35.06) esnaf ve sanatkâr, 7'si (% 4.55) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 22'si (% 14.29) çiftçi olan bu eğitim grubundaki hanehalkı reislerinin 6'sı (% 3.90) Emekli Sandığı'na, 78'i (% 50.65) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 46'sı (% 29.87) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 24'ü (% 15.58) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Hanehalkı reislerinden 104'ü (% 67.53) ev sahibi, 49'u (% 31.82) kiracı olarak ve geri kalan 1'i (% 0.65) de lojmanda ikamet etmektedirler.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 4'ü (% 2.60) 12-25, 30'u (% 19.48) 26-35, 57'si (% 37.01) 36-45, 44'ü (% 28.57) 46-55 ve 19'u (% 12.34) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 1'i (% 0.65) 1-2, 48'i (% 31.17) 3-5, 70'i (% 45.45) 6-8 ve 35'i (% 22.73) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 23'ü (% 14.94) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 131'i (% 85.06) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 17'sinin (% 11.04) tasarruf yapabilmesine karşılık 137'si (% 88.96) herhangi bir tasarruf yapamamıştır.

b. Ortaöğretim Grubu

170 (% 42.50) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 889 (% 39.58) ve işsiz sayısı 52'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 5.85 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 36.11'i bu grupta yer almıştır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.495.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.777.600 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 800.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir.

25'i (% 14.71) 0 - 1.500.000 TL, 76'sı (% 44.71) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 30'u (% 17.65) 3.000.001 - 4.500.000 TL ve 19'u (% 11.18) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 20'si (% 11.76) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 150'si (% 88.24) evli olup geri kalan 20'si (% 11.76) bekârdır.

73'ü (% 42.94) işçi, 29'u (% 17.06) memur, 56'sı (% 32.94) esnaf ve sanatkâr, 11'i (% 6.47) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 1'i (% 0.59) çiftçi olan bu

eğitim grubundaki hanehalkı reislerinin 30'u (% 17.65) Emekli Sandığı'na, 85'i (% 50.00) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 49'u (% 28.82) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 6'sı (% 3.53) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Hanehalkı reislerinden 99'u (% 58.24) ev sahibi, 68'i (% 40.00) kiracı olarak ve geri kalan 3'ü (% 1.76) de lojmanda ikamet etmektedirler.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 15'i (% 8.82) 12-25, 78'i (% 45.88) 26-35, 56'sı (% 32.94) 36-45, 15'i (% 8.82) 46-55 ve 6'sı (% 3.53) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 7'si (% 4.12) 1-2, 107'si (% 62.94) 3-5, 42'si (% 24.71) 6-8 ve 14'ü (% 8.24) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 31'i (% 18.24) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 139'u (% 81.76) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 26'sının (% 15.29) tasarruf yapabilmesine karşılık 144'ün (% 84.71) tasarrufu yoktur.

c. Yükseköğretim Grubu

76 (% 19.00) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 312 (% 13.89) ve işsiz sayısı 5'dir. Gruptaki işsizlik oranının % 1.60 olmasına karşılık toplam işsizlerin % 3.47'si bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 4.404.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 3.218.220 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 1.100.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.000.000 TL'dir.

7'si (% 9.21) 0 - 1.500.000 TL, 19'u (% 25.00) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 20'si (% 26.32) 3.000.001 - 4.500.000 TL ve 11'i (% 14.47) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 19'u (% 25.00) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 67'si (% 88.16) evli olup geri kalan 9'u (% 11.84) bekârdır.

15'i (% 19.74) işçi, 31'i (% 40.79) memur, 15'i (% 19.74) esnaf ve sanatkâr, 15'i (% 19.74) serbest meslek sahibi ve tüccar olan bu eğitim grubundaki hanehalkı reislerinin 33'ü (% 43.43) Emekli Sandığı'na, 24'ü (% 31.58) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 15'i (% 19.74) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 4'ü (% 5.26) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Hanehalkı reislerinden 32'si (% 42.11) ev sahibi, 35'i (% 46.05) kiracı olarak ve geri kalan 9'u (% 11.84) de lojmanda ikamet etmektedirler.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 1'i (% 1.32) 12-25, 57'si (% 75.00) 26-35, 15'i (% 19.74) 36-45, 2'si (% 2.64) 46-55 ve 1'i (% 1.32) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 10'u (% 13.16) 1-2, 53'ü (% 69.74)

3-5, 12'si (% 15.79) 6-8 ve 1'i (% 1.32) ise 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 16'sı (% 21.05) bir yapı kooperatiline üye olmasına karşılık 60'ı (% 78.95) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 24'ünün (% 31.58) tasarruf yapabilmesine karşılık 52'si (% 68.42) yapamamıştır.

2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Çalışmanın bu aşamasında, eğitim grupları itibadiyle tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinden ankette belirtilen başlıca 10 tüketim grubuna yapmış oldukları harcamalar hem mutlak hem de nisbi olarak ele alınıp incelenmiştir. Bu durum Tablo: 19'da görülmektedir.

Tablo: 19

Eğitim Grupları İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (TL, %)

Eğitim Grupları Tüketim Grupları		İlköğretim		Ortaöğretim		Yükseköğretim	
		Değer	%	Değer	%	Değer	%
Ay. Ort. Gelir TL		2.905.000	83.92	3.495.000	79.47	4.404.000	73.07
Ay.Ort.Tüketim TL		2.437.701		2.777.600		3.218.220	
Gıda Maddeleri	Zaruri Maddeler	796.140	27.41	794.120	22.72	861.280	19.56
	Keyfi Maddeler	158.400	5.45	192.360	5.50	167.470	3.80
Isıtma ve Aydınlatma Maddeleri		257.910	8.88	293.480	8.40	304.490	6.91
Giyim ve Ev Eşyası	Giyim	239.350	8.24	279.920	8.01	326.440	7.41
	Ev Eşyası	227.190	7.82	244.600	7.00	261.100	5.93
Kira ve Ev Bakımı		133.250	4.59	199.450	5.71	286.570	6.51
Müteferrik	Temizlik ve Sağlık	183.100	6.30	193.610	5.54	214.970	4.88
	Kültür-Eğitim ve Eğlence	77.268	2.66	98.500	2.82	109.400	2.48
	Ulaşım ve Haberleşme	267.920	9.22	350.120	10.02	531.100	12.06
	Diğer Harcamalar	97.173	3.35	131.440	3.76	155.400	3.53

2.905.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 796.140 TL'sini (% 27.41) zaruri, 158.400 TL'sini (% 5.45) keyfi, 257.910 TL'sini (% 8.88) ısıtma ve

aydınlatma maddelerine , 239.350 TL'sini (% 8.24) giyime, 227.190 TL'sini (% 7.82) ev eşyasına, 133.250 TL'sini (% 4.59) kira ve ev bakımına, 183.100 TL'sini (% 6.30) temizlik ve sağlığa, 77.268 TL'sini (% 2.66) kültür-eğitim ve eğlenceye, 267.920 TL'sini (% 9.22) ulaşım ve haberleşmeye ve 97.173 TL'sini (% 3.35) de diğer mal ve hizmetlere harcayan ilköğretim mezunu 154 tüketici, gelirlerinin % 83.92'sini (2.437.701 TL) tüketirken, geri kalan % 16.08'lik (467.299 TL) kısmını tasarruf etmişlerdir.

Ortaöğretim grubunda yer alan 170 tüketici, 3.495.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 794.120 TL'sini (% 22.72) zaruri maddelere, 192.360 TL'sini (% 5.50) keyfi maddelere, 293.480 TL'sini (% 8.40) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 279.920 TL'sini (% 8.01) giyime, 244.600 TL'sini (% 7.00) ev eşyasına, 199.450 TL'sini (% 5.71) kira ve ev bakımına, 193.610 TL'sini (% 5.54) temizlik ve sağlığa, 98.500 TL'sini (% 2.82) kültür-eğitim ve eğlenceye, 350.120 TL'sini (% 10.02) ulaşım ve haberleşmeye ve 131.440 TL'sini (% 3.76) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 79.47'sini (2.777.600 TL) harcarken, geri kalan % 20.53'ünü (717.400 TL) tasarruf etmişlerdir.

Yükseköğretim grubundaki 76 tüketici ise 4.404.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinden 861.280 TL (% 19.56) zaruri, 167.470 TL (% 3.80) keyfi, 304.490 TL (% 6.91) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 326.440 TL (% 7.41) giyime, 261.100 TL (% 5.93) ev eşyasına, 286.570 TL (% 6.51) kira ve ev bakımına, 214.970 TL (% 4.88) temizlik ve sağlığa, 109.400 TL (% 2.48) kültür-eğitim ve eğlenceye, 531.100 TL (% 12.06) ulaşım ve haberleşmeye ve 155.400 TL (% 3.53) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Bu gruptaki tüketiciler ise gelirlerinin % 73.07'sini (3.218.220 TL) tüketime harcarken, % 26.93'ünü (1.185.780 TL) de tasarrufa ayırmışlardır.

Sonuç olarak, eğitim seviyesi yükseldikçe tüketicilerin marjinal tüketim eğilimleri azalmaktadır. Şöyle ki, ilköğretim grubunda % 83.92 olan marjinal tüketim eğilimi, ortaöğretim grubunda % 79.47 ve yükseköğretim grubunda da % 73.07'dir. Gelir seviyesi yüksek olan tüketiciler, zorunlu ihtiyaçlarını yeterince karşıladıklarından gelirlerinin bir kısmını tasarrufa ayırırlar. Eğitim seviyesinin yükselmesi karşısında marjinal tüketim eğiliminin azalması, eğitim seviyesi yüksek kişilerin daha iyi işlerde çalışmaları ve dolayısıyla daha yüksek gelir elde etmelerinden kaynaklanmaktadır. Tablo: 19'da da görüldüğü gibi, ilköğretim grubundaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 2.905.000 TL iken yükseköğretim grubundaki tüketicilerinki 4.404.000 TL'dir. Ayrıca, eğitim seviyesi yükseldikçe tüketicilerin gıda maddelerine,

ısıtma ve aydınlatma maddelerine, giyime, ev eşyalarına ve temizlik ve sağlığa yaptıkları harcamaların gelir içindeki payı giderek azalırken, kira ve ev bakımına ve ulaşım ve haberleşmeye yaptıkları harcamaların gelir içindeki payı giderek artmaktadır. Bu, eğitim seviyesi yüksek olanların statülerine uygun evlerde barınmalarından, büyük bir çoğunluğunun otomobil sahibi olmasından ve daha fazla seyahat etmesinden kaynaklanmaktadır.

3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Bu kısımda ise, söz konusu tüketim gruplarına yapılan aylık ortalama harcamalar, toplam harcamalara oranlanmak suretiyle tüketici fiyatları indeksinde yer alan ağırlıklar eğitim grupları itibariyle ortaya konulmuştur. (Tablo: 20)

Tablo: 20

Eğitim Grupları İtibariyle Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (%)

Eğitim Grupları Tüketim Grupları	İlköğretim	Ortaöğretim	Yükseköğretim
Zaruri Maddeler	35.03	30.36	27.93
Keyfi Maddeler	6.72	7.04	5.24
Isıtma ve Aydın.	11.87	11.62	10.28
Giyim	9.04	9.79	9.79
Ev Eşyaları	8.02	8.18	7.99
Kira ve Ev Bak.	5.39	7.52	9.57
Temizlik ve Sağ.	7.96	7.01	6.73
Kül.-Eğit.ve Eğ.	2.95	3.45	3.47
Ulaşım ve Hab.	9.63	10.89	14.56
Diğer Harcama.	3.39	4.15	4.45
Genel Toplam	100.00	100.00	100.00

Aylık harcamalarının % 35.03'ünü zaruri, % 6.72'sini keyfi, % 11.87'sini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.04'ünü giyime, % 8.02'sini ev eşyalarına, % 5.39'unu kira ve ev bakımına, % 7.96'sını temizlik ve sağlığa, % 2.95'ini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 9.63'ünü ulaşım ve haberleşmeye ayıran ilköğretim mezunu tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 3.39'luk kısmını da diğer mal ve hizmetlere yönlendirmişlerdir.

Ortaöğretim mezunu tüketiciler, aylık harcamalarının % 37.40'ını gıda maddelerine (% 30.36 zaruri maddelere, % 7.04 keyfi maddelere), % 11.62 ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.79'unu giyime, % 8.18'ini ev eşyalarına, % 7.52'sini kira ve ev bakımına, % 7.01'ini temizlik ve sağlığa, % 3.45'ini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 10.89'unu ulaşım ve haberleşmeye, % 4.15'ini de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır.

Yükseköğretim mezunu tüketicilerin aylık harcamalarının % 27.93'ü zaruri, % 5.24'ü keyfi, % 10.28'i ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.79'u giyime, % 7.99'u ev eşyalarına, % 9.57'si kira ve ev bakımına, % 6.73'ü temizlik ve sağlığa, % 3.47'si kültür-eğitim ve eğlenceye, % 14.56'sı ulaşım ve haberleşmeye ve % 4.45'i de ankette ayrıca belirtilmeyen diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları harcamalardan oluşmuştur.

Tablo: 20'den de görülebileceği gibi, eğitim seviyesi yükseldikçe tüketicilerin gıda maddelerine, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, temizlik ve sağlığa yaptıkları nisbi harcamalar giderek azalırken giyime, kira ve ev bakımına, kültür-eğitim ve eğlenceye, ulaşım ve haberleşmeye ve diğer mal ve hizmetlere yaptıkları nisbi harcamalar ise giderek artmaktadır. Mesela, ilköğretim mezunları, toplam harcamalarının % 41.75'ini gıda maddesine ayırırken yükseköğretim mezunları ancak % 33.17'sini ayırmışlardır. Yine kültür-eğitim ve eğlenceye ilköğretim mezunları % 2.95 oranında harcamada bulunurken bu oran yükseköğretim mezunlarında % 3.47'dir.

4. Eğitim Gruplarına Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması

Farklı eğitim gruplarındaki tüketicilerin yapmış oldukları aylık ortalama harcamalar arasındaki ilişkiler Tablo: 21 yardımıyla ele alınıp bu kısımda incelenmiştir.

Tablo: 21'den de görüldüğü gibi, zaruri maddelere yapılan toplam 2.451.540 TL'lik harcamanın 796.140 TL'si ilköğretim, 794.120 TL'si ortaöğretim ve 861.280 TL'si de yükseköğretim grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Zaruri maddelere yaptıkları harcamalar açısından gruplar arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($t_{x1-x2}=0.06$; $t_{x1-x3}=-1.43$; $t_{x2-x3}=-1.53$, $P>0.05$).

Tablo: 21

Eğitim Grupları İtibariyle Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar

Arasındaki İlişkiler

Eğitim Grupları	Tüketim Grupları	Zaruri Madde	Keyfi Madde	Isıtma ve Aydınlat.	Giyim	Ev Eşyası	Kira ve Ev Bak.	Temizlik Sağlık	Kül-Eğit. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer
İlköğretim	X ₁	796.140	158.400	257.910	239.350	227.190	133.250	183.100	77.268	267.920	97.173
	S	335.000	99.200	101.000	187.000	319.000	141.000	101.000	72.700	310.000	116.000
Ortaöğretim	X ₂	794.120	192.360	293.480	279.920	244.600	199.450	193.610	98.500	350.120	131.440
	S	315.000	129.000	102.000	177.000	320.000	178.000	116.000	87.300	360.000	137.000
Yükseköğretim	X ₃	861.280	167.470	304.490	326.440	261.100	286.570	214.970	109.400	531.100	155.400
	S	324.000	123.000	107.000	216.000	291.000	211.000	116.000	68.400	416.000	136.000
$t_{X_1 - X_2}$		0.06	-2.67 *	-3.15 **	-2.00 **	-0.49	-3.73 ***	-0.87	-2.39 *	-2.21 *	-2.44 *
$t_{X_1 - X_3}$		-1.43	-0.56	-3.15 **	-3.01 **	-0.81	-5.74 ***	-2.04 *	-3.28 **	-4.89 ***	-3.20 **
$t_{X_2 - X_3}$		-1.53	1.44	-0.76	-1.65	-0.40	-3.14 ***	-1.33	-1.06	-3.28 **	-1.27

* - % 5 Önem Seviyesinde Anlamlı

** - % 1 Önem Seviyesinde Anlamlı

*** - % 0.1 Önem Seviyesinde Anlamlı

İlköğretim grubunun keyfi maddelere yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 158.400 TL iken, bu tüketim grubuna ortaöğretim grubundakiler 192.360 TL ve yükseköğretim grubundakiler de 167.470 TL harcamışlardır. İlköğretim grubu ile ortaöğretim grubunun keyfi maddelere yaptıkları harcamalar arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı bir fark bulunmasına ($t_{X_1 - X_2} = -2.67$, $P < 0.01$) rağmen diğer gruplar arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($t_{X_1 - X_3} = -0.56$; $t_{X_2 - X_3} = 1.44$, $P > 0.05$).

Isıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan ortalama harcama tutarı; ilköğretim grubunda 237.910 TL, ortaöğretim grubunda 293.480 TL ve yükseköğretim grubunda 304.490 TL'dir. Isıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan harcamalar bakımından ortaöğretim grubu ile yükseköğretim grubu arasında anlamlı bir fark bulunamazken ($t_{X_2 - X_3} = -0.76$, $P > 0.05$) diğer gruplar arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür ($t_{X_1 - X_2} = -3.15$; $t_{X_1 - X_3} = -3.15$, $P < 0.01$).

Giyime; ilköğretim grubundaki tüketiciler 239.350 TL, ortaöğretim grubundakiler 279.920 TL ve yükseköğretim grubundakiler de 326.440 TL harcamışlardır. Giyime yapılan harcamalar bakımından ortaöğretim grubu ile

yükseköğretim grubu arasında anlamlı bir fark görülmezken ($t_{x2-x3}=-1.65$, $P> 0.05$) ilköğretim grubu ile ortaöğretim grubu arasında % 5 ve ilköğretim grubu ile ortaöğretim grubu arasında da % 1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık görülmüştür ($t_{x1-x2}=-2.00$, $P< 0.05$; $t_{x1-x3}=-3.01$, $P< 0.01$).

Ev eşyasına yapılan toplam 732.890 TL'lik harcamanın 227.190 TL'si ilköğretim, 244.600 TL'si ortaöğretim ve 261.100 TL'si de yükseköğretim grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Ev eşyalarına yaptıkları harcamalar açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($t_{x1-x2}=-0.49$; $t_{x1-x3}=-0.81$; $t_{x2-x3}=-0.40$, $P>0.05$).

İlköğretim grubunun kira ve ev bakımına yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 133.250 TL iken, bu tüketim grubuna ortaöğretim grubundakiler 199.450 TL ve yükseköğretim grubundakiler de 286.570 TL harcamışlardır. Ortaöğretim grubu ile yükseköğretim grubundakilerin kira ve ev bakımına yaptıkları harcamalar arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı bir fark bulunurken ($t_{x2-x3}=-3.14$, $P<0.01$) diğer gruplar arasında bu fark % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur ($t_{x1-x2}=-3.73$; $t_{x1-x3}=-5.74$, $P<0.001$).

Temizlik ve sağlığa yapılan ortalama harcama tutarı; ilköğretim grubunda 183.100 TL, ortaöğretim grubunda 193.610 TL ve yükseköğretim grubunda 214.970 TL'dir. Temizlik ve sağlığa yapılan harcamalar bakımından ilköğretim grubu ile yükseköğretim grubu arasında % 5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunurken ($t_{x1-x3}=-2.04$, $P<0.05$) diğer gruplar arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($t_{x1-x2}=-0.87$; $t_{x2-x3}=-1.33$, $P> 0.05$).

Kültür-eğitim ve eğlenceye; ilköğretim grubundaki tüketiciler 77.268 TL, ortaöğretim grubundakiler 98.500 TL ve yükseköğretim grubundakiler 109.400 TL harcamışlardır. Ortaöğretim grubu ile yükseköğretim grubunun kültür-eğitim ve eğlenceye yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir fark tesbit edilemezken ($t_{x2-x3}=-1.06$, $P>0.05$) ilköğretim grubu ile ortaöğretim grubu arasında % 5 ve yine ilköğretim grubu ile yükseköğretim grubu arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı bir fark görülmüştür ($t_{x1-x2}=-2.39$, $P<0.05$; $t_{x1-x3}=-3.28$, $P<0.01$).

Ulaşım ve haberleşmeye yapılan toplam 1.149.140 TL'lik harcamanın 267.920

TL'si ilköğretim, 350.120 TL'si ortaöğretim ve 531.100 TL'si de yükseköğretim grubundaki tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Ulaşım ve haberleşmeye yaptıkları harcamalar açısından ilköğretim grubu ile ortaöğretim grubu arasında % 5, ortaöğretim grubu ile yükseköğretim grubu arasında % 1 ve ilköğretim grubu yükseköğretim grubu arasında % 0.1 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık tesbit edilmiştir ($t_{x1-x2}=-2.21$, $P<0.05$, $t_{x2-x3}=-3.28$, $P<0.01$; $t_{x1-x3}=-4.89$, $P<0.001$).

İlköğretim grubunun diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 97.173 TL iken, bu tüketim grubuna ortaöğretim grubundakiler 131.440 TL ve yükseköğretim grubundakiler de 155.400 TL harcamaktadırlar. Ortaöğretim grubu ile yükseköğretim grubundakilerin diğer mal ve hizmetlere yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir fark görülmezken ($t_{x2-x3}=-1.27$, $P>0.05$), ilköğretim grubu ile ortaöğretim grubu arasında % 5 ve yine ilköğretim grubu ile yükseköğretim grubu arasında % 1 önem seviyesinde anlamlı farklılık görülmüştür ($t_{x1-x2}=-2.44$, $P<0.05$; $t_{x1-x3}=-3.20$, $P<0.01$).

E. Tüketicilerin Medeni Hallerine Göre Tüketim Harcamaları

Daha önceki kısımlarda tüketiciler, iktisadi ve demografik özelliklerine (gelir, meslek, yaş, eğitim vs.) göre çeşitli gruplara ayrılarak ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bu kısımda ise, tüketiciler yine demografik özelliklerine göre, fakat bu defa medeni hallerine göre evli ve bekâr olmak üzere 2 gruba ayrılmak suretiyle incelenmiştir.

1. Tüketicilerin Genel Özellikleri

Medeni halleri itibarıyla 2 gruba ayrılan tüketicilerin gelir, meslek, yaş, eğitim gruplarına, sosyal güvenlik durumuna göre dağılımı gibi tanıtıcı bazı genel özellikleri Tablo: 22 yardımıyla ortaya konulmaktadır.

Tablo: 22

Medeni Halleri İtibariyle Tüketicilerin Genel Özellikleri

Medeni Hal	Özellikler	Evliler		Bekârlar	
		Sayı	%	Sayı	%
Eğitim Grupları	İlköğr.	152	41.19	2	6.45
	Ortaöğr.	150	40.65	20	64.52
	Yükseköğr.	67	18.16	9	29.03
Barınma Durumu	Ev Sahibi	213	57.72	22	70.97
	Kiracı	143	38.75	9	29.05
	Lojman	13	3.52	-	-
Sos. Gv. Dur.	Emekli San.	62	16.80	7	22.58
	SSK	176	47.70	11	35.48
	Bağ-kur	103	27.91	7	22.58
	Bağlı Değil	28	7.59	6	19.35
	Koop. Üye	67	18.16	3	9.68
	Tasarruf	60	16.26	7	22.58
	0 TL	73	19.78	5	16.13
	1.500.001 TL	140	37.94	9	29.03
	3.000.001 TL	79	21.41	7	22.58
	4.500.001 TL	29	7.86	8	25.81
	6.000.001 TL	48	13.01	2	6.45
Meslek Grupları	İşçi	145	39.30	9	29.03
	Memur	58	15.72	7	22.58
	Es. ve San.	110	29.81	15	48.39
	Serb. Mes. Sah.veTüc.	33	8.94	-	-
	Çiftçi	23	6.23	-	-
Yaş Grupları	12-25	5	1.36	15	48.39
	26-35	150	40.65	15	48.39
	36-45	128	34.69	-	-
	46-55	61	16.53	-	-
	56 +	25	6.78	1	3.23
Geçindirilen Fert Sayısı	1-2	12	3.25	6	19.35
	3-5	190	51.49	18	58.06
	6-8	117	31.71	7	22.58
	9 +	50	13.55	-	-

a. Evliler Grubu

369 (% 92.25) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 2116 (% 94.21) ve işsiz sayısı 134'dür. Gruptaki işsizlik oranının % 6.33 olmasına

karşılık, toplam işsizlerin % 93.06'sı bu grupta yer almıştır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.447.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.731.560 TL olduğu grupta, en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir.

73'ü (% 19.78) 0 - 1.500.000 TL, 140'ı (% 37.94) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 79'u (% 21.41) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 29'u (% 7.86) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 48'i (% 13.01) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 152'si (% 41.19) ilköğretim, 150'si (% 40.65) ortaöğretim ve 67'si (% 18.16) da yükseköğretim mezunudur.

145'i (% 39.30) işçi, 58'i (% 15.72) memur, 110'u (% 29.81) esnaf ve sanatkâr, 33'ü (% 8.94) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 23'ü (% 6.23) çiftçi olan bu eğitim grubundaki hanehalkı reislerinin 62'si (% 16.80) Emekli Sandığı'na, 176'si (% 47.70) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 103'ü (% 27.91) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 28'i (% 7.59) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Hanehalkı reislerinden 213'ü (% 57.72) ev sahibi, 143'ü (% 38.75) kiracı olarak ve geri kalan 13'ü (% 3.52) de lojmanda ikamet etmektedirler.

Bu gruptaki hanehalkı reislerinden 5'i (% 1.36) 12-25, 150'si (% 40.65) 26-35, 128'i (% 34.69) 36-45, 61'i (% 16.53) 46-55 ve 25'i (% 6.78) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup bunlardan 12'si (% 3.25) 1-2, 190'ı (% 51.49) 3-5, 117'si (% 31.71) 6-8 ve 50'si (% 13.55) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 67'si (% 18.16) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 302'si (% 81.84) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 60'ının (% 16.26) tasarruf yapabilmesine karşılık, 309'u (% 83.74) yapamamıştır.

b. Bekârlar Grubu

31 (% 7.75) hanehalkı reisinin bulunduğu bu grupta toplam fert sayısı 130 (% 5.79) ve işsiz sayısı 10'dur. Gruptaki işsizlik oranının % 7.69 olmasına karşılık, toplam işsizlerin % 6.94'ü bu grupta yer almaktadır. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.363.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.717.071 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 800.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 7.000.000 TL'dir.

5'i (% 16.13) 0 - 1.500.000 TL, 9'u (% 29.03) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 7'si (% 22.58) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 8'i (% 25.81) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 2'si (% 6.45) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 2'si (% 6.45) ilköğretim, 20'si (% 64.52) ortaöğretim ve 9'u (% 29.03) da yükseköğretim mezunudur.

9'u (% 29.03) işçi, 7'si (% 22.58) memur, 15'i (% 48.39) esnaf ve sanatkâr olan bu eğitim grubundaki hanehalkı reislerinin 7'si (% 22.58) Emekli Sandığı'na, 11'i (% 35.48) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 7'si (% 22.58) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık, 6'sı (% 19.35) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

Hanehalkı reislerinden 22'si (% 70.97) ev sahibi ve 9'u (% 29.03) da kiracı olarak ikamet etmekte olup, 15'i (% 48.39) 12-25, 15'i (% 48.39) 26-35 ve 1'i (% 3.23) de 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almaktadır ve bunlardan 6'sı (% 19.35) 1-2, 18'i (% 58.06) 3-5 ve 7'si (% 22.58) 6-8 kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 3'ü (% 9.68) herhangi bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık, 28'i (% 90.32) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 7'sinin (% 22.58) tasarruf yapabilmesine karşılık 24'ü (% 77.42) yapamamaktadır.

2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Burada medeni halleri itibariyle tüketicilerin ortalama gelirlerinden tüketim gruplarına yapmış oldukları harcamalar gerek mutlak ve gerekse nisbi olarak ele alınmıştır.

Medeni halleri itibariyle gelirin tüketim gruplarına göre dağılımı Tablo: 23 yardımıyla şöyle açıklanabilir.

369 hanehalkı reisinden oluşan evliler grubundaki tüketiciler, 3.447.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinden 814.300 TL (% 23.63) zaruri, 171.420 TL (% 4.97) keyfi, 281.090 TL (% 8.19) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 273.610 TL (% 7.94) giyime, 241.560 TL (% 7.01) ev eşyasına, 188.910 TL (% 5.48) kira ve ev bakımına, 191.190 TL (% 5.55) temizlik ve sağlığa, 92.720 TL (% 2.69) kültür-eğitim ve eğlenceye, 352.810 TL (% 10.24) ulaşım ve haberleşmeye ve 123.950 TL (% 3.60) de diğer mal ve hizmetlere harcamışlardır. Bu gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 79.24'ünü (2.731.560 TL) tüketime harcarken, % 20.76'sını (715.440 TL) de tasarrufa ayırmışlardır.

Tablo: 23

Tüketicilerin Medeni Halleri İtibariyle Gelirin Tüketim Gruplarına
Göre Dağılımı (TL, %)

Tüketim Grupları	Medeni Hal	Evliler		Bekârlar	
		Değer	%	Değer	%
Ay. Ort. Gelir TL		3.447.000	79.24	3.363.000	80.79
Ay.Ort.Tüketim TL		2.731.560		2.717.071	
Gıda Maddeleri	Zaruri Maddeler	814.300	23.63	728.610	21.66
	Keyfi Maddeler	171.420	4.97	211.890	6.30
Isıtma ve Aydınlatma Maddeleri		281.090	8.16	291.160	8.66
Giyim ve Ev Eşyası	Giyim	273.610	7.94	267.590	7.96
	Ev Eşyası	241.560	7.01	234.660	6.98
Kira ve Ev Bakımı		188.910	5.48	209.580	6.23
Müteferrik	Temizlik ve Sağlık	191.190	5.55	222.530	6.62
	Kültür-Eğitim ve Eğlence	92.720	2.69	88.551	2.63
	Ulaşım ve Haberleşme	352.810	10.24	353.440	10.51
	Diğer Harcamalar	123.950	3.60	109.060	3.24

3.363.000 TL olan aylık ortalama gelirlerinin 728.610 TL'sini (% 21.66) zaruri, 211.890 TL'sini (% 6.30) keyfi, 291.160 TL'sini (% 8.66) ısıtma ve aydınlatma maddelerine , 267.590 TL'sini (% 7.96) giyime, 234.660 TL'sini (% 6.98) ev eşyasına, 209.580 TL'sini (% 6.23) kira ve ev bakımına, 222.530 TL'sini (% 6.62) temizlik ve sağlığa, 88.551 TL'sini (% 2.63) kültür-eğitim ve eğlenceye, 353.440 TL'sini (% 10.51) ulaşım ve haberleşmeye ve 109.060 TL'sini (% 3.24) de diğer mal ve hizmetlere harcayan bekâr tüketiciler, gelirlerinin % 80.79'unu (2.717.071 TL) tüketirken geri kalan % 19.21'ini (645.929 TL) kısmını tasarrufa ayırmışlardır.

Şunu söyleyebiliriz ki, her ne kadar bekârlar, evlilere nazaran gelirlerinin daha büyük bir kısmını harcıyorlarsa da aradaki fark önemli değildir. Çünkü, evliler gelirlerinin % 79.24'ünü tüketime harcarken bekârlar % 80.79'unu harcamaktadırlar. Tüketim gruplarına yapılan harcamaların gelir içindeki payları bakımından da evli ve

bekârlar arasında önemli bir fark yoktur. Bu sonuçlara dayanarak fazla önemli olmasa dahi, tüketicilerin medeni hallerinin tüketim harcamaları üzerinde bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Bu kısımda da tüketicilerin tüketim gruplarına yapmış oldukları harcamaların toplam harcamalar içindeki ağırlıkları tüketicilerin medeni hallerine göre ele alınıp incelenmiştir. (Tablo: 24)

Tablo: 24

Tüketicilerin Medeni Hallerine Göre Ağırlıkların Tüketim Grupları İtibariyle Dağılımı (%)

Medeni Hal Tüketim Grupları	Evliiler	Bekârlar
Zaruri Maddeler	31.89	28.46
Keyfi Maddeler	6.50	7.48
Isıtma ve Aydın.	11.42	12.16
Giyim	9.51	9.41
Ev Eşyaları	8.14	7.98
Kira ve Ev Bak.	7.02	8.13
Temizlik ve Sağ.	7.26	8.17
Kül.-Eğit.ve Eğ.	3.26	3.24
Ulaşım ve Hab.	11.03	11.80
Diğer Harcama.	3.98	3.16
Genel Toplam	100.00	100.00

Evli olan tüketicilerin aylık harcamalarının % 31.89'u zaruri, % 6.50'si keyfi, % 11.42'si ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.51'i giyime, % 8.14'ü ev eşyalarına, % 7.02'si kira ve ev bakımına, % 7.26'sı temizlik ve sağlığa, % 3.26'sı kültür-egitim ve eğlenceye, % 11.03'ü ulaşım ve haberleşmeye ve % 3.98'i de ankette ayrıca belirtilmeyen diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları harcamalardan oluşmaktadır.

Aylık harcamalarının % 35.94'ünü gıda maddelerine (% 28.46 zaruri, % 7.48 keyfi maddelere), % 12.16'sını ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.41'ini giyime, % 7.98'ini ev eşyalarına, % 8.13'ünü kira ve ev bakımına, % 8.17'sini temizlik ve sağlığa, % 3.24'ünü kültür-egitim ve eğlenceye, % 11.80'ini ulaşım ve haberleşmeye ayıran bakâr tüketiciler, harcamalarının geri kalan % 3.16'lık kısmını da diğer mal ve hizmetlere yönlendirmişlerdir.

Görüldüğü gibi, evli tüketicilerin gıda maddelerine, giyime, ev eşyalarına,

kültür-eğitim ve eğlenceye ve diğer mal ve hizmetlere harcadıkları pay bekârlara nazaran daha büyük olmasına karşılık ısıtma ve aydınlatma maddelerine, kira ve ev bakımına, temizlik ve sağlığa ve ulaşım ve haberleşmeye ayırdıkları pay bekârlara nazaran daha küçüktür. Mesela, evlilerin gıda maddelerine ayırdıkları pay % 38.39 iken bekârlarınki % 35.94'dür. Buna karşılık, evliler ısıtma ve aydınlatma maddelerine % 11.42'lik bir pay ayırırken bekârlar % 12.16'lık bir pay ayırmışlardır.

4. Tüketicilerin Medeni Hallerine Göre Ağırlıkların Karşılaştırılması

Buraya kadar farklı gelir, meslek, yaş ve eğitim gruplarındaki tüketicilerin yapmış oldukları aylık ortalama harcamalar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu kısımda da Tablo: 25 yardımıyla medeni hallerine göre tüketicilerin yaptıkları harcamalar arasındaki ilişkiler ele alınmaktadır.

Tablo: 25'den de görüleceği gibi, evli olan tüketicilerin zaruri maddelere yapmış oldukları aylık ortalama harcama 814.300 TL iken bekâr tüketicilerinki 728.610 TL'dir. Buna göre tüketicilerin zaruri maddelere yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir fark yoktur ($t_{x_1-x_2}=1.63$, $P>0.05$).

Keyfi maddelere yapılan toplam 383.310 TL'lik harcamanın 171.420 TL'si evliler, 211.890 TL'si de bekârlar tarafından gerçekleştirilmiştir. Zaruri maddelerde olduğu gibi keyfi maddelerde de tüketicilerin harcamaları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($t_{x_1-x_2}=-1.35$, $P>0.05$).

Tablo: 25

Medeni Hallerine Göre Tüketicilerin Yaptıkları Aylık Ortalama Harcamalar

Arasındaki İlişkiler

Medeni Hal	Tüketim Grupları	Zaruri Madde	Keyfi Madde	Isıtma ve Aydınlat.	Giyim	Ev Eşyası	Kira ve Ev Bak.	Temizlik Sağlık	Kül-Eğit. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer
Evliler	X_1	814.300	171.420	281.090	273.610	241.560	188.910	191.190	92.720	352.810	123.950
	S	339.000	113.000	105.000	192.000	317.000	176.000	109.000	80.100	369.000	130.000
Bekârlar	X_2	728.610	211.890	291.160	267.590	234.660	209.580	222.530	88.551	353.440	109.060
	S	276.000	163.000	88.600	172.000	276.000	223.000	133.000	70.400	312.000	145.000
$t_{x_1-x_2}$		1.63	-1.35	-0.60	0.19	0.13	-0.50	-1.28	0.31	-0.01	0.55

Isıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan ortalama harcama tutarı; evli tüketicilerde 281.090 TL ve bekâr tüketicilerde 291.160 TL'dir. Isıtma ve aydınlatma

maddelerine yapılan harcamalar bakımından evli ve bekâr tüketiciler arasında anlamlı bir fark tesbit edilememiştir ($t_{x1-x2}=-0.60$, $P>0.05$)

Giyime 273.610 TL harcayan evli tüketiciler ile 267.590 TL harcayan bekâr tüketiciler arasında yine anlamlı bir fark bulunmamıştır ($t_{x1-x2}=0.19$, $P>0.05$).

Ev eşyasına yapılan toplam 476.220 TL'lik harcamanın 241.560 TL'si evli, 234.660 TL'si de bekâr tüketiciler tarafından yapılmıştır. Ev eşyalarına yapılan harcamalar açısından da gruplar arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($t_{x1-x2}=0.13$, $P>0.05$).

Evli tüketicilerin kira ve ev bakımına yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 188.910 TL iken bekâr tüketicilerinki 209.580 TL'dir. Evli ve bekâr tüketicilerin kira ve ev bakımına yaptıkları söz konusu harcamaları arasında da anlamlı bir fark bulunmamıştır ($t_{x1-x2}=-0.50$, $P>0.05$).

Temizlik ve sağlığa yapılan ortalama harcama tutarı; evli tüketicilerde 191.190 TL ve bekâr tüketicilerde 222.530 TL'dir. Buna göre tüketicilerin söz konusu harcamaları arasında ortaya çıkan farklılık da anlamlı değildir ($t_{x1-x2}=-1.28$, $P>0.05$).

Kültür-eğitim ve eğlenceye 92.720 TL harcamada bulunan evli tüketiciler ile 88.551 TL harcayan bekâr tüketiciler arasında yine anlamlı bir farklılık çıkmamıştır ($t_{x1-x2}=0.31$, $P>0.05$).

Ulaşım ve haberleşmeye yapılan toplam 706.250 TL'lik harcamanın 352.810 TL'si evli, 353.440 TL'si de bekâr tüketiciler tarafından gerçekleştirilmiş olup aralarında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($t_{x1-x2}=-0.01$, $P>0.05$).

Evli tüketicilerin diğer mal ve hizmetlere yapmış oldukları aylık ortalama harcamaları 123.950 TL iken bekâr tüketicilerinki 109.060 TL'dir. Tüketicilerin diğer mal ve hizmetlere yaptıkları harcamalar arasında ortaya çıkan farklılığın anlamlı olmadığı görülmüştür ($t_{x1-x2}=0.55$, $P>0.05$).

E. Genel Olarak Tüketim Harcamaları

Buraya kadar, anket uygulanan 400 hanehalkı reisi, iktisadi ve demografik özelliklerine göre (gelir, meslek, yaş, eğitim ve medeni hal) farklı gruplar halinde ayrı ayrı analiz edilmiştir. Burada ise, söz konusu tüketiciler bir bütün olarak ele alınıp incelenmiştir.

1. Tüketicilerin Genel Özellikleri

400 hanehalkını içeren bu çalışmada toplam fert sayısı 2246 ve işsiz sayısı 144 olup, gizli işsizlik -özellikle tarım kesimindeki- gözardı edilmek şartıyla işsizlik oranı % 6.41 olarak hesaplanmıştır. Aylık ortalama gelirin 3.440.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.730.457 TL olduğu bu genel grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL iken en yüksek aylık gelir 15.000.000 TL'dir.

Tablo: 26

Tüketicilerin Genel Özellikleri

Tüketicilerin Özellikleri		Sayı	%
Eğitim Grupları	İlköğr.	154	38.50
	Ortaöğr.	170	42.50
	Yükseköğr.	76	19.00
Barınma Durumu	Ev Sahibi	235	58.75
	Kiracı	152	38.00
	Lojman	13	3.25
Sos. Gv. Dur.	Emekli San.	69	17.25
	SSK	187	46.75
	Bağ-kur	110	27.50
	Bağlı Değil	34	8.50
Koop. Üye		70	17.50
Tasarruf		67	16.75
0		78	19.50
1.500.000 TL		149	37.25
3.000.000 TL		86	21.50
4.500.000 TL		37	9.25
6.000.000 TL		50	12.50
6.000.001 TL+		50	12.50
Meslek Grupları	İşçi	154	38.50
	Memur	65	16.25
	Es. ve San.	125	31.25
	Serb. Mes. Sah.veTüç.	33	8.25
	Çiftçi	23	5.75
Yaş Grupları	12-25	20	5.00
	26-35	165	41.25
	36-45	128	32.00
	46-55	61	15.25
	56 +	26	6.50
Geçindirilen Fert Sayısı	1-2	18	4.50
	3-5	208	52.00
	6-8	124	31.00
	9 +	50	12.50
Medeni Hal	Evli	369	92.25
	Bekâr	31	7.75

78'i (% 19.50) 0 - 1.500.000 TL, 149'u (% 37.25) 1.500.001 - 3.000.000 TL, 86'si (% 21.50) 3.000.001 - 4.500.000 TL, 37'si (% 9.25) 4.500.001 - 6.000.000 TL ve 50'si (% 12.50) 6.000.001 TL + gelir grubunda yer alan hanehalkı reislerinin 154'ü (% 38.50) ilköğretim, 170'i (% 42.50) ortaöğretim ve 76'si (% 19.00) da yükseköğretim mezunudur. (Tablo: 26)

154'ü (% 38.50) işçi, 65'i (% 16.25) memur, 125'i (% 31.25) esnaf ve sanatkâr, 33'ü (% 8.25) serbest meslek sahibi ve tüccar ve 23'ü (% 5.75) çiftçi olan bu eğitim grubundaki hanehalkı reislerinin 69'u (% 17.25) Emekli Sandığı'na, 187'si (% 46.75) Sosyal Sigortalar Kurumu'na, 110'u (% 27.50) Bağ-kur'a bağlı olmasına karşılık 34'ü (% 8.50) herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı değildir.

369'u (% 92.25) evli ve 31'i (% 7.75) bekâr olan söz konusu hanehalkı reislerinin 235'i (% 58.75) ev sahibi, 152'si (% 38.00) kiracı olarak ve geri kalan 13'ü (% 3.25) de lojmanda ikamet etmektedirler.

Hanehalkı reislerinden 20'si (% 5.00) 12-25, 165'i (% 41.25) 26-35, 128'i (% 32.00) 36-45, 61'i (% 15.25) 46-55 ve 26'si (% 6.50) ise 56 ve daha yukarı yaş grubunda yer almakta olup, bunlardan 18'i (% 4.50) 1-2, 208'i (% 52.00) 3-5, 124'ü (% 31.00) 6-8 ve 50'si (% 12.50) de 9 ve daha çok sayıda kişiye bakmakla yükümlü bulunmaktadır.

Hanehalkı reislerinin 70'i (% 17.50) bir yapı kooperatifine üye olmasına karşılık 330'u (% 82.50) üye değildir. Ayrıca, bu gruptaki hanehalkı reislerinden 67'si (% 16.75) tasarruf yapabilmesine karşılık 333'ü (% 83.25) bu imkâna sahip değildir.

2. Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Daha önceki kısımlarda tüketicilerin gelirlerinden tüketim gruplarına yaptıkları harcamalar tüketicilerin gelir, meslek, yaş, eğitim ve medeni hallerine göre ayrı ayrı ele alındı. Burada ise, anket kapsamına giren 400 tüketici bir bütün olarak ele alınıp gelirlerinden tüketim gruplarına yaptıkları harcamalar toplu olarak analiz edilmiştir.

Aylık ortalama gelirin 3.440.000 TL olduğu ve anket kapsamına giren 400 tüketicinin yer aldığı bu genel grupta gelirin; 807.660 TL'si (% 23.48) zaruri, 174.560 TL'si (% 5.07) keyfi, 281.870 TL'si (% 8.19) ısıtma ve aydınlatma maddelerine, 273.140 TL'si (% 7.94) giyime, 241.030 TL'si (% 7.01) ev eşyasına, 190.520 TL'si (% 5.54) kira ve ev bakımına, 193.620 TL'si (% 5.63) temizlik ve sağlığa, 92.397 TL'si (% 2.69) kültür-eğitim ve eğlenceye, 352.860 TL'si (% 10.26) ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan 122.800 TL'si (% 3.57) de diğer mal ve

hizmetlere ayrılmıştır. Tüketiciler, gelirlerinin %79.37'sini (2.730.457 TL) tüketime ayırırken, % 20.63'ünü (709.543TL) kısmını tasarruf etmişlerdir. (Tablo:27)

Tablo: 27

Genel Grupta Gelirin Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (TL, %)

Tüketim Grupları		Genel Grup	
		Değer	%
Ay. Ort. Gelir TL		3.440.000	79.37
Ay.Ort.Tüketim TL		2.730.457	
Gıda Maddeleri	Zaruri Maddeler	807.660	23.48
	Keyfi Maddeler	174.560	5.07
Isıtma ve Aydınlatma Maddeleri		281.870	8.19
Giyim ve Ev Eşyası	Giyim	273.140	7.94
	Ev Eşyası	241.030	7.01
Kira ve Ev Bakımı		190.520	5.54
Müteferrik	Temizlik ve Sağlık	193.620	5.63
	Kültür-Eğitim ve Eğlence	92.397	2.69
	Ulaşım ve Haberleşme	352.860	10.26
	Diğer Harcamalar	122.800	3.57

Tablo: 27'de tüketicilerin gıda maddelerine, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, giyime ve ulaşım ve haberleşmeye yaptıkları harcamalar dikkati çekmektedir. Buna göre, tüketiciler gelirlerinin en büyük kısmını (% 28.55) gıda maddelerine harcamaktadırlar. Bu durum Erzurum'daki tüketicilerin refah seviyesinin düşük olduğunun bir göstergesidir. Ayrıca, tüketicilerin gelirlerinin % 8.19'unu ısıtma ve aydınlatma maddelerine ve % 7.94'ünü giyime harcamaları büyük ölçüde Erzurum'un iklim yapısından kaynaklanmaktadır. Bu sonuç, diğer değişkenlerin yanısıra iklim yapısının da tüketim harcamaları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Yine, tüketicilerin gelirlerinin % 10.26'sını ulaşım ve haberleşmeye harcamalarının nedenlerinden biri, Erzurum'un Başkent'e ve diğer önemli şehirlere oldukça uzak olması ve göçün büyük oranlara ulaştığı Erzurum'daki tüketicilerin diğer şehirlerdeki yakınlarıyla haberleşmeleri olabilir.

3. Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı

Buraya kadar tüketicilerin iktisadi ve demografik özelliklerine göre toplam harcamalarını tüketim gruplarına nasıl dağıttıkları incelenmiştir. Bu kısımda da gerek anket uygulanan 400 hanehalkı reisinin ve gerekse tüketici fiyatları indeksinde yer alan ağırlıkların elde edildiği ücretli kesimi oluşturan 219 hanehalkı reisinin (154'ü işçi, 65'i memur) söz konusu tüketim gruplarına yaptıkları harcamaların toplam harcamalara oranlanması neticesinde elde edilen ağırlıklar ele alınmaktadır.

Tablo: 28

Genel Grupta Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (%)

Tüketim Grupları	Zaruri Madde.	Keyfi Madde.	Isıtma Aydın.	Giyim	Ev Eşya.	Kira Ev Bak.	Temiz. Sağlık	Kül-Eğ. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer	Toplam
Ağırlık	31.63	6.57	11.47	9.50	8.12	7.10	7.33	3.26	11.09	3.92	100.00

400 hanehalkı reisinin birlikte ele alınıp incelendiği genel grupta ağırlıkların dağılımı şöyledir: Tüketiciler, aylık harcamalarının % 38.20'sini gıda maddelerine (% 31.63 zaruri, % 6.57 keyfi maddelere), % 11.47'sini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 9.50'sini giyime, % 8.12'sini ev eşyalarına, % 7.10'unu kira ve ev bakımına, % 7.33'ünü temizlik ve sağlığa, % 3.26'sını kültür-eğitim ve eğlenceye, % 11.09'unu ulaşım ve haberleşmeye ve % 3.92'sini de ankette ayrıca belirtilmeyen diğer mal ve hizmetlere harcamaktadırlar. (Tablo: 28)

Ağırlıkların önemine göre; gıda maddeleri, ısıtma ve aydınlatma maddeleri, giyim ve ulaşım ve haberleşme harcamaları dikkati çekmektedir.

Bu çalışmanın amaçlarından biri de, tüketici fiyatları indeksini ve bu indeksde yer alan ağırlıkları Erzurum ili için tesbit etmektir. Tüketici fiyat indeksi, nüfusun büyük bir kısmını oluşturan memur ve işçi hanehalkları tarafından satın alınan mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişimleri belirlemek için kullanılan bir araçtır⁽⁵⁷⁾. Dolayısıyla, burada, yukarıda olduğu gibi 400 tüketicinin yerine sadece işçi ve memur tüketicilerin oluşturduğu ücretliler (219 hanehalkı) ele alınmak suretiyle Erzurum ili için tüketici fiyat indeksi ağırlıkları hesaplanmıştır.

(57) Edward N. Dubois, Essential Statistical Methods for Business, U.S.A.: McGraw-Hill, Inc., 1964, s. 334.

Tablo: 29

Ücretliler Grubunda Ağırlıkların Tüketim Gruplarına Göre Dağılımı (%)

Tüketim Grupları	Zaruri Madde.	Keyfi Madde.	Isıtma Aydın.	Giyim	Ev Eşya.	Kira Ev Bak.	Temiz. Sağlık	Kül-Eğ. Eğlence	Ulaşım Haber.	Diğer	Toplam
Ağırlık	30.27	6.44	11.35	10.08	10.42	8.29	6.88	3.51	9.26	3.49	100.00

Ücretlilerin ele alınıp incelenmesi halinde, toplam tüketim harcamalarının % 36.71'ini gıda maddelerine (% 30.27'si zaruri, % 6.44'ü keyfi maddelere), % 11.35'ini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.08'ini giyime, % 10.42'sini ev eşyalarına, % 8.29'unu kira ve ev bakımına, % 6.88'ini temizlik ve sağlığa, % 3.51'ini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 9.26'sını ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan % 3.49'unu da diğer mal ve hizmetlere dağıttıkları görülmüştür. (Tablo:29)

Buna göre, gıda maddelerine yapılan harcamalar, toplam harcamaların en büyük kısmını oluştururken bunu sırasıyla, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, ev eşyalarına, giyime, ulaşım ve haberleşmeye, kira ve ev bakımına, temizlik ve sağlığa, kültür-eğitim ve eğlenceye ve diğer mal ve hizmetlere yapılan harcamalar takip etmektedir.

4. Ağırlıkların Karşılaştırılması

Daha önce de belirtildiği gibi, Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (D.İ.E.) yanısıra, Atatürk Üniversitesi'ndeki bazı araştırmacıların da Erzurum'daki tüketim harcamaları üzerine çalışmaları bulunmaktadır⁽⁵⁸⁾. Dolayısıyla, burada çalışmamız sonucunda elde edilen tüketici fiyat indeksi ağırlıkları ile diğer çalışmalar sonucunda elde edilen tüketici fiyat indeksi ağırlıkları karşılaştırılmıştır.

1986 yılında yapılan "Engel Kanunu'nun Erzurum Uygulaması" adlı yüksek lisans tez çalışmasında 456 tüketiciye uygulanan anket sonucunda gıda maddelerinin ağırlığı % 50.7, yine 1989 yılında yapılan "Tüketici Fiyatları İndeksi ve Erzurum'da Bir Uygulama" isimli yüksek lisans tez çalışmasında 302 tüketiciye uygulanan anket sonucunda 1988 yılı için aynı maddelerin ağırlığı % 38.23 olarak bulunurken, biz bu çalışmada 400 tüketiciye uyguladığımız "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi" sonucunda söz konusu maddelerin ağırlığını % 36.71 olarak tesbit etmiş bulunmaktayız. (Tablo: 30)

(58) Bakınız Dipnot (54)

Tablo: 30

Erzurum İli İçin Tüketici Fiyat İndesi Ağırlıklarının Karşılaştırılması

Ağırlıklar Tüketim Grupları	1986 Yılı Ağırlıkları %	1988 Yılı Ağırlıkları %	1991 Yılı Ağırlıkları %
Gıda Maddesi	50.7	38.23	36.71
Giyim	12.2	14.97	10.08
Ev Eşyası		7.80	10.42
Kira ve Ev Bakımı Isıtma ve Aydınlat.	11.6	18.81	19.64
Temizlik ve Sağlık	4.8	6.60	6.88
Kül.-Eğit. ve Eğlen.	4.4	4.35	3.51
Ulaşım ve Haber. Diğer Harcamalar	7.7	9.24	12.75

Giyim ve ev eşyasının Erzurum için ağırlığı 1986 yılında % 12.2, 1988 yılında % 22.77 iken 1991 yılında % 20.50 olduğu ortaya çıkmıştır. Giyim eşyalarının 1988 yılı için tesbit edilen ağırlığı % 14.97 iken 1991 yılı için % 10.08'dir. Aynı zamanda, ev eşyalarının ağırlığı 1988 yılında % 7.80 olmasına karşılık 1991 yılında % 10.42'dir.

1986 yılı için % 11.6 olarak tesbit edilen kira ve ev bakımı ile ısıtma ve aydınlatma maddelerinin ağırlığı, 1988 yılı için % 18.81 olarak hesap edilmişken 1991 yılı için % 19.64 olarak bulunmuştur.

Temizlik ve sağlık harcamalarının ağırlığı 1986 yılı için % 4.8, 1988 yılı için % 6.60 ve 1991 yılı için de % 6.88 olarak hesaplanmıştır. Yine, yıllar itibariyle giderek azalan kültür-eğitim ve eğlence harcamalarının ağırlığının 1986 yılı için % 4.4, 1988 yılı için % 4.35 olduğu ortaya konmuşken söz konusu ağırlık 1991 yılı için % 3.51 olarak bulunmuştur.

Ulaşım ve haberleşme ile diğer masrafların Erzurum için ağırlığı 1986 yılı için % 7.7, 1988 yılı için % 9.24 iken 1991 yılı için % 12.75 olarak tesbit edilmiştir.

Sonuç olarak; gıda maddelerinin, giyim eşyalarının ve kültür-eğitim ve eğlenceye yapılan harcamaların ağırlıkları yıllar itibariyle giderek azalırken ev eşyası, kira ve ev bakımı ile ısıtma ve aydınlatma, temizlik ve sağlık ve ulaşım ve haberleşme ile diğer masrafların ağırlıkları yine yıllar itibariyle giderek artmaktadır. Buna göre, özellikle

gıda maddeleri ile giyim eşyalarının ağırlıklarının azalması buna karşılık ev eşyası ve ulaşım ve haberleşme ile diğer masrafların ağırlıklarının artması, Erzurum'daki tüketicilerin refah seviyesinin giderek arttığını göstermektedir. Çünkü, gelir düzeyi (refah seviyesi) arttıkça tüketiciler, gıda maddeleri ve giyim eşyaları gibi zorunlu maddelere nisbi olarak daha az harcamada bulunurken, harcamalarının büyük bir nisbetini ev eşyalarına, seyahate ve tasarrufa ayırdetmektedirler.

5. Erzurum'da Toplam Gelir

Araştırmanın amaçları kısmında da ifade edildiği gibi, bu çalışmanın amaçlarından biri de Erzurum'daki toplam geliri, yani Erzurum'un millî gelirden aldığı payı tüketim yolu ile hesaplamaktır.

Tüketiciler, gelirlerini ya tüketim harcamaları ya da tasarruf ($Y = C + S$) olmak üzere iki şekilde kullanmaktadırlar. Tüketim harcamaları; gıda (zaruri ve keyfi) maddeleri, ısıtma ve aydınlatma maddeleri, giyim, ev eşyaları, kira ve ev bakımı, temizlik ve sağlık, kültür-eğitim ve eğlence, ulaşım ve haberleşme ile diğer mal ve hizmetlere yapılan harcamalardan oluşmaktadır. Tasarruf grubuna ise; daire sandığına ve yapı kooperatiflerine ödenen aidatlar, banka mevduatları, hisse senedi ve tahviller, gayrimenkul taksitleri ve tasarruf maksadı ile alınan altın, gümüş ve döviz, vs. gibi harcamalar girmektedir.

Burada, tüketim harcamaları şeklinde ortaya çıkan harcamalarla tasarruf şeklinde beliren harcamalardan hareketle, 1991 yılı için Erzurum'daki toplam gelir bulunmuştur.

Tablo: 31'de görüldüğü gibi, aylık olarak tüketim harcamaları toplamının 1.092.179.900 TL ve aylık tasarrufların toplamının 169.615.200 TL olması nedeniyle Erzurum'daki toplam gelir 1.261.795.100 TL olarak hesaplanmıştır.

Gelir grupları itibarıyla aylık tüketim ve tasarruf harcamalarının yer aldığı Tablo: 31'den hareketle, Erzurum'da gerek hanehalklarının ve gerekse fertlerin ortalama aylık gelirlerinin yanısıra yıllık gelirlerini de bulmak mümkündür. Erzurum merkez ilçede oturan ve kendilerine "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi" uygulanan 400 hanehalkında toplam 2246 kişi yer almaktadır. 1.261.795.100 TL olan aylık toplam gelirin söz konusu 400 hanehalkına bölünmesi suretiyle Erzurum'da 1991 yılında hanehalkı başına aylık gelir 3.154.488 TL olarak bulunurken toplam gelirin 2246 kişiye bölünmesiyle de kişi başına düşen aylık gelir 561.797 TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo: 31
Erzurum'da Toplam Gelir (TL)

Tüketim Grupları	Toplam	0 1.500.000 TL	1.500.001 3.000.000 TL	3.000.001 4.500.000 TL	4.500.001 6.000.000 TL	6.000.001 TL +
Zaruri Maddeler	323.063.000	40.584.000	103.048.000	76.189.000	39.114.000	64.128.000
Keyfi Maddeler	69.824.000	7.196.600	21.504.000	17.316.000	9.738.000	14.070.000
Isıtma ve Aydın.	112.750.000	15.123.000	40.875.000	24.928.000	11.978.000	19.845.000
Giyim	109.257.000	7.210.500	33.063.000	27.679.000	14.701.000	26.603.000
Ev Eşyaları	96.411.000	5.321.900	31.123.000	25.596.000	10.736.000	23.634.000
Kira ve Ev Bak.	76.206.000	7.022.500	23.942.000	19.998.000	9.512.700	15.731.000
Temizlik ve Sağ.	77.449.000	8.055.800	24.055.000	18.428.000	10.886.000	16.024.000
Kül.-Eğit.ve Eğ.	36.959.000	2.292.900	11.087.000	10.827.000	5.081.100	7.670.200
Ulaşım ve Hab.	141.143.000	5.349.200	31.474.000	34.750.000	22.652.000	46.918.000
Diğer Harcama.	49.120.000	1.840.800	11.870.000	13.652.000	7.119.700	14.637.000
Toplam	1.092.179.900	99.997.200	332.041.000	269.363.000	141.518.500	249.260.200
Tasarruflar	169.615.200	2.914.200	12.359.000	23.002.000	29.153.000	102.187.000
TOPLAM	1.261.795.100	102.911.400	344.400.000	292.365.000	170.671.500	351.447.200

Ayrıca, hanehalkı ve kişi başına düşen aylık gelirlerin 12 ile çarpılmasıyla da hanehalkı başına yıllık gelir ile kişi başına düşen yıllık gelir rakamları elde edilmiştir. Buna göre, hanehalkı başına yıllık gelir 37.853.856 TL iken kişi başına yıllık gelir 6.741.564 TL'dir. 1991 yılı için Türkiye'de 11.003.000 TL olan kişi başına gayri safi milli hasıla (G.S.M.H.) , bu çalışma sonucunda Erzurum için bulunan kişi başına gelir rakamından oldukça büyüktür. Bu da, Erzurum'da kişi başına gelirin Türkiye ortalamasının oldukça altında bulunduğunu ortaya koymaktadır.

III. TÜKETİM HARCAMALARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

A. İncelenen Tüketim Modelleri

Daha önce de belirtildiği gibi, çok amaçlı olarak ele alınan bu çalışmanın amaçlarından biri de, gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik tüketim harcamaları teorilerini ifade eden modelleri istatistik yöntemleri kullanmak suretiyle tahmin ve test etmek ve Erzurum'daki tüketici harcamaları eğilimini en iyi açıklayan

modeli belirlemektir.

Ükelere, devirlere ve incelenecek özel durumlara göre çok sayıda tüketim fonksiyonu biçimi yazılabilirse de, bu çalışmada gelir ile tüketim arasındaki ilişkinin farklı yorumlarını içeren tüketim harcamaları teorilerini (gelir hipotezlerini) açıklayan aşağıdaki modeller tahmin ve test edilmiştir. Bununla beraber, temelde sürekli gelir teorisiyle aynı olan hayat devresi teorisi burada tahmin edilmemiş, sadece sürekli gelir teorisinin tahminiyle yetinilmiştir.

Tüketime gelir kararlı bir fonksiyonu olduğunu ileri süren mutlak gelir teorisi için 3 model ele alınmıştır. Bunlar:

(1) Doğrusal kalıp

$$C = a + b Y \quad a > 0, b > 0$$

Gelir ve tüketim verilerinin aritmetik seriler özelliği taşıdığı durumlarda doğrusal fonksiyonel kalıp kullanılır. Marjinal tüketim eğiliminin sabit olduğu kalıp, basitliği ile de bir çok durumlar için tercih nedenidir.

(2) Parabolik kalıp

$$C = a + b Y + c Y^2 \quad a > 0, b > 0, c < 0$$

Bu kalıp, $c > 0$ olduğunda minimum ve $c < 0$ olduğunda maksimum bir değere sahip olur. Bu kalıbın tahmin edilmesiyle elde edilen ampirik neticelerin yorumunda ve bu neticelerin bazı uygulamalarda kullanılmasında dikkatli davranılmalı, Y 'nin hangi değerleri arasında anlamlı olacağı belirlenmelidir. Çünkü, gelir arttıkça tüketimin azalan oranda artması teorik olarak anlamlı ise de, gelirin belli bir seviyeden sonra artmaya devam etmesi halinde tüketimin azalmaya başlaması (marjinal tüketim eğiliminin negatif değerler alması) anlamlı değildir. Ayrıca, bu kalıpta marjinal tüketim eğilimi, gelirin azalan bir fonksiyonudur ($dC/dY = b + 2 c Y$).

(3) Yarı logaritmik kalıp

$$C = a + b \log Y \quad a > 0 \text{ veya } a < 0, b > 0$$

Gelirdeki geometrik değişmelerin tüketimde aritmetik değişmelere yol açması halinde, yani gelir ile ilgili verilerin geometrik ve tüketim ile ilgili verilerin ise aritmetik seri özelliğini taşımaları durumunda kullanılan yarı logaritmik kalıpta marjinal tüketim eğilimi gelirin azalan bir fonksiyonu ($dC/dY = b/Y$) özelliğine sahiptir. Ancak, bu kalıptaki marjinal tüketim eğilimi parabolik kalıbın aksine hiçbir zaman negatif değerler almaz.

Sürekli tüketimin sürekli gelirin belli bir oranı olduğunu ileri süren sürekli

gelir teorisi (Friedman modeli),

$$(4) \quad C_p = k Y_p \quad k > 0$$

şeklinde formüle edilmiştir. Bu modelin tahmin edilebilmesi için sürekli gelir ve sürekli tüketime ait verilerin elde edilmesi gerekir ki bu, oldukça zordur. Çünkü, tüm harcamaların tüketim olmadığını ileri süren Friedman, dayanıklı tüketim malı satın alımlarını sermaye stoğuna yapılan ilave olarak düşünmekte ve onların sadece hizmetlerini tüketim olarak kabul etmektedir. Ayrıca, doğrudan elde edilme imkânı olmayan sürekli tüketime ait verilerin sağlanması için tüketiciler gözlenen gelirleri itibariyle sınıflara ayrılmakta ve bir sınıfa düşen tüketicilerin ortalama gözlenen tüketimi o gelir sınıfına tekabül eden sürekli tüketim olarak alınabilmektedir.

Bu çalışmada söz konusu modelin tahmin edilebilmesi için uygulanan anketten elde edilen veriler, diğer modellerden ayrı olarak bu model için uygun şekilde yeniden derlenmiştir. Buna göre, dayanıklı tüketim mallarına yapılan harcamaların tümü tüketim olarak kabul edilmemiş söz konusu malların ekonomik ömürleri ortalama 20 yıl kabul edilmek suretiyle amortisman hesaplanmış ve tüketim verilerinin teşkilinde bu rakamlar dikkate alınmıştır. Daha sonra sürekli tüketimin tesbit edilebilmesi için tüketiciler, gözlenen gelirleri itibariyle 5 sınıfa ayrılmış ve her sınıfa düşen tüketicilerin ortalama gözlenen tüketimi söz konusu gelir sınıfına tekabül eden sürekli tüketim olarak alınmıştır.

Modelde yer alan sürekli gelir ise aşağıdaki sebeplerden dolayı bu çalışmada gözlenen gelir ile aynı kabul edilmiştir.

1. Sürekli gelir, gözlenen gelire ait zaman serisinden tahmin edilmektedir (59).
2. Ortalama arızı gelir sıfır kabul edilmektedir (60).
3. Arızı ve sürekli gelirin ayırdedilmesi oldukça zordur.
4. Arızı gelirle tüketim arasında ilişki yoktur.

Katsayının daima pozitif olduğu modelde marjinal tüketim eğilimi sabittir.

Tüketicinin, cari gelirle daha önce ulaşılmış en yüksek gelir (veya gelir dağılımına ait verilerin bulunmaması halinde ortalama gelir (Y)) arasındaki oransal ilişkinin bir fonksiyonu olduğunu ve tüketici tercihlerinin birbirinden bağımsız olmadığını ileri süren nisbi gelir teorisi (Duesenberry modeli),

$$(5) \quad C_i/Y_i = a + b Y_i/\bar{Y} \quad a > 0, b < 0$$

şeklinde ele alınıp incelenmiştir.

(59) M. Friedman, a.g.e., s. 144.

(60) M. Friedman, a.g.e., s. 222.

Bütün bu modellerde;

C: Tüketim

Y: Gelir

C_p : Sürekli tüketim

Y_p : Sürekli gelir

$\bar{Y}$: Hanehalklarının ortalama geliri

a, b, c ve k: Katsayılarıdır.

B. Modellerin Tahmin ve Test Sonuçları

Ele alınan modeller, gerek toplam gelir ve toplam tüketim rakamları ile ve gerekse kişi başına gelir ve kişi başına tüketim rakamları ile iki farklı şekilde tahmin edilmiştir. Ayrıca, modeller anket uygulanan 400 tüketicinin tümü için tahmin edildiği gibi tüketiciler ücretliler ve ücret dışı gelirliler olmak üzere 2 gruba ayrılıp ve her grup için ayrı ayrı tahmin de yapılmıştır.

Tahmin edilen modeller daha sonra çeşitli istatistik yöntemleri kullanmak suretiyle test edilmiştir. Modeldeki parametrelerin anlamlı olup olmadıklarını belirlemek için t, modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için F, bağımlı değişkendeki değişmelerin ne kadarının regresyon denklemi ile açıklandığını serbestlik derecesini dikkate almak suretiyle hesaplanan R^2 (düzeltilmiş belirginlik katsayısı) ve modelde otokorelasyonun olup olmadığını tesbit etmek için d (Durbin-Watson) testi kullanılmıştır.

Tahmin edilen toplam 30 tüketim fonksiyonunun (modelinin) tahmin sonuçları tablolar halinde verilmiştir. (Tablo: 32, 33 ve 34)

Tablo: 32

Toplam Tüketim Fonksiyonları

	Toplam Gelir ve Tüketim Verileri	Kişi Başına Gelir ve Tüketim Verileri
$C = a + bY$	$C = 1003 + 0.502 Y$ (31.31) (0.0075) t: 32.03 66.73 $R^2 = \% 91.8$ F= 4452.45 S= 352.2 d= 1.62	$C = 141 + 0.602 Y$ (9.05) (0.0094) t: 15.59 63.73 $R^2 = \% 91.1$ F= 4061.42 S= 117.2 d= 1.70
$C = a + bY + cY^2$	$C = 522 + 0.763 Y - 0.000024 Y^2$ (44.90) (0.021) (0.0000018) t: 11.62 36.74 -13.18 $R^2 = \% 94.3$ F= 3279.92 S= 294.1 d= 1.82	$C = 96.1 + 0.715 Y + 0.000041 Y^2$ (13.49) (0.027) (0.0000093) t: 7.12 26.25 -4.42 $R^2 = \% 91.5$ F= 2134.92 S= 114.5 d= 1.78
$C = a + b \log Y$	$C = -12673 + 1937 \log Y$ (207.4) (26.01) t: -61.10 74.48 $R^2 = \% 93.3$ F= 5547.08 S= 318.1 d= 1.83	$C = -2451 + 480 \log Y$ (72.57) (11.42) t: -33.78 42.07 $R^2 = \% 81.6$ F= 1769.50 S= 168 d= 1.94
$C_p = k Y_p$	$C_p = 0.656 Y_p$ (0.0091) t: 72.38 S= 754.5 F= 5238.80 d= 0.03	$C_p = 0.687 Y_p$ (0.0082) t: 84.13 S= 148.8 F= 7077.05 d= 0.31
$C_i / Y_i = a + b Y_i / \bar{Y}$	$C_i / Y_i = 1.08 - 0.198 Y_i / \bar{Y}$ (0.0056) (0.0047) t: 192.24 -42.44 $R^2 = \% 81.9$ F= 1806.95 S= 0.063 d= 1.98	$C_i / Y_i = 1.01 - 0.589 Y_i / \bar{Y}$ (0.0080) (0.029) t: 125.65 -20.42 $R^2 = \% 51$ F= 418.04 S= 0.10 d= 2.04

Not: Parantez içindeki sayılar katsayılara ait standart hatalardır.

Tablo: 33
Ücretliler İçin Tüketim Fonksiyonları

	Toplam Gelir ve Tüketim Verileri	Kişi Başına Gelir ve Tüketim Verileri
$C = a + bY$	$C = 880 + 0.571 Y$ (40.42) (0.013) t: 21.77 45.63 $R^2 = \% 90.5$ $F = 2082.53$ $S = 249.2$ $d = 1.53$	$C = 105 + 0.706 Y$ (10.55) (0.013) t: 9.96 55.28 $R^2 = \% 93.3$ $F = 3055.77$ $S = 91.81$ $d = 1.86$
$C = a + bY + cY^2$	$C = 39.2 + 1.11 Y - 0.000071 Y^2$ (49.18) (0.028) (0.0000036) t: 0.80 39.06 -19.66 $R^2 = \% 96.6$ $F = 3083.36$ $S = 149.6$ $d = 1.78$	$C = 101 + 0.715 Y - 0.000004 Y^2$ (16.82) (0.036) (0.000014) t: 6.03 19.92 -0.27 $R^2 = \% 93.3$ $F = 1521.42$ $S = 92$ $d = 1.86$
$C = a + b \log Y$	$C = -11720 + 1810 \log Y$ (177.8) (22.51) t: -65.91 80.41 $R^2 = \% 96.7$ $F = 6466.12$ $S = 146.2$ $d = 1.78$	$C = -2771 + 531 \log Y$ (105.7) (16.68) t: -26.22 31.82 $R^2 = \% 82.3$ $F = 1012.38$ $S = 149.8$ $d = 1.98$
$C_p = kY_p$	$C_p = 0.906 Y_p$ (0.013) t: 72.32 $S = 599.1$ $F = 5230$ $d = 0.04$	$C_p = 0.872 Y_p$ (0.013) t: 67.43 $S = 165.2$ $F = 4546.43$ $d = 0.28$
$C_i / Y_i = a + b Y_i / \bar{Y}$	$C_i / Y_i = 1.13 - 0.214 Y_i / \bar{Y}$ (0.0075) (0.0068) t: 151.47 -31.58 $R^2 = \% 82$ $F = 1003.86$ $S = 0.046$ $d = 1.77$	$C_i / Y_i = 1.01 - 0.429 Y_i / \bar{Y}$ (0.0094) (0.034) t: 107.20 -12.76 $R^2 = \% 42.6$ $F = 161.76$ $S = 0.082$ $d = 2.08$

Not: Parantez içindeki sayılar katsayılara ait standart hatalardır.

Tablo: 34
Ücret Dışı Gelirli İler İçin Tüketim Fonksiyonları

	Toplam Gelir ve Tüketim Verileri	Kişi Başına Gelir ve Tüketim Verileri
$C = a + bY$	$C = 928 + 0.497 Y$ (51.54) (0.010) t: 18.01 48.83 $R^2 = \% 93$ F= 2384.80 S= 416.2 d= 1.81	$C = 135 + 0.558 Y$ (12.51) (0.011) t: 10.83 49.02 $R^2 = \% 93$ F= 2402.60 S= 114.1 d= 1.96
$C = a + bY + cY^2$	$C = 533 + 0.716 Y - 0.000019 Y^2$ (72.01) (0.032) (0.0000027) t: 7.40 22.25 -7.09 $R^2 = \% 94.5$ F= 1547.59 S= 368.5 d= 1.97	$C = 103 + 0.641 Y - 0.000029 Y^2$ (17.79) (0.035) (0.000011) t: 5.80 18.46 -2.52 $R^2 = \% 93.2$ F= 1240.40 S= 112.4 d= 2.05
$C = a + b \log Y$	$C = -12893 + 1973 Y$ (338.9) (42.04) t: -38.04 46.93 $R^2 = \% 92.4$ F= 2202.74 S= 431.8 d= 1.90	$C = -2260 + 450 Y$ (100.5) (15.75) t: -22.49 28.58 $R^2 = \% 81.9$ F= 817.00 S= 183.7 d= 1.94
$C_p = k Y_p$	$C_p = 0.686 Y_p$ (0.019) t: 36.94 S= 1265 F= 1364.92 d= 0.03	$C_p = 0.732 Y_p$ (0.018) t: 40.52 S= 257.4 F= 1641.46 d= 0.32
$C_i / Y_i = a + b Y_i / \bar{Y}$	$Q / Y_i = 1.07 - 0.217 Y_i / \bar{Y}$ (0.0093) (0.0075) t: 114.06 -29.04 $R^2 = \% 82.4$ F= 842.40 S= 0.075 d= 2.03	$C_i / Y_i = 0.993 - 0.722 Y_i / \bar{Y}$ (0.013) (0.049) t: 74.77 -14.76 $R^2 = \% 54.6$ F= 217.35 S= 0.12 d= 2.18

Not: Parantez içindeki sayılar katsayılara ait standart hatalardır.

C. Tahmin ve Test Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Ekonometrik bir araştırma, modelin parametrelerinin tahmin edilmesiyle sona ermemekte, ayrıca yapılan tahminlerin güvenilir olup olmadıklarının test edilmesi gerekmektedir. Yani, tahmin modelinin modelde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki gerçek ilişkiyi ortaya koyup koymadığının anlaşılması gerekir. Çünkü, isabetli iktisadi kararlar, ancak güvenilir ve güçlü tahmin sonuçlarına dayanılarak alınabilir.

Ekonometrik modellerin tahminleri başlıca 3 kritere göre test edilmektedir. Bunlar:

1. İktisadi kriter
2. İstatistiksel kriter
3. Ekonometrik kriter

İktisadi kriter ile parametre tahminlerinin işaret ve büyüklüklerinin iktisat teorisine uygunluğu araştırılmaktadır. İstatistiksel kriterler ile parametre tahminlerinin anlamlı olup olmadıkları çeşitli testlerle (t testi, F testi gibi) ortaya konulmaya çalışılır. Ekonometrik kriter ile de tahmin edilen modelin tesadüfi (hata) terimi ile ilgili varsayımların geçerli olup olmadıkları araştırılmaktadır.

Burada ele alınan tek denklemlili 30 ekonometrik modelin tahminleri belirtilen kriterlere göre ayrı ayrı test edilmiştir.

1. Model Test Sonuçlarının İktisadi Kriterlere Göre Değerlendirilmesi

a. Mutlak gelir teorisi için ele alınan doğrusal modelde a ve b katsayılarının her ikisi de pozitif bulunmuştur. İnsanlar herhangi bir gelir kaynağına sahip olmasalar dahi zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak için tüketim harcamalarında bulunurlar. Dolayısıyla, a'nın bütün fonksiyonlarda pozitif değer alması, sıfır gelir seviyesinde de bir miktar tüketim yapılacağı görüşüne uygun düşmektedir. b'nin de pozitif ve $0 < b < 1$ olması, mutlak gelir teorisinin gelir arttıkça tüketimin de artacağı fakat bu artışın giderek azalan oranlarda gerçekleşeceği fikrini desteklemektedir.

Ayrıca, kişi başına gelir ve kişi başına tüketim verilerinin kullanıldığı doğrusal tüketim modelindeki marjinal tüketim eğilimi (b), toplam gelir ve tüketim verilerinin kullanılması suretiyle tahmin edilen doğrusal modelin marjinal tüketim eğilimine göre daha büyük olup iktisat teorisine uygun düşmektedir. Çünkü, özellikle henüz zorunlu ihtiyaçlarını tamamen karşılayamamış olan az gelişmiş ülke insanların marjinal

tüketim eğiliminin oldukça büyük değerlere sahip olması beklenir.

Tüketiciler, ücretliler ve ücret dışı gelirliler olmak üzere 2'ye ayrıldığında ücretlilerin marjinal tüketim eğiliminin ücret dışı gelirlilerinkinden daha büyük olduğu görülmektedir. Gelir düzeyi yüksek olan ücret dışı gelirlilerin marjinal tüketim eğiliminin sabit ve diğerlerine göre dar gelirli olan ücretlilerinkine nazaran daha düşük olması, gelir seviyesi arttıkça marjinal tüketim eğilimi azalır görüşünü desteklemektedir.

b. Mutlak gelir teorisi için ikinci olarak ele alınan parabolik modelde iktisat teorisi açısından $a > 0$, $b > 0$ ve $c < 0$ olması beklenmektedir. Tahmin edilen parabolik modellerin tümünde a , b ve c katsayılarının beklentiler doğrultusunda gerçekleştiği görülmektedir. c katsayısının bütün modellerde negatif değer alması, marjinal tüketim eğiliminin ($dC/dY = b + 2cY$) gelir arttıkça azalacağını ifade eder ki, bu durum teoriye uygun düşmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi, parabolik kalıbın $c > 0$ olduğunda minimum ve $c < 0$ olduğunda maksimum bir değere sahip olduğu; kalıbın tahmin edilmesiyle elde edilen ampirik neticelerin yorumunda dikkatli davranılması gerektiği; Y 'nin hangi değerleri arasında anlamlı olacağını belirlenmesi gerektiği; çünkü, gelir arttıkça tüketimin azalan oranda artmasının teorik olarak anlamlı olmasına karşılık gelirin belli bir seviyeden sonra artmaya devam etmesi halinde marjinal tüketim eğiliminin negatif değerler almasının anlamlı olmadığı ifade edilmiştir. Marjinal tüketim eğilimi:

$$dC/dY = b + 2cY$$

olduğundan

$$Y > -b/2c$$

değerleri için marjinal tüketim eğilimi negatif olur. Bu durumun teorinin genel bekleyişine aykırı olması nedeniyle parabolik kalıbın başarısı $-b/2c$ değeri dikkate alınmak suretiyle değerlendirilmelidir. Dolayısıyla, bu değer tüketici birimlere ait gelirlerin büyük çoğunluğundan fazla ise parabolik fonksiyon başarılı kabul edilebilir⁽⁶¹⁾.

Parabolik kalıbın, Y 'nin hangi değerleri arasında anlamlı olacağını belirlenmesi ve anketten elde edilen verilere göre başarılı olup olmadığının tesbiti için $-b/2c$ değerleri hesaplanmış ve bunun için Tablo: 35 düzenlenmiştir.

(61) Z. Avralıoğlu, a.g.e., s. 163.

Tablo: 35Parabolik Tüketim Modellerinde $-b/2c$ Değerleri

Genel Grup		Ücretliler		Ücret Dışı Gelirliler	
Top. Veri	Ki. Baş. Veri	Top. Veri	Ki. Baş. Veri	Top. Veri	Ki. Baş. Veri
15.896	8.720	7.817	89.375	18.842	11.052

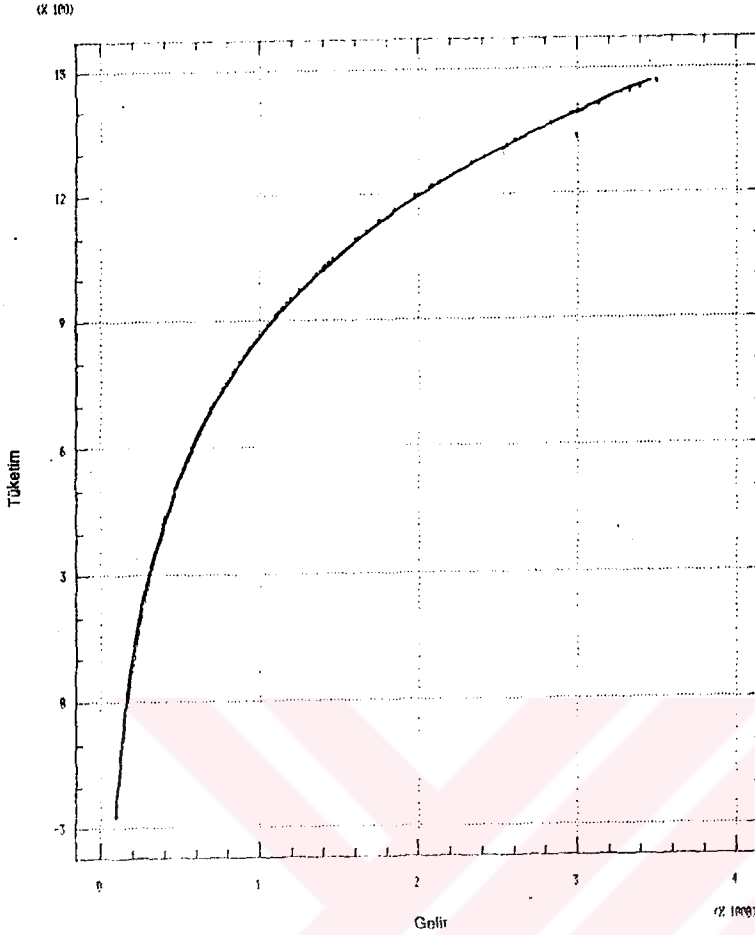
Anket sonucuna göre tüketici birimlere ait en düşük gelirin 730.000 TL olduğu ve Tablo: 35'den $-b/2c$ değerleri dikkate alındığında katsayıların işaretlerinin teoriye uygun olmasına rağmen parabolik tüketim modelinin bu kriter itibarıyla başarılı olmadığı ifade edilebilir. Çünkü, anketteki tüketici birimlerin gelirleri $-b/2c$ değerinden büyük olduğu için marjinal tüketim eğilimleri negatif değer almaktadır ki, bu da, teoriye aykırıdır.

c. Mutlak gelir teorisini ifade etmek için oluşturulan yarı logaritmik modellerin tümünde $a < 0$ ve $b > 0$ olarak bulunmuştur. Teoride marjinal tüketim eğiliminin gelirin azalan bir fonksiyonu olması fakat negatif olmaması nedeniyle $b > 0$ olması teoriyi desteklemektedir. $a < 0$ olması halinde modellerin temsil ettiği eğri gelir eksenini pozitif bir seviyede kesmektedir. Yani, tüketimin başlayabilmesi için asgari bir gelir seviyesine ulaşılması gerekmektedir. Bu gelir seviyesinin altında, gelir ile tüketim arasındaki ilişki anlamsızdır. Gerçekte yarı logaritmik modelde b için pozitif olmak şartı aranırsa da $a > 0$ veya $a < 0$ olması mümkündür.

Anket uygulanan 400 tüketiciyi birlikte ele alan genel grup için kişi başına gelir ve tüketim rakamları ile

$$C = -2451 + 480 \log Y$$

olarak tahmin edilen yarı logaritmik modelin grafiği aşağıdaki gibidir.



Şekil: 9. Yarı Logaritmik Model

Şekil.9'da görüldüğü gibi, eğrinin gelir eksenini kestiği noktada gelir $e^{-a/b}$ değerindedir. Dolayısıyla, yarı logaritmik modelin başarılı kabul edilebilmesi için tüketici birimlerin (hanehalkı) çoğunun gelirlerinin $e^{-a/b}$ değerinden büyük olması gerekir. Aksi takdirde, $e^{-a/b}$ değerinden küçük gelir seviyelerinde tüketim negatif dolayısıyla anlamsız olacağından yarı logaritmik model başarısız kabul edilecektir.

Yarı logaritmik modellerde hem eğrinin gelir eksenini kestiği noktaların belirlenmesi hem de modelin başarılı olup olmadığının tesbit edilebilmesi için $e^{-a/b}$ değerleri hesaplanarak Tablo: 36'da gösterilmiştir.

Tablo: 36

Yarı Logaritmik Modelde Eğrinin Gelir Eksenini Kesim Noktaları ($e^{-a/b}$)

Genel Grup		Ücretliler		Ücret Dışı Gelirliler	
Top. Veri	Ki. Baş. Veri	Top. Veri	Ki. Baş. Veri	Top. Veri	Ki. Baş. Veri
15.896	8.720	7.817	89.375	18.842	11.052

Yine tüketici birimlere ait en düşük gelirin 730.000 TL ve dolayısıyla tüketici birimlere ait gelirlerin tümünün $e^{-a/b}$ değerlerinden büyük olması nedeniyle katsayılarının hem işaretlerinin hem de büyüklüklerinin teoriye uygun olduğu yarı logaritmik modelin başarılı olduğu kabul edilir.

d. Sürekli gelir teorisi için ele alınan Friedman modelindeki katsayıların tümü pozitif değerlere sahiptir. Marjinal tüketim eğilimini ifade eden bu katsayıların (k) pozitif değer taşıması sürekli gelirdeki artışların sürekli tüketimi artıracak görüşünü destekler niteliktedir.

Ayrıca, doğrusal modelde olduğu gibi, ücretlilerin marjinal tüketim eğilimleri ücret dışı gelirlielerinkinden daha yüksektir. Kısaca, Friedman modelinde katsayıların hem işaretleri hem de büyüklükleri iktisat teorisine uygundur.

e. İncelenen son model, Duesenberry tarafından nisbi gelir teorisi için oluşturulan modeldir. Bu modelin tahmini sonucunda a katsayılarının tümünün pozitif olmasına karşılık b katsayıları negatif çıkmıştır. Bu durum iktisadi teoriye uygunluk göstermektedir.

Kısaca, ele alınıp incelenen modellerden parabolik model haricindeki diğer modellerin katsayılarının gerek işaret ve gerekse büyüklükleri bakımından iktisat teorisine uygun oldukları; parabolik modelin ise katsayılarının işareti bakımından teoriye uygun olduğu fakat katsayıların büyüklükleri açısından teoriyle çatıştığı ve dolayısıyla başarısız olduğu tesbit edilmiştir.

2. Model Test Sonuçlarının İstatistiksel Kriterlere Göre Değerlendirilmesi

İstatistiksel kriterler ile, yapılan tahminlerin güçlü ve yeterli olup olmadıklarının çeşitli testlerle ortaya konulmaya çalışıldığı daha önce ifade edilmişti. Burada, tahminlerin güçlülüğü ve yeterliliği hakkında gerekli bilgilerin elde edilebilmesi için tahmin modeli üzerinde tümünün birlikte yapılması gereken bu testler göz önünde bulundurularak ele alınan tüketim modellerinin tahminleri istatistiki açıdan test edilmiştir.

a. R^2 (Belirginlik Katsayısı) Testi

Tahminin bütünü ile güçlülüğünü ölçen R^2 , bağımlı değişkendeki değişmelerin yüzde kaçının bağımsız değişkenlerdeki değişmelerle açıklanabildiğini gösterir. $R^2 = 1$ olması, modelin tam güvenilir bir model olduğunu ve bağımlı değişkendeki değişmelerin

tamamının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını ifade eder.

Tahminlerin güçlülüğünü, yeterliliğini belirlemek için güvenilir bir ölçü olan R^2 testinin dikkatlice kullanılması gerekmektedir. Çünkü, R^2 ile ilgili olarak bir çok sorun vardır. Bunlardan başlıcaları şunlardır:

1. R^2 değeri modeldeki değişkenlerin sayısı ile değişmektedir. Başka bir ifade ile modele katılan her yeni bağımsız değişken R^2 değerini artırır. Çünkü, R^2 formülünde ($R^2 = \Sigma \hat{y}^2 / \Sigma y^2$) her bağımsız değişken ilavesinde payın değeri artarken paydanındaki sabit kalmaktadır. Bu mahzuru ortadan kaldırabilmek için serbestlik derecesini dikkate alan düzeltilmiş belirginlik katsayısı hesaplanmaktadır. Bu çalışmada da modellerin düzeltilmiş belirginlik katsayıları dikkate alınmıştır.

$$2. \quad Y = a_0 + a_1 X_1 + \dots + a_n X_n$$

modelinde $a_0=0$ olması halinde R^2 'nin değerlendirilmesi güçleşir⁽⁶²⁾. Modellerin Minitab programı ile tahmini sırasında sabit katsayısı olmayan Friedman modeli için R^2 değerleri elde edilememiştir. Bu nedenle R^2 testi Friedman modeli dışındaki dört tüketim modeli için incelenmiştir.

3. İki modelin belirginlik katsayılarına göre karşılaştırılabilmesi için bağımlı değişkenlerin aynı fonksiyonel şekilde ifade edilmesi gerekir. Bağımlı değişkenin birinde $\ln Y$ diğerinde Y şeklinde olduğu iki model R^2 açısından karşılaştırılamaz. Çünkü, modelin birinde bağımsız değişkenler $\ln Y$ 'deki değişimleri açıklarken diğerinde Y 'deki değişimleri açıklamaktadırlar. $\ln Y$ 'deki değişme Y 'nin nisbi değişmesini ifade ettiği halde, Y 'deki değişme mutlak değişmeyi verir. Böylece, $(\hat{Y} \text{ değişkenliği} / Y \text{ değişkenliği}) \neq (\ln \hat{Y} \text{ değişkenliği} / \ln Y \text{ değişkenliği})$ olup belirginlik katsayıları farklıdır⁽⁶³⁾.

Bütün bu açıklamalar göz önünde bulundurularak tahmin edilen modellere ait R^2 değerleri incelenmiş ve belirginlik katsayısı açısından en iyi modelin tesbitine çalışılmıştır.

(62) Ahmet Kılıçbay, Ekonometrinin Temelleri, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, Yayın No: 512, 1986, s. 114.

(63) Şahin Akkaya, Ekonometri I, İzmir: Anadolu Matbaacılık, 1990, s. 290.

Tablo: 37

R² Büyüklüklerine Göre Modellerin Sıralanışı

Modeller	1. Sırada	2. Sırada	3. Sırada	4. Sırada	Toplam
$C = a + b Y$	1	3	2	0	6
$C = a + b Y + c Y^2$	4	2	0	0	6
$C = a + b \text{Log } Y$	1	1	4	0	6
$C_i/Y_i = a + b Y_i/\bar{Y}$	0	0	0	6	6

Görüldüğü gibi, tahmin edilen 6 doğrusal modelin R² büyüklüğü bakımından 1'i birinci sırada, 3'ü ikinci sırada ve 2'si de üçüncü sırada yer alırken parabolik modellerden 4'ü birinci sırada ve 2'si de ikinci sırada yer almaktadır. Birinci ve ikinci sırada birer modelle yer alan yarı logaritmik modelin 4'ü ise üçüncü sırada bulunmaktadır. R² büyüklüğü açısından Duesenberry modelinin 6'sı da dördüncü sırada yer almaktadır.

Buna göre, incelenen modeller arasında izah gücü bakımından en güçlü olanın birinci sırayı 4 kez işgal eden parabolik, en zayıf olanın da R² değeri 6 modelde de en küçük olan Duesenberry modeli olduğu söylenebilir. İkinci sırayı 3 defa işgal eden doğrusal model açıklama gücü bakımından ikinci güçlü model özelliğini taşıırken, onu üçüncü sırayı 4 kez işgal eden yarı logaritmik model takip etmektedir. Kısaca, izah gücü bakımından en güçlü model, sırasıyla; parabolik, doğrusal, yarı logaritmik ve Duesenberry modelidir. Ancak, R² değerleri göz önünde bulundurulduğunda en güçlü model olarak görünen parabolik modelde bağımsız değişken sayısının diğer modellere nazaran daha fazla olduğuna dikkat etmek gerekir.

b. F Testi

Modelde yer alan bağımsız değişkenlerin tümünün bağımlı değişken üzerinde etkili yani regresyonun bütünüyle anlamlı olup olmadığını anlamak için F testi uygulanmaktadır.

% 5 önem seviyesinde F'nin tablo değeri parabolik model için $F_{0.05}(2, 397) \approx 3.00$ ve diğer modeller için $F_{0.05}(1, 398) \approx 3.84$ olup modeller için hesaplanan F değerlerinin bu değerlerden oldukça büyük olmaları nedeniyle modellerin tümünde

regresyonun bütünüyle anlamlı olduğu görülmüştür. Regresyonun bütünüyle anlamlı olduğu bu modellerden en iyi açıklama gücüne sahip modelin belirlenebilmesi için hesaplanan F değerlerinin büyüklüklerine göre modellerin işgal ettiği yerler bulunmuş ve modellerin sıralanışı tesbit edilmiştir.

Tablo: 38

Hesaplanan F Değerlerinin Büyüklüğüne Göre Modellerin Sıralanışı

Modeller	1. Sırada	2. Sırada	3. Sırada	4. Sırada	5. Sırada	Toplam
$C = a + b Y$	2	2	1	1	0	6
$C = a + b Y + c Y^2$	0	0	5	1	0	6
$C = a + b \text{Log } Y$	2	1	0	3	0	6
$C_p = k Y_p$	2	3	0	1	0	6
$C_i/Y_i = a + b Y_i/\bar{Y}$	0	0	0	0	6	6

Görüldüğü gibi, farklı tip veri ve gruplar için tahmin edilen 6 doğrusal modelin hesaplanan F değerinin büyüklüğü bakımından 2'si birinci, 2'si ikinci, 1'i üçüncü ve 1'i de dördüncü sırada yer alırken parabolik modellerden 5'i üçüncü ve 1'i de dördüncü sırada yer almaktadır. Birinci sırada 2, ikinci sırada 1 modelle yer alan yarı logaritmik modelin 3'ü ise dördüncü sırada bulunmaktadır. Sabit katsayısı olmayan Friedman modellerinden 2'sinin birinci, 3'ünün ikinci ve 1'inin de dördüncü sırada bulunmasına karşılık Duesenberry modellerinin altısı da beşinci sırada yer almıştır.

Buna göre, incelenen modeller arasında hesaplanan F değerinin en büyük, dolayısıyla regresyonun bütünüyle daha anlamlı olan modelin, doğrusal ve yarı logaritmik modelle birlikte birinci sırayı 2'şer defa işgal etmesine karşılık ikinci sırayı diğerlerinden daha fazla (3 defa) işgal eden Friedman modeli, diğerlerine nazaran regresyonun bütünüyle en az anlamlı olan modelin de beşinci sırayı 6 defa işgal eden Duesenberry modeli olduğu söylenebilir. Birinci ve ikinci sırayı 2 defa işgal eden doğrusal model hesaplanan F değerinin büyüklüğü bakımından ikinci en iyi model özelliğini taşıırken yine hesaplanan F değerinin büyüklüğü bakımından yarı logaritmik model üçüncü ve parabolik model de dördüncü en iyi model özelliğine sahiptir. Kısaca, regresyonun bütünüyle anlamlılığı bakımından en iyi model sırasıyla; Friedman, doğrusal, yarı logaritmik, parabolik ve Duesenberry modelidir. Ancak, ekonometrik

kriterler incelenirken de belirtileceği gibi, Friedman modelinde otokorelasyonun olduğu, dolayısıyla hesaplanan F değerlerinin olduğundan büyük çıkabileceği unutulmamalıdır.

c. t Testi

Bir modelin tahmin gücü, modeldeki katsayılara ait varyansların küçüklüğü ile ölçülür. Yani katsayılara ait varyanslar küçük olduğu nisbette modelin tahmin gücü artmaktadır.

Modeldeki parametrelerin anlamlı olup olmadıklarını belirlemek için uygulanan t testi, aynı zamanda modelin tahmin gücü hakkında bilgi vermektedir. Çünkü, ele alınan parametrenin tahmin değerinin yine söz konusu parametrenin standart hatasına oranlanmasıyla elde edilen t değerinin büyüklüğü, parametrenin tahmin değeri ile standart hatasına dolayısıyla varyansına [$\text{varyans}=(\text{standart hata})^2$] bağlıdır. Yukarıda ifade edildiği gibi, katsayılara ait varyansların en küçük; dolayısıyla hesaplanan t değerlerinin en büyük olduğu modelin tahmin gücünün en yüksek olduğu söylenebilir.

% 5 önem seviyesinde çift yanlı test için t'nin tablo değeri $t_{0.025(n-k)} = \pm 2$ 'dir. Modellerin parametreleri için hesaplanan t değerlerinin -ücretliler için kişi başına gelir ve tüketim verileriyle tahmin edilen parabolik modelin Y^2 bağımsız değişkeninin parametresi için hesaplanan t değeri hariç- t'nin tablo değerinden büyük olmaları nedeniyle modellerdeki parametrelerin tümünün % 5 önem seviyesinde anlamlı oldukları söylenebilir.

Ayrıca, parametrelerin tahmin değerlerine göre bulunan t değerlerinin büyüklüğü, açıklanan değişken ile açıklayan değişkenler arasında ne derece sıkı bir ilişkinin olduğunu göstermede yardımcı olabilir. t değeri küçükse bu ilişki zayıf, büyükse kuvvetlidir⁽⁶⁴⁾. Dolayısıyla, hem modellerdeki bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi hem de modellerin tahmin gücü bakımından en iyi modelin (değişkenler arasındaki ilişkinin en güçlü ve tahmin gücü en yüksek model) tesbit edilebilmesi için modellerde yer alan Y bağımsız değişkeninin parametrelerine ait hesaplanan t değerlerinin büyüklüklerine göre modellerin işgal ettiği yerler bulunmuş ve modellerin sıralanışı Tablo: 39'da gösterilmiştir.

(64) Recep Tarı, Ekonometri I., Erzurum: Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Araştırma Merkezi Ders Notları: 138, 1987, s. 93.

Tablo: 39

Bağımsız Değişken Y'nin Parametreleri İçin Hesaplanan t Değerlerinin
Büüklüğüne Göre Modellerin Sıralanışı

Modeller	1. Sırada	2. Sırada	3. Sırada	4. Sırada	5. Sırada	Toplam
$C = a + b Y$	2	2	2	0	0	6
$C = a + b Y + c Y^2$	0	0	0	4	2	6
$C = a + b \text{Log } Y$	2	1	3	0	0	6
$C_p = k Y_p$	2	3	1	0	0	6
$C_i/Y_i = a + b Y_i/\bar{Y}$	0	0	0	2	4	6

Görüldüğü gibi, farklı tip veri ve gruplar için tahmin edilen 6 doğrusal modeldeki Y bağımsız değişkeninin parametreleri için hesaplanan t değerinin büyüklüğü bakımından 2'si birinci, 2'si ikinci ve 2'si de üçüncü sırada yer alırken parabolik modellerden 4'ü dördüncü, 2'si de beşinci sırada bulunmaktadır. Birinci sırada 2, ikinci sırada 1 modelle yer alan yarı logaritmik modelin 3'ü de üçüncü sırada yer işgal etmektedir. Friedman modellerinden 2'sinin birinci, 3'ünün ikinci ve 1'inin de üçüncü sırada bulunmasına karşılık Duesenberry modellerinin 2'si dördüncü ve 4'ü de beşinci sırada yer almıştır.

Buna göre, incelenen modeller arasında hesaplanan t değerinin en büyük, dolayısıyla değişkenler arasındaki ilişkinin en güçlü ve tahmin gücü en yüksek modelin, F testinde olduğu gibi, doğrusal ve yarı logaritmik modelle birlikte birinci sırayı 2'şer defa işgal etmesine karşılık ikinci sırayı diğerlerinden daha fazla (3 defa) işgal eden Friedman modeli, tahmin gücünün ve modeldeki değişkenler arasındaki ilişkinin diğer modellere nazaran daha zayıf olduğu modelin de dördüncü sırayı 2 ve beşinci sırayı da 4 defa işgal eden Duesenberry modeli olduğu söylenebilir. İkinci sırayı 2 defa işgal eden doğrusal model hesaplanan t değerinin büyüklüğü bakımından ikinci en iyi model özelliğini taşıırken yarı logaritmik model en iyi üçüncü ve parabolik model de en iyi dördüncü model özelliğine sahiptir. Kısaca, t değerinin büyüklüğü bakımından en iyi model sırasıyla; Friedman, doğrusal, yarı logaritmik, parabolik ve Duesenberry modelidir. Ancak, F testinde belirtildiği gibi, Friedman modelinde bağımsız değişkenin parametresi için hesaplanan t değerlerinin büyük olması modeldeki otokorelasyonun varlığından kaynaklanabilir.

d. Tahminin Standart Hatası (S)

Modellerin tahminlerinin yeterli derecede başarılı olup olmadığını belirlemek için kullanılan ölçülerden biri de tahminin standart hatasıdır. Tahminin standart hatası ne kadar küçükse tahmin o kadar başarılı ve parametre tahminleri en uygun değerlere sahiptir.

Ele alınan tüketim modellerinin tahminleri istatistiki açıdan son olarak tahminin standart hatası ölçüsü dikkate alınarak test edilmiştir. Buna göre, tahminlerin standart hatalarına göre modellerin işgal ettiği yerler bulunmuş ve modellerin sıralanışı Tablo: 40'da gösterilmiştir.

Tablo: 40

Tahminin Standart Hatasının (S) Küçüklüğüne Göre Modellerin Sıralanışı

Modeller	1. Sırada	2. Sırada	3. Sırada	4. Sırada	5. Sırada	Toplam
$C = a + b Y$	0	1	3	2	0	6
$C = a + b Y + c Y^2$	0	4	2	0	0	6
$C = a + b \text{Log } Y$	0	1	1	3	1	6
$C_p = k Y_p$	0	0	0	1	5	6
$C_i/Y_i = a + b Y_i/\bar{Y}$	6	0	0	0	0	6

Görüldüğü gibi, farklı tip veri ve gruplar için tahmin edilen 6 doğrusal modelin tahminin standart hatasının küçüklüğü bakımından 1'i ikinci, 3'ü üçüncü ve 2'si de dördüncü sırada yer alırken parabolik modellerden 4'ü ikinci ve 2'si de üçüncü sırada bulunmaktadır. İkinci, üçüncü ve beşinci sırada birer modelle yer alan yarı logaritmik modelin 3'ü ise dördüncü sırada yer almaktadır. Friedman modellerinden 1'inin dördüncü ve 5'inin de beşinci sırada bulunmasına karşılık Duesenberry modellerinin altısı da birinci sırada yer almıştır.

Buna göre, incelenen modeller arasında hesaplanan tahminin standart hatasının en küçük, dolayısıyla tahminin en başarılı olan modelin, birinci sırayı 6 defa işgal eden Duesenberry modeli, diğerlerine nazaran tahmini daha az başarılı olan modelin de dördüncü sırayı 1 ve beşinci sırayı 5 defa işgal eden Friedman modeli olduğu söylenebilir. Tahminin standart hatasının küçüklüğü bakımından ikinci en iyi model

parabolik, üçüncü doğrusal ve dördüncü de yarı logaritmik modeldir. Kısaca, tahminin başarısı bakımından en iyi model sırasıyla; Duesenberry, parabolik, doğrusal, yarı logaritmik ve Friedman modelidir.

Sonuç olarak, R2 değeri bakımından en iyi modelin parabolik model olduğu görülmekte ise de bu modelin katsayılarının büyüklüğünün anlamsız olması ve dolayısıyla en iyi model olma özelliğini kaybetmesi nedeniyle R2 değeri bakımından ikinci sırada bulunan doğrusal modelin en iyi model olduğu tesbit edilmiştir. Hesaplanan t ve F değerleri açısından birinci sırada yer alan Friedman modelinde -modeller ekonometrik kriterlere göre test edilirken ifade edileceği gibi- otokorelasyon olması nedeniyle t ve F değerleri bakımından en iyi modelin yine doğrusal model olduğu görülmüştür. Buna karşılık, tahminin en başarılı olduğu model ise Duesenberry modelidir.

3. Model Test Sonuçlarının Ekonometrik Kriterlere Göre

Değerlendirilmesi

Daha önce belirtildiği gibi, ekonometrik kriter ile, tahmin edilen modellerin hata terimleri ile ilgili varsayımların geçerli olup olmadıkları araştırılmaktadır. Çünkü, hata teriminin (ϵ) özellikleri ve buna ait varsayımlar regresyon tekniğinin en önemli bölümünü meydana getirmektedir.

Ekonometrik bir modelde parametre tahminleri çeşitli tahmin metodlarıyla bulunabilirse de uygulamada en çok kullanılan metod Klasik Doğrusal Regresyon Modeli (KDRM) dir. KDRM'nin hata terimiyle ilgili varsayımları şunlardır:

- ϵ tesadüfi değişkenlerdir ve dağılımları probabilitelerine bağlıdır.
- ϵ 'nin dağılımı normal dağılımın karakter ve özelliklerine sahiptir.
- ϵ ortalaması (veya beklenen değeri) sıfırdır.

$$E(\epsilon_i) = 0$$

- Hata teriminin bütün gözlemlere ait varyansı (σ^2) sabittir.

$$E(\epsilon_i^2) = \sigma^2_\epsilon$$

- Çeşitli gözlemlere ait hata terimleri birbirinden bağımsızdır.

$$E(\epsilon_i \epsilon_j) = 0$$

Ayrıca, hata terimiyle ilgili olmasa dahi KDRM'nin diğer bir varsayımı da şudur:

- Model tahmininde kullanılan gözlem sayısı bağımsız değişken sayısından büyüktür ve bağımsız değişkenler arasında doğrusal bir ilişki bulunmamaktadır.

KDRM ile ilgili olarak belirtilen bu varsayımlar regresyon modelinin güvenilir sonuçlar vermesi için zorunlu olan varsayımlardır. Bu varsayımların gerçekleşmemesi halinde çeşitli ekonometrik problemler ortaya çıkar ki bunlar; a. Otokorelasyon b. Çoklu doğrusal bağlantı c. Değişen varyansdır.

a. Otokorelasyon (Serial Correlation)

KDRM'nin $E(\epsilon_i \epsilon_j) = 0$ varsayımından bir sapma olduğu takdirde otokorelasyon söz konusudur. Buna göre, hata terimlerinin birbiri ile ilişkili olması durumuna otokorelasyon denilmektedir.

Yatay kesit verilerinde daha ziyade değişen varyans probleminin görülmesine karşılık zaman dizilerinde otokorelasyon söz konusu olmaktadır⁽⁶⁵⁾.

Otokorelasyon çeşitli nedenlerle ortaya çıkabilir. Bunlar:

- Matematiksel kalıbın yanlış seçilmesi
- Bazı bağımsız değişkenlerin modele alınmaması
- Açıklanan değişkende ölçme hatası bulunması

Otokorelasyonun varlığı, tahmin edilen parametrelerin eğilimsiz, tutarlı ve kararlı olmasını engellemez, fakat parametrelerin varyansı aşağı doğru bir eğilim göstereceklerinden t ve F testlerinin kullanılmasının beklenen sonucu vermeyeceği söylenebilir.

Tahmin edilen modellerde Durbin-Watson (d) testi uygulamak suretiyle otokorelasyon olmadığı -Friedman modeli hariç- tesbit edilmiştir. Friedman modellerinde ise hesaplanan d değerleri sıfıra çok yakın olduğundan pozitif otokorelasyonun olduğu tesbit edilmiştir. Dolayısıyla, Friedman modellerinde hesaplanan t ve F değerleri, en iyi modelin belirlenmesinde dikkate alınmıştır.

b. Çoklu Doğrusal Bağlantı (Multicollinearity)

Birden çok bağımsız değişkenin yer aldığı doğrusal bir modelde bağımsız değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin bulunması haline çoklu doğrusal bağlantı denir.

(65) A. Kılıçbay, a.g.e., s. 320.

Modelde çoklu doğrusal bağlantının varlığı değişik şekillerde ortaya çıkarılabilir. En basit şekliyle, modelde her bir parametre için yapılan t testinin bir veya birden fazla parametre için olumsuz sonuç vermesine karşılık F testi olumlu sonuçlar verirse, yani modelin bütünüyle anlamlı olmasına karşılık modeldeki parametre/parametreler anlamsız ise modelde çoklu doğrusal bağlantının olabileceği düşünülür.

Çoklu doğrusal bağlantının varlığı halinde parametrelerin standart hataları nisbeten büyük, bunun sonucu olarak söz konusu parametrelere ait t değerleri küçük çıkmakta ve dolayısıyla ilgili parametre ve değişkenin anlamsız olduğu sonucu belirlemektedir. Bu da, her zaman gerçekçi olmayabilir.

Kişi başına gelir ve tüketim verileriyle ücretliler için tahmin edilen parabolik modelde Y^2 değişkenine ait t testinin olumsuz sonuç (-0.27) vermesine karşılık F testinin olumlu sonuç (1521.42) vermesi modelde çoklu doğrusal bağlantının bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, modelde yer alan Y ve Y^2 bağımsız değişkenleri arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmaktadır.

c. Değişen Varyans (Heteroscedasticity)

KDRM'nin varsayımlarından birinin de sabit varyans (homoscedasticity) varsayımı $[E(\epsilon_i^2) = \sigma^2_\epsilon]$ olduğu yukarıda belirtilmişti. Bu varsayımdan sapma değişen varyans (heteroscedasticity) olarak adlandırılmaktadır. Değişen varyans iki şekilde görülmektedir.

$\sigma^2_{\epsilon_1} < \sigma^2_{\epsilon_2} < \dots < \sigma^2_{\epsilon_n}$ olduğu durumda artan varyans ve

$\sigma^2_{\epsilon_1} > \sigma^2_{\epsilon_2} > \dots > \sigma^2_{\epsilon_n}$ olduğu durumda da azalan varyans söz konusudur.

Genel olarak, zaman serisi verilerine dayalı makro modellerde sabit varyans, kesit verilerine dayalı mikro modellerde ise değişen varyans ihtimali daha büyüktür. Ayrıca, değişen varyans, kesit verilerine konu teşkil eden değişkenlerin sayısal büyüklüklerine bağlı olarak da meydana gelebilir⁽⁶⁶⁾. Özellikle bazı yatay kesit çalışmalarında, değişkenlerin aldığı değerlerin çok yaygın olduğu durumlarda, hata terimlerinin varyansları buna bağlı olarak farklı büyüklükte dirler⁽⁶⁷⁾. Çünkü, yatay kesit verilerinde aileden aileye, kişiden kişiye değişen özellikler ortaya çıkacak, bu değişme ve farklılaşmaların yükü hata paylarına yansıyacak, bu da modelin değişen

(66) A. Kılıçbay, a.g.e., s. 134.

(67) Tümay Ertek, Ekonometriye Giriş, Dördüncü Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1987, s. 176.

varyanslı olmasına yol açacaktır. Örneğin bu çalışmada olduğu gibi, tüketim harcamaları anketlerinden elde edilen yatay kesit verilerinin kullanıldığı tüketim fonksiyonu çalışmalarında değişen varyans beklenebilmektedir. Nitekim, aylık 15.000.000 TL gelire sahip ailenin tüketim harcamaları dağılımının aylık 1.000.000 TL gelire sahip olan aileninkinden çok daha yaygın olması muhtemeldir. Yani, yüksek gelirli ailelerin tüketim harcamalarında düşük gelirli ailelerden daha esnek davrandıkları ve dolayısıyla tüketim harcamaları varyansının gelir arttıkça arttığı görülmektedir.

Tahmin edilen ekonometrik modellerde değişen varyansın olup olmadığını belirlemek için sistematik ve sistematik olmayan testler kullanılmaktadır. Değişen varyans halinin var olup olmadığını belirlemek için uygulanan Spearman Sıra Korelasyon Testi, Glejser Testi ve Barlett Testinin yanısıra diğer sistematik testlerin başlıcaları şunlardır⁽⁶⁸⁾:

- Goldfeld-Quandt Testi
- Breusch-Pagan Testi
- White's Testi
- Engle's ARCH Testi

Sistematik olmayan test ile gözlemlerin değişkenliğinin bağımsız değişkenin aldığı değerlere bağlı olarak sistematik bir biçimde değişme gösterip göstermediği bir diyagram üzerinde incelenmektedir. Böyle bir inceleme, sadece hata teriminin varyansının sabit kalıp kalmadığı hakkında bir fikir verebilir. Bağımsız değişkendeki değişmeler karşısında hata teriminin varyansı sabit kalmıyorsa değişen varyansın varlığına hükmedilir.

Bu çalışmada tahmin edilen modellerde değişen varyansın olup olmadığı sistematik testlerden en azından biri ile belirlenmek istenmişse de, yeterli zamanın olmaması nedeniyle gerek değişen varyansın varlığının tesbiti ve gerekse değişen varyansı gidererek modellerin yeniden tahmini gerçekleştirilememiştir.

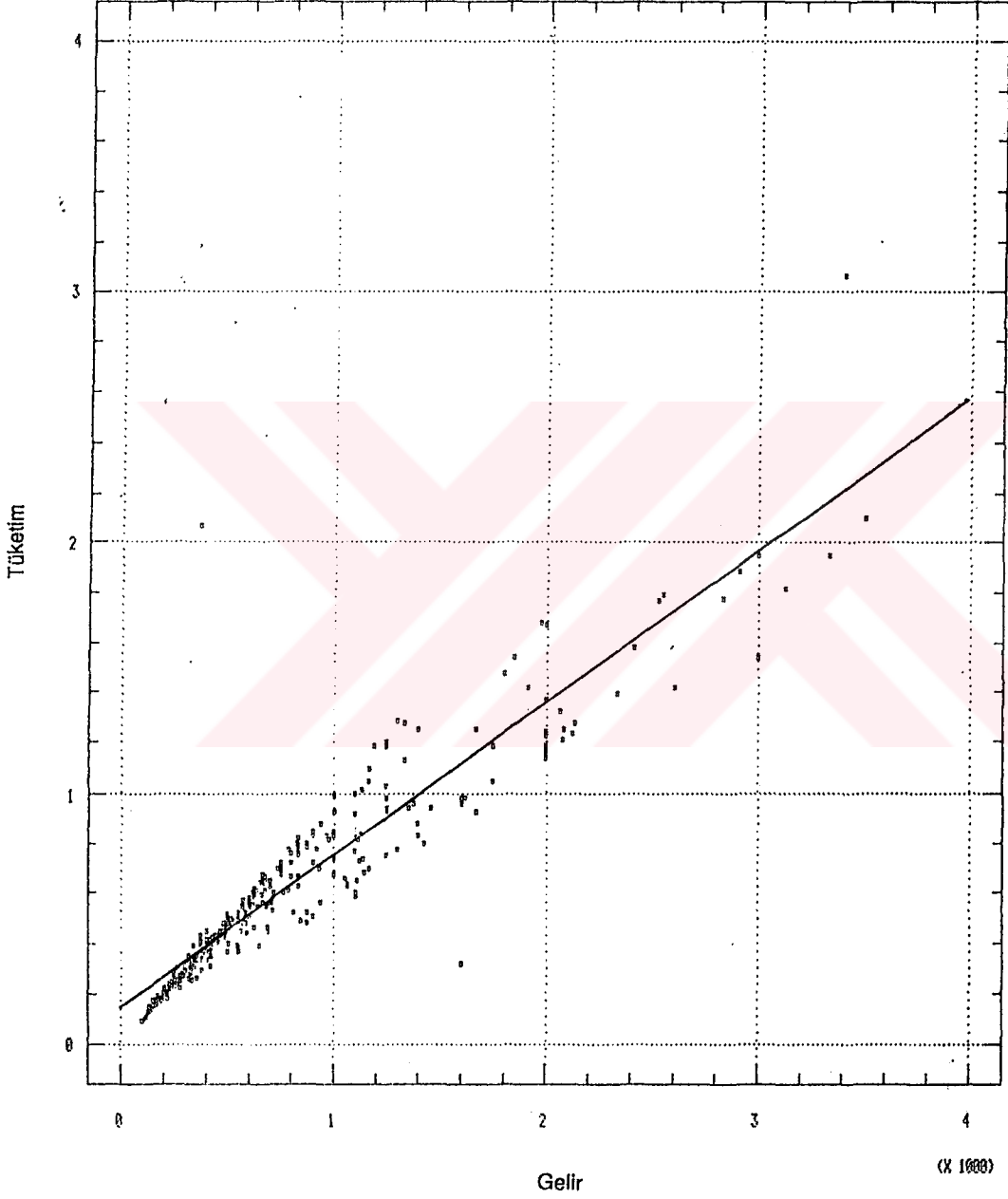
Modellerde değişen varyansın olup olmadığının belirlenmesinden vazgeçilmemiş olmakla beraber, sadece kişi başına gelir ve tüketim verileriyle genel grup için tahmin edilmiş modellerde değişen varyansın olup olmadığı sistematik olmayan test ile tesbit edilerek incelenen modellerin tahminleri ile dağılım diyagramları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

(68) Ramu Ramanathan, *Introductory Econometrics with Applications*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, Publishers and its Subsidiary, Academic Press, 1989, s. 452.

- Doğrusal Model:

$$C = 141 + 0.602 Y$$

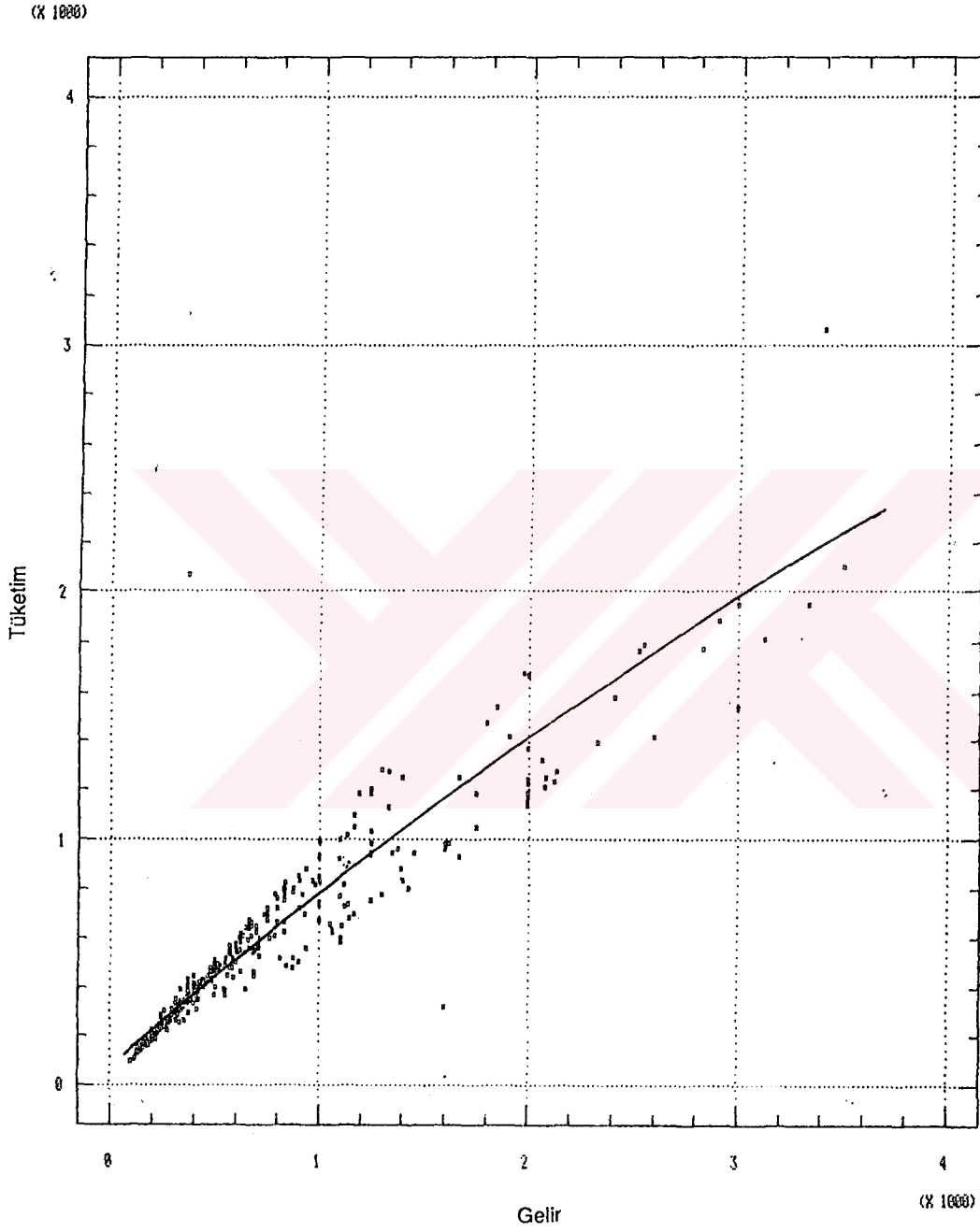
(X 1000)



Şekil: 10. Gelir Tüketim İlişkisi (Doğrusal Model)

- Parabolik Model:

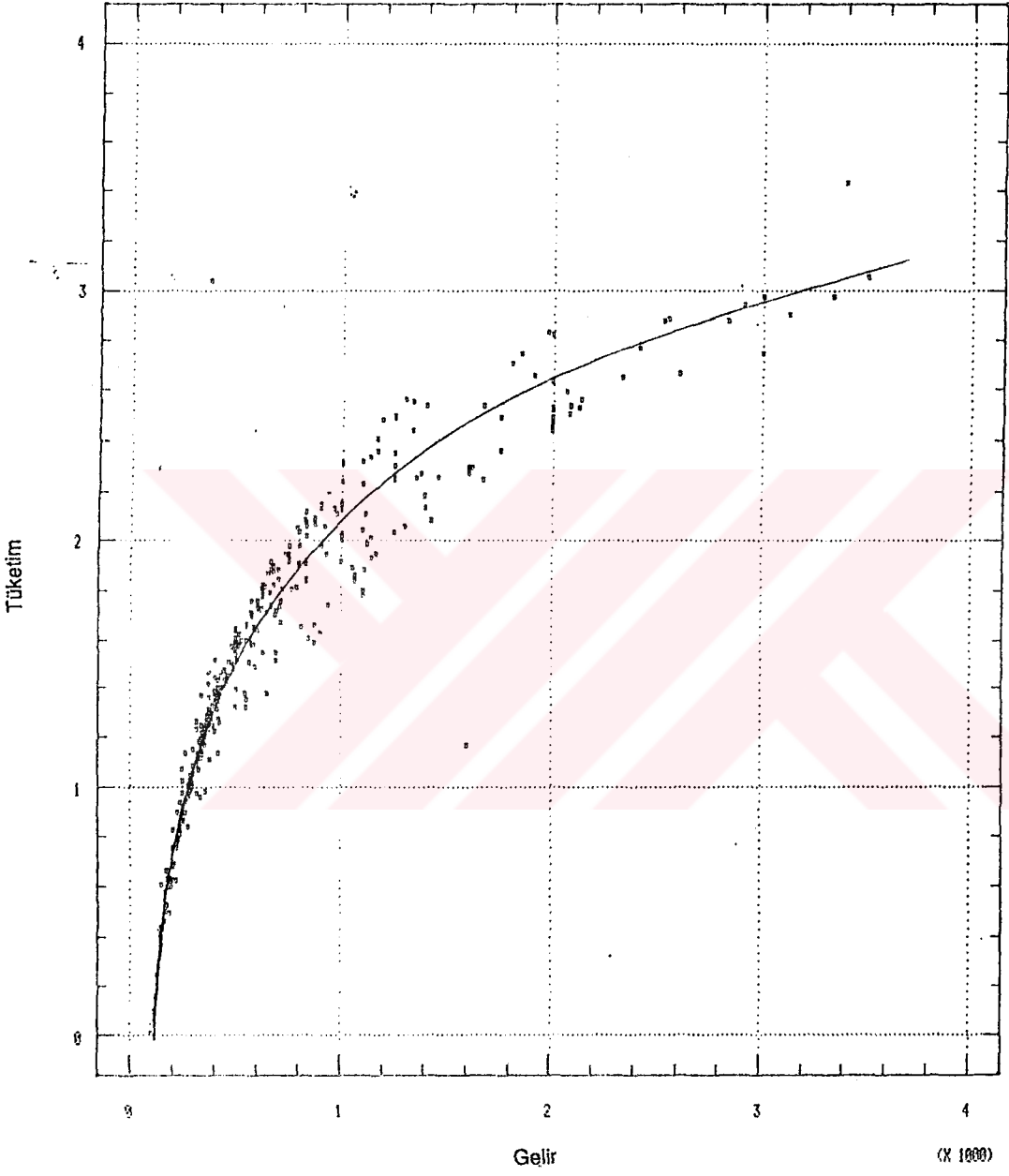
$$C = 96.1 + 0.715 Y - 0.000041 Y^2$$



Şekil: 11. Gelir Tüketim İlişkisi (Parabolik Model)

- Yarı Logaritmik Model:

$$C = -2451 + 480 \log Y$$

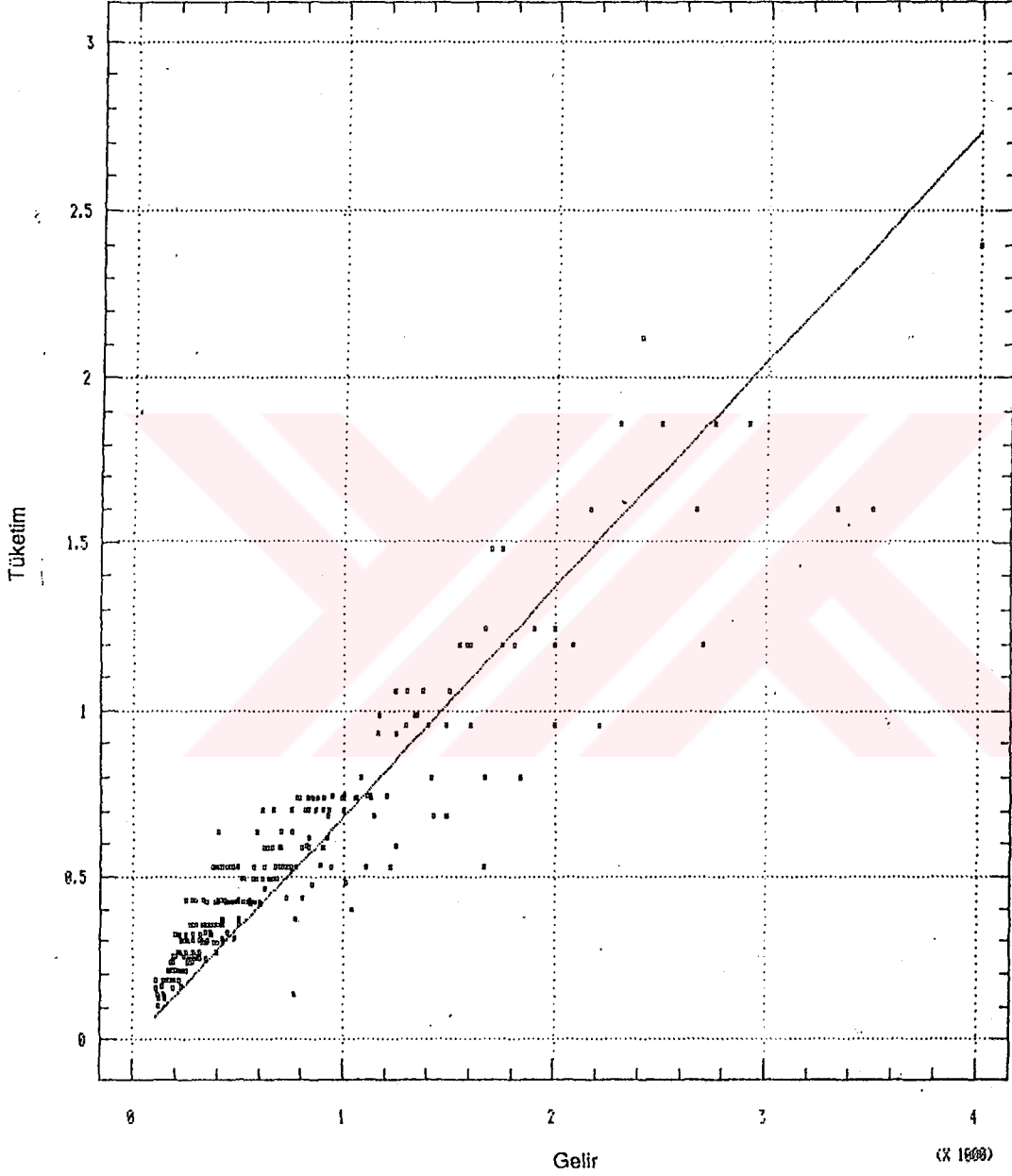


Şekil: 12. Gelir Tüketim İlişkisi (Yarı Logaritmik Model)

- Friedman Modeli:

$$C_p = 0.687 Y_p$$

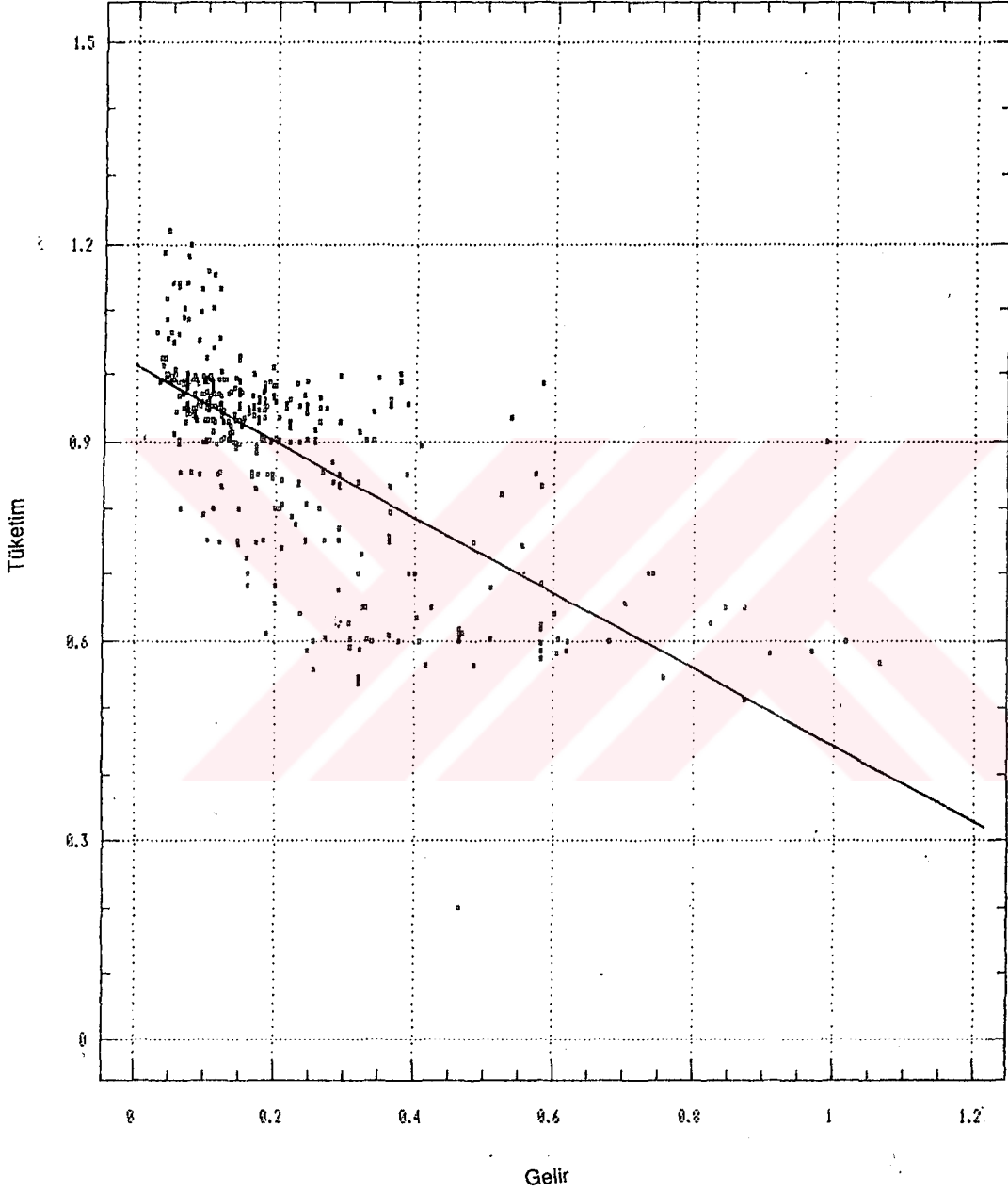
(X 1000)



Şekil: 13. Gelir Tüketim ilişkisi (Friedman Modeli)

- Duesenberry Modeli:

$$\frac{C_i}{Y_i} = 1.01 - 0.589 \frac{Y_i}{\bar{Y}}$$



Şekil: 14. Gelir Tüketim İlişkisi (Duesenberry Modeli)

Dağılım diyagramlarından da görüldüğü gibi, bağımsız değişkendeki değişimler karşısında hata terimi varyansı değişmektedir. Yani, bağımsız değişkenin değeri arttıkça hata terimi varyansı da artmaktadır. Dolayısıyla, uygulanan sistematik olmayan test sonucunda söz konusu modellerde artan değişen varyansın varlığından söz edilebilir.

Değişen varyans, tahmin edilen parametrelerin eğilimsiz, tutarlı ve istikrarlı olmalarını engellememekte fakat, onların en küçük varyansa sahip, tesirli parametreler olmasını önlemektedir⁽⁶⁹⁾. Bu itibarla, kişi başına gelir ve tüketim verileriyle ücretliler için tahmin edilen parabolik modeldeki Y^2 bağımsız değişkeninin t değerinin anlamsız olmasının modeldeki değişen varyansın varlığından kaynaklandığı söylenebilir.

Bütün bu yapılanlar ve söylenenlerin ışığı altında modellerin çeşitli testler karşısındaki başarılarını gösteren Tablo: 41 yardımıyla Erzurum'daki tüketim harcamaları eğilimini en iyi açıklayan model tesbit edilmiştir.

Tablo: 41
Modellerin Farklı Kriterlere Göre Başarı Dereceleri

Kriterler	İktisadi Kriter		İstatistiksel Kriter			Ekonometrik Kriter		
	Katsayı İşareti	Katsayı Büyüklüğü	R ²	t	F	S	Otokorelasyon	Çoklu Doğrusal Bağlantı
Modeller								
$C = a + b Y$	Anlamlı	Anlamlı	2	2	2	3	Yok	Yok
$C = a + b Y + c Y^2$	Anlamlı	Anlamsız	1	4	4	2	Yok	Var
$C = a + b \text{Log } Y$	Anlamlı	Anlamlı	3	3	3	4	Yok	Var
$C_p = k Y_p$	Anlamlı	Anlamlı	-	1	1	5	Var	Yok
$C/Y = a + b Y/Y$	Anlamlı	Anlamlı	4	5	5	1	Yok	Var

(69) A. Kılıçbay, a.g.e., s. 137.

Tablo: 41'den de anlaşılacağı gibi, değişen varyans bütün modellerde bulunmaktadır. Dolayısıyla, değişen varyansın olumsuz etkileri bir tarafa bırakılarak en iyi modelin seçimi diğer kriterler esas alınmak suretiyle gerçekleştirilmiştir.

Katsayıların işaretleri bakımından bütün modellerin anlamlı olmasına karşılık katsayıların büyüklükleri açısından parabolik model anlamsız sonuç vermiştir. Böylece, başarı sıralamasında en önemli kriter olan iktisadi kritere göre anlamsız sonuç veren ve yapısında çoklu doğrusal bağlantının bulunduğu parabolik model, en iyi model olma şansını kaybetmiştir.

En büyük R^2 değerine sahip olması nedeniyle 1'inci sırada yer alan parabolik model, gerek katsayılarının büyüklüğü ve gerekse çoklu doğrusal bağlantı açısından olumsuz sonuç vererek şansını kaybettiği için R^2 büyüklüğü açısından 2'inci sırada yer alan doğrusal model en iyi model olma yolunda iyi bir avantaj sağlamıştır.

Otokorelasyon ve çoklu doğrusal bağlantının bulunmadığı doğrusal model, sıralama itibarıyla aynı olan t ve F değerlerinin büyüklüğü açısından birinci sırada yer alan Friedman modelinin yapısında otokorelasyon olması nedeniyle elenmesi sonucu ilk sıraya yükselmiştir. Dolayısıyla, tahminin standart hatasının küçüklüğü bakımından üçüncü sırada yer almasına rağmen doğrusal model, diğer kriterlere göre gösterdiği başarı ve basitliği göz önünde tutularak en iyi model olarak seçilmiştir.

ÖZET VE SONUÇ

Bütün iktisadi faaliyetlerin tek amacı olarak kabul edilen tüketim, iktisadi mal ve hizmetlerin faydalarının, hür insanların ihtiyaçlarını doğrudan doğruya tatmininde kullanılması şeklinde tanımlanabilmektedir. Tüketim harcamaları ise insan ihtiyaçlarının tatmininde kullanılacak iktisadi mal ve hizmetler için yapılan harcamaların toplamıdır.

Tüketim harcamaları; gelir, geçmiş tüketim, servet, faiz oranları gibi iktisadi; meslek, yaş, eğitim durumu, hanehalkı büyüklüğü gibi demografik ve davranışsal faktörler tarafından etkilenmektedir. Bu faktörlerden en önemlisi iktisadi faktörler grubunda yer alan gelirdir.

Gelir ile tüketim arasındaki ilişkinin mahiyetini açıklamaya yönelik olarak ileri sürülen teoriler: 1. Mutlak gelir teorisi 2. Nisbi gelir teorisi 3. Sürekli gelir teorisi ve 4. Hayat devresi teorisidir.

Reel tüketimin reel gelirin kararlı bir fonksiyonu olduğunu ileri süren mutlak gelir teorisine göre, gelir arttıkça tüketim de artmakta, fakat bu artış gelirdeki artıştan daha küçük olmaktadır. Duesenberry, nisbi gelir teorisinde tüketimin, cari gelirle daha önce ulaşılmış en yüksek gelir arasındaki oransal ilişkinin bir fonksiyonu olduğunu ve tüketici tercihlerinin mutlak gelir teorisinde olduğu gibi birbirinden bağımsız olmadığını ileri sürmüştür. Sürekli gelir teorisinde, gelir ve tüketimi sürekli ve arızî olmak üzere ikiye ayıran Friedman, sürekli tüketimin sürekli gelirin bir oranı olduğunu ifade etmiştir. Kişilerin tüketim ve tasarruf davranışlarının hayat devresindeki pozisyonuna bağlılığını hesaplamaya çalışan hayat devresi teorisine göre tüketim, sadece cari gelire değil, aynı zamanda beklenen ortalama gelir ve cari servete bağlıdır. Gerçekte; teori, ortalama beklenen gelirde bir değişme olmadığı durumda tüketimin cari gelirdeki değişmelere tamamen tepki göstermediğini ileri sürmektedir.

Tüketim harcamalarıyla ilgili olarak ortaya konulan bu 4 teori de temel bağımsız değişken olarak geliri almışlardır. Bu ortak yönün dışında aralarında önemli ayrılıklar vardır. Bu teorilerden hangisinin tüketim harcamalarını açıklamada ve tahminlerde bulunmada daha uygun bir araç olacağı konusunda yoğun tartışma ve araştırmaların yapılmasına rağmen tam bir anlaşma sağlanamamıştır. Herhangi bir teorinin doğruluğu, ancak daha sağlam verilere dayanan, metodolojisi daha güçlü istatistiksel analizlerle ortaya konulacaktır.

Tüketicilerin gelirlerinden tüketimlerine ayırdıkları pay olarak tanımlanabilen

tüketim eğilimi, tüketicilerin iktisadi ve sosyal durumlarını ortaya çıkarmaktadır. Tüketim eğiliminin bilinmesi hem üretici hem de tüketici yönünden önemlidir. Tüketim eğiliminin bilinmesi, tüketici yönünden harcama kalemlerinin tesbitine, bir anlamda tüketim kalıbının bilinmesine yararken, üreticiler yönünden de tüketici taleplerinin kapsam ve sınırının ne olacağını ortaya koymaktadır.

Esneklik, belli bir fonksiyondaki bağımlı değişkenin bağımsız değişkendeki değişimler karşısındaki hassasiyet derecesidir. Rasyonel bir tüketicinin, tüketim harcamalarını çeşitli mal ve hizmet türleri arasında en iyi bir şekilde nasıl paylaşması gerektiğinin incelenebilmesi için tüketimin gelir esnekliğinin, söz konusu mal ve hizmet türleri itibarıyla tahmin edilmesi gerekmektedir.

Toplam tüketim harcamaları ile esneklikler arasında önemli ilişki olduğu bir gerçektir. Bu ilişki, esneklik katsayısına bağlı olarak toplam tüketim harcamalarında meydana gelen değişimleri ortaya koymaktadır. Tüketimin (talebin) fiyat esnekliği, fiyattaki nisbi değişme karşısında tüketilen miktarda meydana gelen nisbi değişme olduğundan fiyatla miktarın çarpımından oluşan tüketim harcamaları, fiyattaki değişimler karşısında esneklik katsayısına bağlı olarak değişecektir. Buna göre, tüketimin fiyat esnekliği büyük ise toplam harcama ile fiyatın zıt yönde, esneklik küçük ise aynı yönde hareket ettiği söylenebilir.

Beklenen fiyat esnekliği ile tüketici davranışları arasında da yakın bir ilişki bulunmaktadır. Beklenen fiyat esnekliği; 1'den büyük ise tüketiciler bugünkü tüketimlerini (taleplerini) artırırlar, 1'e eşitse tüketicilerin bugünkü tüketimleri sabit kalır, 0 ile 1 arasında, sıfıra eşit ve sıfırdan küçük ise tüketiciler bugünkü tüketimlerini azaltırlar.

Ortaya konulan bütün bu teorik bilgilerin ışığı altında Erzurum'daki tüketicilerin tüketim harcamalarının analizini konu alan bu araştırmanın en önemli amaçlarından biri -araştırmanın ekonometrik bir çalışma olması nedeniyle- gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla ileri sürülen tüketim harcamaları teorilerini ifade eden ekonometrik tüketim modellerini tahmin ve test etmek suretiyle Erzurum'daki tüketim harcamaları eğilimini en iyi açıklayan modeli belirlemektir.

Gerekli verileri elde edebilmek için % 5 önem seviyesinde ve % 5 hata payı ile 400 hanehalkına "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi"nin uygulandığı araştırma; 26.000'i işçi, 11.010'u memur, 21.064'ü esnaf ve sanatkâr, 422'si serbest meslek sahibi, 5.156'sı tüccar ve 3.951'i de çiftçi olan 67.603 çalışanı kapsamaktadır.

Daha önce de ifade edildiği gibi, tüketim harcamaları, gelirin yanısıra diğer bir

çok değişken tarafından etkilenebilmektedir. Ancak, bütün bu değişkenlerin ekonometrik modellere dahil edilmesi çok sayıda problemi de beraberinde getirmektedir. Bu problemlerin ortaya çıkmasını engellemek amacıyla bu çalışmada, ekonometrik modellere sadece gelir dahil edilmiş ve diğer değişkenlerin tüketim üzerindeki etkilerini göstermek amacıyla da tüketiciler, demografik özelliklerine göre gelir, meslek, yaş, eğitim ve medeni halleri itibariyle farklı 5 gruba ayrılmak suretiyle analizler yapılmıştır.

Tüketiciler, gelir grupları itibariyle beş gruba ayrılmıştır.

- 0 - 1.500.000 TL gelir grubu
- 1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubu
- 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubu
- 4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubu
- 6.000.001 TL + gelir grubu

400 hanehalkı reisin den 78'inin yer aldığı 0 - 1.500.000 TL gelir grubunda toplam fert sayısı 428 ve işsiz sayısı 26'dır. Aylık ortalama gelirin 1.250.000 TL ve aylık ortalama tüketime 1.282.000 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 1.500.000 TL'dir. Bu tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 2.57'si kadar daha fazla tüketmektedirler. Bunda tüketici kredileri uygulaması önemli bir etkiye sahiptir.

1.500.001 - 3.000.000 TL gelir grubunda 149 hanehalkı reisi yer almakta olup gruptaki toplam fert sayısı 841 ve işsiz sayısı 62'dir. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.346.000 TL ve aylık ortalama tüketime 2.228.468 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 1.510.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 3.000.000 TL'dir. Bu gruptaki tüketiciler de aylık ortalama gelirlerinin % 94.99'unu harcamakta, geri kalan % 5.01'ini tasarruf etmektedirler.

86 hanehalkı reisininin oluşturduğu 3.000.001 - 4.500.000 TL gelir grubundaki toplam fert sayısı 481 ve işsiz sayısı 35'dir. Aylık ortalama gelirin 3.595.000 TL ve aylık ortalama tüketime 3.132.150 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 3.030.000 TL ve en yüksek aylık gelir de 4.500.000 TL'dir. Söz konusu tüketiciler gelirlerinin % 87.13'ünü tüketime ayırırken % 12.87'sini tasarruf etmektedirler.

4.500.001 - 6.000.000 TL gelir grubunda 37 hanehalkı reisi yer almakta olup gruptaki toplam fert sayısı 211 ve işsiz sayısı 13'dür. Yine, aylık ortalama gelirin 5.222.000 TL ve aylık ortalama tüketime 3.824.820 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 4.600.000 TL ve en yüksek aylık gelir 6.000.000 TL'dir. Tüketiciler gelirlerinin

% 73.24'ünü tüketime harcarken % 26.76'sını tasarrufa ayırmaktadırlar.

50 hanehalkı reisinin bulunduğu 6.000.001 TL + gelir grubundaki toplam fert sayısı 285 ve işsiz sayısı 8'dir. Aylık ortalama gelirin 8.533.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 4.985.220 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 6.200.000 TL ve en yüksek aylık gelir 15.000.000 TL'dir. Bu gruptakiler ise gelirlerinin % 58.42'sini tüketmelerine karşılık % 41.58'ini tasarrufa ayırmaktadırlar.

Tablo: 7'den de anlaşıldığı gibi, gelir düzeyi yükseldikçe gelirin tüketime ayrılan kısmı giderek azalmaktadır. Yani, gelir düzeyi yükseldikçe marjinal tüketim eğiliminin azalmasına karşılık marjinal tasarruf eğilimi artmaktadır. Öyle ki, 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler gelirlerinden daha fazla tüketirken 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler gelirlerinin ancak % 58.42'sini tüketmektedirler. Ayrıca, Engel Kanununda ifade edildiği gibi; yüksek gelirli tüketiciler, düşük gelirlilere nazaran gıda maddesine miktar olarak daha çok, fakat nisbi olarak daha az harcamada bulunurlar. Görüldüğü gibi, 0 - 1.500.000 TL gelir grubundaki tüketiciler, gelirlerinin miktar olarak 612.574 TL'lik kısmını, nisbi olarak da % 49'unu gıda maddelerine harcarken 6.000.001 TL + gelir grubundaki tüketiciler, gelirlerinin ancak 1.563.990 TL'lik kısmını yani % 18.33 'ünü gıda maddelerine harcamaktadırlar. Bu durum, Engel Kanununun Erzurum'daki tüketiciler için de geçerli olduğunu göstermektedir.

Gelir grupları itibariyle ağırlıkların tüketim gruplarına göre dağılımı incelendiğinde gıda maddeleri ile ısıtma ve aydınlatma maddelerine yapılan harcamaların toplam harcamalar içindeki payının gelire bağlı olarak değişmekte olup gelir düzeyi yükseldikçe bu payın giderek azaldığı görülecektir. Buna karşılık, gelir düzeyi yükseldikçe tüketicilerin giyime, ulaşım ve haberleşme ile diğer mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplam harcama içindeki payı giderek artmaktadır. (Tablo: 8)

Tüketiciler, meslek grupları itibariyle de beş gruba ayrılmışlardır.

- İşçi grubu
- Memur grubu
- Esnaf ve sanatkâr grubu
- Serbest meslek sahibi ve tüccar grubu
- Çiftçi grubu

400 hanehalkı reısından 154'ünün yer aldığı işçi grubunda toplam fert sayısı 857 ve işsiz sayısı 55'dir. Aylık ortalama gelirin 2.970.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.630.039 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 900.000 TL ve en yüksek aylık gelir 7.430.000 TL'dir. Gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin %

88.55'ini harcarken geri kalan % 11.45'ini tasarruf etmektedirler.

Memur grubunda 65 hanehalkı reisi yer almakta olup gruptaki toplam fert sayısı 299 ve işsiz sayısı 11'dir. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.863.000 TL aylık ortalama tüketimin 2.382.451 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 1.200.000 TL ve en yüksek aylık gelir de 8.500.000 TL'dir. Söz konusu tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 83.22'sini harcamakta ve geri kelen % 16.78'ini de tasarrufa ayırmaktadırlar.

125 hanehalkı reisinin oluşturduğu esnaf ve sanatkârlar grubunda toplam fert sayısı 755 ve işsiz sayısı 51'dir. Aylık ortalama gelirin 3.504.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.691.351 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 800.000 TL ve en yüksek aylık gelir 15.000.000 TL'dir. Bu gruptaki tüketiciler ise gelirlerinin % 76.81'ini tüketime ayırırken % 23.19'unu tasarruf etmektedirler.

Serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubunda 33 hanehalkı reisi yer almakta olup gruptaki toplam fert sayısı 165 ve işsiz sayısı 10'dur. Yine, aylık ortalama gelirin 7.486.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 4.724.300 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 2.300.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 12.500.000 TL'dir. Gruptakiler, gelirlerinin % 63.11'ini tüketirken % 36.89'unu da tasarrufa ayırmaktadırlar.

23 hanehalkı erisinin bulunduğu çiftçi grubunda toplam fert sayısı 170 ve işsiz sayısı 17'dir. Aylık ortalama gelirin 2.073.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 1.738.019 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 8.834.000 TL'dir. Bu tüketiciler, gelirlerinin % 83.84'ünü tüketirken geri kalan % 16.16'lık kısmını tasarruf etmektedirler.

Tablo: 11'de görüldüğü gibi, gelirlerinden tüketime ayırdıkları payın en fazla olduğu işçi grubunda gelirin % 85.55'i tüketime ayrılırken bu oran, çiftçi grubunda % 83.84, memur grubunda % 83.22, esnaf ve sanatkârlar grubunda % 76.81 ve serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubunda % 63.11'dir. Ayrıca, gıda maddeleri için çiftçi grubu en fazla (% 41.92) harcamayı yaparken serbest meslek sahibi ve tüccarlar en az (% 17.63) harcamayı yapmaktadırlar. Bunda çiftçi grubunun gelir seviyesinin serbest meslek sahibi ve tüccarlar grubuna nazaran oldukça düşük olması önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla, bu sonuçlar tüketicilerin mesleklerinin tüketim harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Bütün bunların yanısıra, gıda maddelerine nisbi olarak en yüksek harcamayı çiftçiler (% 53.00), en düşük harcamayı da serbest meslek sahipleri ve tüccarlar (% 28.61) yapmışlardır. Ulaşım ve haberleşmede ise bunun tam tersi gerçekleşmiştir. En yüksek harcamayı % 18.31 ile serbest meslek sahipleri ve tüccarlar yaparken en düşük

harcamayı da % 7.56 ile çiftçiler gerçekleştirmişlerdir. (Tablo: 12)

Tüketiciler, gelir ve meslek gruplarında olduğu gibi yaş grupları itibarıyla da beş gruba ayrılmıştır.

- 12-25 yaş grubu
- 26-35 yaş grubu
- 36-45 yaş grubu
- 46-55 yaş grubu
- 56 + yaş grubu

20 hanehalkı reisinin yer aldığı 12-25 yaş grubunda toplam fert sayısı 95 ve işsiz sayısı 7'dir. Aylık ortalama gelirin 3.070.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.626.467 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 925.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 5.500.000 TL'dir. Bu tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 85.55'ini harcarken geri kelen % 14.45'ini tasarruf etmektedir.

26-35 yaş grubunda 165 hanehalkı reisi bulunmakta olup gruptaki toplam fert sayısı 755 ve işsiz sayısı 29'dur. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.273.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.654.221 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir. Gruptaki tüketiciler, gelirlerinin % 81.09'unu tüketime ayırırken % 18.91'ini tasarruf etmektedirler.

128 hanehalkı reisinin oluşturduğu 36-45 yaş grubunda toplam fert sayısı 808 ve işsiz sayısı 50'dir. Aylık ortalama gelirin 3.528.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.807.770 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 850.000 TL ve en yüksek aylık gelir de 12.500.000 TL'dir. Söz konusu tüketiciler, gelirlerinin % 79.59'unu tüketime harcarken % 20.41'ini tasarrufa ayırmaktadırlar.

46-55 yaş grubunda 61 hanehalkı reisi bulunurken gruptaki toplam fert sayısı 402 ve işsiz sayısı 35'dir. Yine, aylık ortalama gelirin 3.812.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.849.725 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 875.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.000.000 TL'dir. Tüketiciler, gelirlerinin % 74.76'sını tüketime % 25.24'ünü de tasarrufa ayırmaktadırlar.

26 hanehalkı reisinin yer aldığı 56 + yaş grubunda toplam fert sayısı 186 ve işsiz sayısı 23'dür. Aylık ortalama gelirin 3.485.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.633.782 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 750.000 TL ve en yüksek aylık gelir 11.050.000 TL 'dir. Bu tüketiciler ise, gelirlerinin % 75.57'sini tüketirken % 24.43'ünü de tasarruf etmektedirler.

Aylık ortalama gelirlerinden tüketime ayırdıkları pay itibarıyla 12-25 yaş

grubundaki tüketiciler, % 85.55'lik payla ilk sırayı, 26-35 yaş grubu % 81.09 ile ikinci sırayı alırken bunları % 79.59'luk pay ile 36-45, % 75.57'lik pay ile 56 + ve % 74.76'lık pay ile 46-55 yaş grubundaki tüketiciler takip etmektedirler. Görüldüğü gibi, genç yaşta oldukça yüksek olan marjinal tüketim eğilimi, yaş ilerledikçe -özellikle emeklilik yaşına (56) kadar giderek azalmaktadır. 56 + yaş grubunda ise artma eğilimi göstermektedir. Bu durum, hayat devresi teorisini doğrulayan bir sonuçtur. Daha önce belirtildiği gibi, hayat devresi teorisine göre, çalışma hayatına yeni başlayan gençler ile çalışma hayatını tamamlamış olan emeklilerin verimlilikleri düşük olduğundan gelirleri de düşüktür. Dolayısıyla, gelirlerin büyük bir kısmını -hatta gelirlerinden fazla tüketirler. Orta yaşlarda artan verim nedeniyle gelir artmaktadır. Bu devrede kişi geçmiş devredeki borçlarını ödedeği gibi emeklilik süresince yapacağı tüketimi finanse etmek amacıyla da tasarrufta bulunurlar. Buna göre, 12-25 ve 56 + yaş grubundaki tüketiciler toplu olarak gelirlerinin ortalama % 80.56'sını tüketirken diğer yaş gruplarındaki tüketiciler % 78.48'ini tüketmektedirler. (Tablo: 15)

Gıda maddelerine nisbi olarak en yüksek harcamayı 56 + yaş grubundaki (%43.19), en düşük harcamayı da 26-35 yaş grubundaki (% 36.59) tüketiciler yapmışlardır. Aynı şekilde, ev eşyalarına en yüksek harcamayı % 8.74 ile 36-45, en düşük harcamayı da % 3.99 ile 56 + yaş grubundaki tüketiciler ve ulaşım ve haberleşmeye en yüksek harcamayı % 11.81 ile 46-55, en düşük harcamayı da % 10.21 ile 56 + yaş grubundaki tüketiciler gerçekleştirmiştir. (Tablo: 16)

Eğitim durumları itibariyle tüketiciler üç gruba ayrılmıştır.

- İlköğretim grubu
- Ortaöğretim grubu
- Yükseköğretim grubu

154 hanehalkı reisinin yer aldığı ilköğretim grubunda toplam fert sayısı 1045 ve işsiz sayısı 87'dir. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 2.905.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.437.701 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.050.000 TL'dir. Bu tüketiciler, gelirlerinin % 83.92'sini tüketirken geri kalan % 16.08'lik kısmını tasarruf etmektedir.

Ortaöğretim grubunda 170 hanehalkı reisi bulunmakta olup gruptaki toplam fert sayısı 889 ve işsiz sayısı 52'dir. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.495.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.777.600 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 800.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir. Gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 79.47'sini harcarken geri kalan % 20.53'ünü tasarruf etmektedirler.

76 hanehalkı reisinin oluşturduğu yükseköğretim grubunda toplam fert sayısı 312 ve işsiz sayısı 5'dir. Yine, aylık ortalama gelirin 4.404.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 3.218.220 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 1.100.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 11.000.000 TL'dir. Tüketiciler, gelirlerinin % 73.07'sini tüketime harcamakta ve geri kalan % 26.93'ünü de tasarrufa ayırmaktadırlar.

Eğitim düzeyi yükseldikçe tüketicilerin marjinal tüketim eğilimleri azalmaktadır. Şöyle ki, ilköğretim grubunda % 83.92 olan tüketim nisbeti, ortaöğretim grubunda % 79.47 ve yükseköğretim grubunda da % 73.07'dir. Gelir düzeyi yüksek olan tüketiciler zorunlu ihtiyaçlarını yeterince karşıladıklarından gelirlerinin bir kısmını tasarrufa ayırırlar. Eğitim düzeyinin yükselmesi karşısında marjinal tüketim eğiliminin azalması, eğitim düzeyi yüksek kişilerin genellikle daha iyi işlerde çalışmaları ve dolayısıyla daha yüksek gelir elde etmelerinden kaynaklanmaktadır. Tablo: 19'da da görüldüğü gibi, ilköğretim grubundaki tüketicilerin aylık ortalama gelirlerinin 2.905.000 TL iken yükseköğretim grubundaki tüketicilerinki 4.404.000 TL'dir. Ayrıca, eğitim düzeyi yükseldikçe tüketicilerin gıda maddelerine, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, giyime, ev eşyalarına ve temizlik ve sağlığa yaptıkları harcamaların gelir içindeki payı giderek azalırken kira ve ev bakımına, ulaşım ve haberleşmeye yaptıkları harcamaların gelir içindeki payı giderek artmaktadır. Bu, eğitim düzeyi yüksek olanların statülerine uygun evlerde barınmalarından, büyük bir çoğunluğun otomobil sahibi olmasından ve fazla seyahat etmesinden kaynaklanmaktadır.

Tablo: 20'den de görülebileceği gibi, eğitim düzeyi yükseldikçe tüketicilerin gıda maddelerine, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, temizlik ve sağlığa yaptıkları nisbi harcamalar giderek azalırken giyime, kira ve ev bakımına, kültür-eğitim ve eğlenceye, ulaşım ve haberleşmeye ve diğer mal ve hizmetlere yaptıkları nisbi harcamalar ise giderek artmaktadır. Mesela, ilköğretim mezunları toplam harcamalarının % 41.75'ini gıda maddelerine ayırırken yükseköğretim mezunları ancak % 33.17'sini ayırmaktadırlar. Yine, kültür-eğitim ve eğlenceye ilköğretim mezunları % 2.95 oranında harcamada bulunurken bu oran yükseköğretim mezunlarında % 3.47'dir.

Son olarak, tüketiciler medeni hallerine göre iki gruba ayrılmıştır.

- Evliler grubu
- Bekârlar grubu

Evliler grubunda 369 hanehalkı reisi bulunmakta olup gruptaki toplam fert sayısı 2116 ve işsiz sayısı 134'dür. Ayrıca, aylık ortalama gelirin 3.447.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.731.560 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL

ve en yüksek aylık gelir ise 15.000.000 TL'dir. Bu gruptaki tüketiciler, aylık ortalama gelirlerinin % 79.24'ünü tüketime harcamakta ve geri kalan % 20.76'sını da tasarrufa ayırmaktadırlar.

31 hanehalkı reisinin oluşturduğu bekârlar grubunda toplam fert sayısı 130 ve işsiz sayısı 10'dur. Yine, aylık ortalama gelirin 3.363.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.717.071 TL olduğu grupta en düşük aylık gelir 800.000 TL ve en yüksek aylık gelir ise 7.000.000 TL'dir. Gruptaki tüketiciler, gelirlerinin % 80.79'unu tüketirken geri kalan % 19.21'ini de tasarruf etmektedirler.

Şunu söyleyebiliriz ki, her ne kadar bekârlar, evlilere nazaran gelirlerinin daha büyük bir kısmını harcıyorlarsa da, aradaki fark önemli değildir. Çünkü, evliler gelirlerinin % 79.24'ünü tüketime harcarken bekârlar % 80.79'unu harcamaktadırlar. Tüketim gruplarına yapılan harcamaların gelir içindeki payları bakımından da evli ve bekârlar arasında önemli bir fark yoktur. Bu sonuçlara dayanarak fazla önemli olmasa dahi tüketicilerin medeni hallerinin tüketim harcamaları üzerinde bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. (Tablo: 23)

Tablo:24'den de görüldüğü gibi, evli tüketicilerin gıda maddelerine, giyime, ev eşyalarına, kültür-eğitim ve eğlenceye ve diğer mal ve hizmetlere harcadıkları pay bekârlara nazaran daha büyük olmasına karşılık ısıtma ve aydınlatma maddelerine, kira ve ev bakımına, temizlik ve sağlığa ve ulaşım ve haberleşmeye ayırdıkları pay bekârlara nazaran daha küçüktür. Mesela, evlilerin gıda maddelerine ayırdıkları pay % 38.39 iken bekârlarınki % 35.94'dür. Buna karşılık, evliler ısıtma ve aydınlatma maddelerine % 11.42'lik bir pay ayırırken bekârlar % 12.16'lık bir pay ayırmaktadırlar.

Anket uygulanan 400 tüketici iktisadi ve demografik özelliklerine göre farklı gruplar itibarıyla analiz etmekle yetinilmemiş, bu tüketiciler ayrıca bir bütün olarak ele alınıp genel grup adı altında incelenmiştir.

Buna göre, 400 hanehalkı reisini içeren bu çalışmada toplam fert sayısı 2246 ve işsiz sayısı 144'dür. Aylık ortalama gelirin 3.440.000 TL ve aylık ortalama tüketimin 2.730.457 TL olduğu bu genel grupta en düşük aylık gelir 730.000 TL iken en yüksek aylık gelir 15.000.000 TL'dir. Tüketiciler, gelirlerinin % 79.37'sini tüketime ayırırken % 20.63'ünü tasarruf etmektedirler.

Tablo: 27'de tüketicilerin gıda maddelerine, ısıtma ve aydınlatma maddelerine, giyime ve ulaşım ve haberleşmeye yaptıkları harcamalar dikkati çekmektedir. Buna göre, tüketiciler gelirlerinin en büyük kısmını (% 28.55) gıda maddelerine harcamaktadırlar. Bu durum Erzurum'daki tüketicilerin refah seviyesinin düşük

olduğunun bir göstergesidir. Ayrıca, tüketicilerin gelirlerinin % 8.19'unu ısıtma ve aydınlatma maddelerine ve % 7.94'ünü giyime harcamaları büyük ölçüde Erzurum'un iklim yapısından kaynaklanmaktadır. Bu sonuç, diğer değişkenlerin yanısıra iklim yapısının da tüketim harcamaları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Yine, tüketicilerin gelirlerinin % 10.26'sını ulaşım ve haberleşmeye harcamalarının nedenlerinden biri, Erzurum'un Başkent'e ve diğer önemli şehirlere oldukça uzak olması ve göçün büyük oranlara ulaştığı Erzurum'daki tüketicilerin diğer şehirlerdeki yakınlarıyla haberleşmeleri olabilir.

Bu çalışmanın amaçlarından biri de, tüketici fiyatları indeksinde yer alan ağırlıkları Erzurum ili için tesbit etmektir. Tüketici fiyat indeksi, nüfusun büyük bir kısmını oluşturan işçi ve memur hanehalkları tarafından satın alınan mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişimleri belirtmek için kullanılan bir araçtır. Dolayısıyla, 400 tüketicinin yerine sadece işçi ve memurların oluşturduğu ücretliler (219 hanehalkı) ele alınmak suretiyle Erzurum ili için tüketici fiyat indeksi ağırlıkları hesaplanmıştır.

Ücretlilerin ele alınıp incelenmesi halinde, toplam tüketim harcamalarının % 36.71'ini gıda maddelerine, % 11.35'ini ısıtma ve aydınlatma maddelerine, % 10.08'ini giyime, % 10.42'sini ev eşyalarına, % 8.29'unu kira ve ev bakımına, % 6.88'ini temizlik ve sağlığa, % 3.51'ini kültür-eğitim ve eğlenceye, % 9.26'sını ulaşım ve haberleşmeye ve geri kalan % 3.49'unu da diğer mal ve hizmetlere dağıttıkları görülmektedir. (Tablo: 29)

Ayrıca, 1986 ve 1989 yıllarında yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen tüketici fiyat indeksi ağırlıkları ile bu çalışma sonucunda elde edilen ağırlıklar karşılaştırılmıştır.

Buna göre; gıda maddelerinin, giyim eşyalarının ve kültür-eğitim ve eğlenceye yapılan harcamaların ağırlıkları yıllar itibarıyla giderek azalırken ev eşyası, kira ve ev bakımı ile ısıtma ve aydınlatma, temizlik ve sağlık ve ulaşım ve haberleşme ile diğer masrafların ağırlıkları yine yıllar itibarıyla giderek artmaktadır. Buna göre, özellikle gıda maddeleri ile giyim eşyalarının ağırlıklarının azalması buna karşılık ev eşyası ve ulaşım ve haberleşme ile diğer masrafların ağırlıklarının artması, Erzurum'daki tüketicilerin refah seviyesinin giderek arttığını göstermektedir. Çünkü, gelir düzeyi (refah seviyesi) arttıkça tüketiciler, gıda maddeleri ve giyim eşyaları gibi zorunlu maddelere nisbi olarak daha az harcamada bulunurken harcamalarının büyük bir nisbetini ev eşyalarına, seyahate ve tasarrufa ayırdetmektedirler. (Tablo: 30)

Yapılan bu çalışma ile 1991 yılında Erzurum'da hanehalkı başına düşen aylık

gelir 3.154.488 TL ve yıllık gelir de 37.853.856 TL olarak hesaplanırken kişi başına düşen aylık gelirin 561.797 TL ve yıllık gelirin de 6.741.564 TL olduğu bulunmuştur.

Araştırmanın amaçlarından birinin de, gelir ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklayan tüketim modellerinin tahmin ve test etmek suretiyle Erzurum'daki tüketim harcamaları eğilimini en iyi açıklayan modeli belirlemek olduğu daha önce belirtilmiştir.

Ükelere, devirlere ve incelenecek özel durumlara göre çok sayıda tüketim fonksiyonu biçimi yazılabilirse de bu çalışmada, gelir ile tüketim arasındaki ilişkinin farklı yorumlarını içeren tüketim harcamaları teorilerini (mutlak gelir, nisbi gelir, sürekli gelir ve hayat devresi teorileri) açıklayan aşağıdaki modeller tahmin ve test edilmiştir. Bununla beraber, temelde sürekli gelir teorisiyle aynı olan hayat devresi teorisi tahmin edilmemiş sadece sürekli gelir teorisinin tahminiyle yetinilmiştir.

Tahmin edilen tüketim modelleri teoriler itibarıyla şunlardır:

Mutlak gelir teorisi için:

(1) Doğrusal kalıp

$$C = a + b Y \quad a > 0, 0 < b < 1$$

(2) Parabolik kalıp

$$C = a + b Y + c Y^2 \quad a > 0, b > 0, c < 0$$

(3) Yarı logaritmik kalıp

$$C = a + b \log Y \quad a > 0 \text{ veya } a < 0, b > 0$$

Sürekli gelir teorisi için:

$$(4) C_p = k Y_p \quad k > 0$$

Nisbi gelir teorisi için:

$$(5) \frac{C_i}{Y_i} = a + b \frac{Y_i}{\bar{Y}} \quad a > 0, b < 0$$

Ele alınan modeller, gerek toplam gelir ve toplam tüketim rakamları ile ve gerekse kişi başına düşen gelir ve kişi başına tüketim rakamları ile iki farklı şekilde tahmin edilmiştir. Ayrıca, modeller anket uygulanan 400 tüketicinin tümü için tahmin edildiği gibi tüketiciler, ücretliler ve ücret dışı gelirli olmak üzere iki gruba ayrılıp ve her grup için ayrı ayrı tahmin de yapılmıştır.

Tahmin edilen ekonometrik modeller daha sonra başlıca üç kriter gereği test edilmiştir. Bunlar:

- İktisadi kriter

- İstatistiksel kriter
- Ekonometrik kriter

İktisadi kriter ile parametre tahminlerinin işaret ve büyüklüklerinin İktisat teorisine uygunluğu araştırılmıştır. İstatistiksel kriter ile parametre tahminlerinin anlamlı olup olmadıkları çeşitli testlerle (t , F , R^2 gibi) ortaya konulmaya çalışılmış ve ekonometrik kriter ile de modellerin tahmininde kullanılan yöntemin (KDRM gibi) varsayımlarının geçerli olup olmadıkları araştırılmıştır.

Tablo: 41'den de anlaşıldığı gibi, katsayıların işaretleri bakımından bütün modellerin anlamlı olmasına karşılık katsayıların büyüklükleri açısından parabolik model anlamsız sonuç vermiştir. Böylece, başarı sıralamasında en önemli kriter olan iktisadi kritere göre anlamsız sonuç veren ve yapısında çoklu doğrusal bağlantının bulunduğu parabolik model, en iyi model olma şansını kaybetmiştir.

En büyük R^2 değerine sahip olması nedeniyle birinci sırada yer alan parabolik model, gerek katsayıların büyüklüğü ve gerekse çoklu doğrusal bağlantı açısından olumsuz sonuç vererek şansını kaybettiği için R^2 büyüklüğü açısından ikinci sırada yer alan doğrusal model en iyi model olma yolunda iyi bir avantaj sağlamıştır.

Otokorelasyon ve çoklu doğrusal bağlantının bulunmadığı doğrusal model, sıralama itibarıyla aynı olan t ve F değerlerinin büyüklüğü açısından birinci sırada yer alan Friedman modelinin yapısında otokorelasyon olması nedeniyle elenmesi sonucu ilk sıraya yükselmiştir.

Araştırmanın nihai sonucu olarak şu söylenebilir: Çeşitli test kriterleri karşısında gösterdiği başarı ve basitliği göz önünde tutularak doğrusal modelin Erzurum'daki tüketim harcamaları eğilimini en iyi açıklayan model olduğuna karar verilmiştir.

SUMMARY

In this research, the consumption expenditures which is one of the important subjects of the economic theory has been studied. Since some economists accept the economic activities as behaviour that directed towards the satisfaction of needs of people, it is possible to consider the consumption expenditures as the final stage of economic activities.

Consumption expenditures are affected by economic factors such as income assets; and demographic factors, such as profession, age, educational level and the size of household; and behavioural factors. The most important one of above mentioned factors is the income.

In order to describe the relationship between income and consumption those theories have been suggested: 1. Absolute income theory 2. Relative income theory 3. Permanent income theory 4. The life cycle theory.

While early studies on consumption expenditures aimed to explain the cost of living of mostly the poor people, today such studies are made for many different aims.

This study has been made in order to realize those following goals:

- To find out the cost of living of different socioeconomic groups who live in Erzurum.
- To predict and test the consumption models that were handled before in relation with consumption expenditures. Moreover, to determine the best model which explains the tendency of consumption expenditures in Erzurum.
- To obtain the weight which take place in consumer price index, for Erzurum.
- To calculate the share that Erzurum gets from national income in the way of consumption.
- To determine whether there is any change in consumer preferences with regard to previous terms.

We can explain the results of this study that was made by using cross-section data which had been obtained by means of questionnaire applied to 400 household that was determined as a sample group, as following:

The consumers spend the biggest part of their income (28.55 %) for foodstuffs. This indicates that the standard of living of consumers in Erzurum is low. Furthermore, 8.19 % of the consumers' income go for heating and lighting while 7.94 % go for clothing. The reason of this conclusion is largely because of the climate of Erzurum. This conclusion brings up the fact that the structure of the climate has an effect on

consumption expenditures beside other variables.

When wage-earners are questioned through questionnaire it is seen that their total consumption expenditures are distributed among their needs as; 36.71 % for foodstuffs expenses, 11.35 % for heating and lighting articles, 10.08 % for clothing expenses, 10.42 % for house furniture expenses, 8.29 % for house rent and maintenance expenses, 6.88 % for cleaning and health expenses, 3.51 % for cultural-educational and entertainment expenses, 9.26 % for transportation and communication expenses and 3.49 % for other expenses.

Especially the fall in the weight of foodstuffs and clothing with respect to previous years and on the contrary the rise in the weight of house furniture, transportation, communication and other expenses is an evidence to the gradually increase of welfare indices of consumer in Erzurum.

Besides, through this survey, the income for a household was accounted as TL 3,154,488 monthly and as TL 37,853,856 yearly while per capita income was accounted as TL 561,797 monthly and as TL 6,741,564 yearly.

Also, consumption models about the theories of consumption expenditures have been estimated and tested. It has been concluded that linear model is the best one which explains the consumption expenditures in Erzurum in the light of the test results that were analysed from economic, statistical and econometric criterions point of view.

KAYNAKLAR

Akkaya, Şahin : Ekonometri I., İzmir: Anadolu Matbaacılık, 1990.

Alkin, Erdoğan: İktisadi Analiz, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi
Ünite: 18, 1986.

Anadolu Üniversitesi: İktisada Giriş, Fasikül:3, Ankara: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim
Fakültesi Ders Kitapları Yayın No: 103, Mart-1983.

Avralıoğlu, Zeki: Üç Şehirde Tüketim Fonksiyonları, Ankara: Ankara İktisadi Ticari
İlimler Akademisi Yayınları No: 86, Fon Matbaası, 1976.

Baran, LP. : The Political Economy of Growth, New York: Montly Review Press, 1957.

Brady, Dorothy S.: Family Saving in Relation to Changes in the level and Distribution of
Income, National Bureau Economic Research Studies in Income and Wealth,
Vol.15, 1952.

Brady, Dorothy S. and Friedman, Rose D.: Savings and the Income Distribution, New
York, National Bureau of Economic Research Studies in Income and Wealth,
Vol.10, 1947.

Bulaç, Ali: Çağdaş Kavramlar ve Düzenler, 1. Baskı, İstanbul: Sırdaş Yayınevi,
Mayıs-1976.

Davis, T.E.: The Consumption Function as a Tool for Prediction, The Review of Economics
and Statistics, August-1952.

Divitçioğlu, Sencer: Mikro İktisat Fiat ve Refah Teorisine Giriş, İstanbul: Sermet
Matbaası, 1962.

Dornbusch, Rudiger and Fischer, Stanley: Macroeconomics, Fifth Edition, McGraw-Hill
Publishing Company, 1990.

Dubois, Edward N.: Essential Statistical Methods for Business, U.S.A.: McGraw-Hill, Inc.,
1964.

Ertas, Sacit : Çözümlü Ekonometri Problemleri ve Teorik Notlar, Bursa: Uludağ
Üniversitesi Basımevi, 1990.

Ertek, Tümay : Ekonometriye Giriş, Dördüncü Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım
A.Ş., 1987.

Evans, M.K. : Macroeconomic Activity, New York: Harper and Row, 1969.

Friedman, Milton: A Theory of the Consumption Function, New York: National

Froyen, Richard T.: "Macroeconomics, Theories and Policies", Second Edition, New York:
MacMillan Publishing Company, 1986.

- Goldsmith, Raymond: A Study of Savings in the United States, Princeton: Princeton University Press, 1955.
- Günay, Muzaffer: Tüketim Fonksiyonu, Adana: Adana İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi, Sayı:6, Mart-1977.
- Hatipoğlu, Zeyyat: Pazarlama, İstanbul: Hüsnütabiat Matbaası, 1968.
- Johnston, J. : Econometric Methods, Tokyo: McGraw-Hill Book Co. Inc., Kogakusha Co. Ltd., 1963.
- Juster, F. Thomas: Anticipations and purchases, An Analysis of Consumer Behavior, Princeton University Press, 1964.
- Karahasanoğlu, Taner: Eskişehir'de Tüketici Eğilimleri ve Pazarlama Açısından Bir Değerleme, Ankara: Eskişehir İTİA Yayınları No: 111/65, Sevinç Matbaası, 1974.
- Kaya, M. Dursun : Tüketici Fiyatları İndeksi ve Erzurum'da Bir Uygulama, Erzurum: Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, 1989.
- Keynes, J. Maynard: İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi, Çev: Asım Baltacıgil, İstanbul: Fakülteler Matbaası, 1969.
- Kılıçbay, Ahmet: Ekonometrinin Temelleri, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1986.
- Kuznets, Simon : National Product Since 1869, New York: National Bureau of Economic Research, 1946.
- Lecaillon, Jacques : Makro Ekonomik Analiz, Çev: Ö. Rona Turanlı, İstanbul: met/er Matbaası, 1985.
- Modigliani, Franco: "Fluctuations in the Saving-Income Ratio: A Problem in Economic Forecasting", Studies in Income and Wealth, c.11, New York: National Bureau of Economic Research, 1949.
- Modigliani, Franco and Brumberg, Richard: "Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data", In K. Kurihara, Ed., Post-Keynesian Economics, New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 1954.
- Modigliani, Franco and Ando, Albert: "The Life Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests", American Economic Review, 53, March-1963.
- Ramanathan, Ramu : Introductory Econometrics with Applications, New York: Harcourt Brace Jovanovich, Publishers and its Subsidiary, Academic Press, 1989.
- Salvatore, Dominick: Microeconomics Theory and Applications, New York: MacMillan Publishing Company, 1986.

- Shapiro, E. : Macro Economic Analysis, New York: Harcourt, Brace and World Inc., 1966.
- Smithies, Arthur : Forecasting Postward Demand, Econometrica, January-1945.
- Tarı, Recep : Ekonometri I., Erzurum: Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Araştırma Merkezi
Ders Notları: 138, 1987.
- Tobin, James : Relative Income, Absolute Income and Saving; "Money, Trade and
Economic Growth", New York: The MacMillan Co., 1960.
- Türkbal, Aydın : Fiyat Teorisi (Mikro İktisat), Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 2. Baskı,
Erzurum: Atatürk Üniversitesi Basımevi, 1983.
- Uluatam, Özhan : Makro İktisat, 6. Baskı, Ankara: Savaş Yayınları, 1987.
- Ülgener, Sabri F. : Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme, İstanbul: Sermet Matbaası,
1962.
- Yamane, Toro : Statistics; An Introductory Analysis, New York: Harper and Row, 1967.
- Yiğitbaşı, Şahabettin: Mikro İktisat, İzmir: Fakülteler Kitabevi, 1985.
- T.C. Başbakanlık D.İ.E.: 1987 Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları;
Tüketim Harcamaları, Ankara: D.İ.E. Matbaası, Ekim-1990.
- T.C. Başbakanlık D.İ.E.: 20.10.1985 Genel Nüfus Sayımı Nüfusun Sosyal ve Ekonomik
Nitelikleri, Ankara: D.İ.E. Matbaası, Nisan-1989.

EK:

HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARI ANKETİ

Anket No:

TANITIM

Hanehalkı Reisinin;

Adı ve Soyadı :

Oturduğu Mahalle veya Köyü :

İş Adresi :

Mesleği (işi) :

Yaşı :

Medeni Durumu: 1. Evli 2. Bekâr

Eğitim Durumu: 1. İlköğretim 2. Ortaöğretim 3. Yükseköğretim

Evli ise Çocuk Sayısı: Erkek: Kız:

Kaynağına Göre Geliriniz Ne Kadardır?

Gelirin Kaynağı	Kendinizin		Eşinizin		Diğer Fertler	
	Aylık	Yıllık	Aylık	Yıllık	Aylık	Yıllık
1. Maaş veya Ücret	----	----	----	----	----	----
2. Ticari Kazanç	----	----	----	----	----	----
3. Zirai Kazanç	----	----	----	----	----	----
4. Serbest Meslek Kazancı	----	----	----	----	----	----
5. Menkul Geliri (Tahvil vs.)	----	----	----	----	----	----
6. Gayrimenkul Geliri (Kira vs.)	----	----	----	----	----	----
7. Diğer	----	----	----	----	----	----

Hangi Sosyal Güvenlik Kurumuna Bağlısınız?

1. Emekli Sandığı 2. S.S.K. 3. Bağ-kur 4. Diğer (Belirtiniz) 5. Bağlı Değil

Mevcut Gelirinize Kaç Kişiyi Geçindirmekle Yükümlüsünüz:

Ailenizden İş Arayan Var mı? Varsa Kaç Kişi:

Ailenizde Kaç Kişi Çalışıyor:

Dayanıklı Mallardan Hangilerine Sahipsiniz?

1. Otomobil 2. Buzdolabı 3. Çamaşır Mak. 4. Ocaklı Fırın 5. Dikiş Mak. 6. Video
7. Televizyon 8. Radyo ve/veya Teyp 9. Koltuk Takımı 10. Elektrikli Süpürge

HARCAMALAR

I. GIDA MADDELERİ	AYLIK	YILLIK
A. ZARURİ MADDELER		
Ekmek ve Tahıllar	-----	-----
Et ve Et Mamülleri	-----	-----
Yağ, Süt ve Yumurta	-----	-----
Sebze ve Meyva	-----	-----
Şeker ve Şekerli Mamüller	-----	-----
Diğerleri	-----	-----
T O P L A M	-----	-----
B. KEYFİ MADDELER		
Çay (evde, işyerinde vs.)	-----	-----
Sigara	-----	-----
İçki	-----	-----
Diğerleri	-----	-----
T O P L A M	-----	-----
II. ISITMA VE AYDINLATMA MADDELERİ		
Isıtma Masrafları (odun, kömür vs.)	-----	-----
Aydınlatma Masrafları (elektrik, gaz vs.) :	-----	-----
Tüpgaz	-----	-----
T O P L A M	-----	-----
III. GİYİM VE EV EŞYASI		
A. GİYİM		
Elbise	-----	-----
Ayakkabı	-----	-----
Gömlek, Kazak vs.	-----	-----
Çamaşır	-----	-----
Diğerleri	-----	-----
T O P L A M	-----	-----

B. EV EŞYASI

Koltuk, Sandalye vs.:	-----	-----
Tencere, Tabak, Kaşık, Çatal vs.:	-----	-----
Radyo, Teyp, Televizyon vs.:	-----	-----
Buzdolabı, Çamaşır Makinası vs.:	-----	-----
Dikiş Makinası, Elektrikli Süpürge vs. ...:	-----	-----
Alet Edavat	-----	-----
Diğerleri	-----	-----
T O P L A M	-----	-----

IV. KIRA VE EV BAKIMI

1. Ev Sahibi 2. Kiracı 3. Lojman

1. Kaloriferli Ev 2. Sobalı Ev

Ev Sahibi ise Bakım ve Onarım Masrafları :	-----	-----
Kiracı ise Kira Bedeli	-----	-----
Konut ile İlgili Diğer Masraflar	-----	-----

V. MÜTEFERRİK**A. TEMİZLİK VE SAĞLIK**

Su	-----	-----
Sabun, Şampuan vs.:	-----	-----
Deterjan	-----	-----
Saç Bakımı	-----	-----
Temizlikçi (bayan)	-----	-----
Doktor, Hastane, İlaç vs.:	-----	-----
Diğerleri	-----	-----
T O P L A M	-----	-----

B. KÜLTÜR-EĞİTİM VE EĞLENCE

Kitap	-----	-----
Eğitim ve Öğrenim Giderleri	-----	-----
Gazete, Mecmua vs.:	-----	-----
Sinema, Tiyatro vs.:	-----	-----
T O P L A M	-----	-----

C. ULAŞIM VE HABERLEŞME

Telefon	-----	-----
Mektup, Telgraf vs.:	-----	-----
Toplam PTT Masrafları	-----	-----

1. Oto Sahibi 2. Otosu Yok

Oto Sahibi ise Yakıt Masrafları	-----	-----
Onarım ve Bakım Masrafları	-----	-----
Şehir İçi Ulaşım Masrafları	-----	-----
Seyahat vs. Masrafları	-----	-----
Diğerleri	-----	-----
T O P L A M	-----	-----

D. DİĞER MASRAFLAR

(Öğrenci vs. Harçlıkları, Hediyeler, Sigorta, Dini Harcamalar vs.)	-----	-----
---	-------	-------

TASARRUFLAR

Herhangi Bir Yapı Kooperatifine Üye misiniz?

1. Evet 2. Hayır

Cevabınız Evet ise Ödediğiniz Miktar Nedir?

AYLIK: YILLIK:

Anket Döneminde Özel Tasarruf Yapabildiniz mi?

1. Evet 2. Hayır

Cevabınız Evet ise Tasarruflarınızın Ne Kadarını Nerede Değerlendirdiniz?

	AYLIK	YILLIK
- Banka	-----	-----
- Hisse senedi	-----	-----
- Tahvil	-----	-----
- Gayrimenkul (Arsa, Bina vs.)	-----	-----
- Döviz	-----	-----
- Altın	-----	-----
- Evde Tutuyorum	-----	-----
- Diğer	-----	-----

Geçim ile ilgili olarak ilave etmek istediğiniz başka hususlar varsa belirtiniz.

TEŞEKKÜR EDERİZ.

Y. G.
Yükseköğretim Kurumu
Dokümantasyon Merkezi