T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

HANEHALKI GELİR, TÜKETİM VE TASARRUF EĞİLİMLERİNİN İNCELENMESİ: TÜRKİYE FİNANSAL AYAK İZİ ÖRNEĞİ

FATMA TÜRKİLERİ
1168231103

TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. ENVER ERDİNÇ DİNÇSOY

EDİRNE 2022

Tezin Adı: Hanehalkı Gelir, Tüketim ve Tasarruf Eğilimlerinin İncelenmesi: Türkiye Finansal Ayak İzi Örneği

Hazırlayan: Fatma TÜRKİLERİ

ÖZET

İnsan yaşamının bir parçası olan tüketim olgusu ile ilgili geçmişten günümüze birçok araştırma yapılmış, tüketimin etkilerini iktisat bilimi açıklamaya çalışmıştır. Ayrıca tüketim sebebiyle oluşan dünya sisteminin işleyişine karşı baskıları ölçmek ve tanımlamak için bilim adamları çevresel ayak izi üzerine birçok araştırma yapmıştır. Yapılan araştırmalarda çevresel ayak izi kavramı ile sürdürülebilirlik sağlanması amaçlanmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde açıklanmaya çalışılan ayak izi kavramı son yıllarda ağırlıklı olarak tarım ve iklim bilimi gibi çeşitli alanlarda sıkça kullanılan bir terimdir. Daha da popülerleşmesini beklediğimiz finansal ayak izi kavramı genellikle bireylerin finansal durumunu analiz etmek için kullanılır. Ekonomi açısından bakmak gerekirse kilit öneme sahip olan konulardan biri de hane halkı gelirlerinin tüketim ve tasarruf arasında dağıtılması kararıdır. Hane halklarının tüketim harcama kararı toplam talebin en büyük kaynağı ve refah seviyesinin göstergesidir. İkinci bölümün başında tüketim kültürünü yaygınlaştıran faktörler daha sonrasında ise tüketimi etkileyen faktörlere yer verilmiştir. Hane halkı gelir, tüketim, tasarruf ilişkisini anlayabilmek için tüketim teorileri araştırılmıştır. Tüketim teorileri, Mutlak Gelir Hipotezi, Nisbi Gelir Hipotezi, Zamanlararası Tüketim Hipotezi, Yaşam Boyu Gelir Hipotezi, Sürekli Gelir Hipotezi, Rassal Yürüme Hipotezi başlıkları altında incelenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, Türkiye'nin finansal ayak izinin bulunmasını amaçlayan bu çalışmanın literatüre yeni bir bakış açısı kazandıracağını düşünmekteyim.

Anahtar Kelimeler: Ayak izi, Gelir, Tüketim, Tasarruf, Gelir Hipotezleri

Name of Thesis: Analysis of Household Income, Consumption and Saving Trends: Case Study for Turkish Financial Footprint

Prepared by: Fatma TÜRKİLERİ

ABSTRACT

Many studies have been conducted from the past to the present regarding the phenomenon of consumption, which is a part of human life, and economics has tried to explain the effects of consumption. In addition, scientists have done a lot of research on the environmental footprint to measure and describe the pressures against the functioning of the world system caused by consumption. In the researches, it is aimed to provide sustainability with the concept of environmental footprint. The concept of footprint, which is tried to be explained in the first part of the study, is a term that has been frequently used in various fields such as agriculture and climate science in recent years. The concept of financial footprint, which we expect to become even more popular, is often used to analyze the financial situation of individuals. From an economic point of view, one of the key issues is the decision to distribute household income between consumption and savings. The consumption expenditure decision of the households is the biggest source of the total demand and the indicator of the welfare level. At the beginning of the second part, the factors that spread the consumption culture and then the factors that affect the consumption are given. Consumption theories have been researched in order to understand the relationship between household income, consumption and savings. Consumption theories are examined under the titles of Absolute Income Hypothesis, Relative Income Hypothesis, Intertemporal Consumption Hypothesis, Lifetime Income Hypothesis, Permanent Income Hypothesis, Random Walk Hypothesis. In the third part of the study, I think that this study, which aims to find the financial footprint of Turkey, will bring a new perspective to the literature.

Keywords: Footprint, Income, Consumption, Savings, Income Hypothese

TEŞEKKÜR

Ekonomi literatürüne yeni bir terim kazandırılmasında yürütmüş olduğum süreç boyunca, bana aktardığı bilgi ve tecrübeleriyle yolumu aydınlatan ve cesaretlendiren çok büyük saygı duyduğum değerli danışmanım Doç. Dr. Enver Erdinç DİNÇSOY'a

Hayatımın her anında bana destek veren, her zaman fikir ve önerilerine değer verdiğim değerli eşim Alperen TÜRKİLERİ' ne

Bu hayatta nasıl ayakta durulması gerektiğini sevgi ve sabırla bana öğreten ve haklarını hiçbir zaman ödeyemeyeceğim, eğitim hayatım boyunca desteklerini hep yanımda hissettiğim babam Mustafa TEKİN ve annem Bahriye TEKİN'e

Teşekkür ederim.

Fatma TÜRKİLERİ

Mart 2022

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KISALTMALAR ..... **vi**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **vii**

GİRİŞ **1**

I. BÖLÜM: AYAK İZİ VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE **2**

1.1. Ayak izi (Footprints) **2**

1.2. Ayak İzi Çeşitleri **3**

1.2.1. Karbon Ayak İzi **3**

1.2.2. Su Ayak İzi **7**

1.2.3. Finansal Ayak İzi **10**

1.2.4. Ekolojik Ayak İzi **15**

II. BÖLÜM: TÜKETİM VE GELİR KAVRAMLARININ TEORİK ALTYAPISI **18**

2.1. Tüketim **18**

2.1.1. Tüketim Kültürü, Tüketim Toplumu ve Postmodernizm **21**

2.1.2. Tüketim Kültürünü Yaygınlaştıran Faktörler **25**

2.1.3. Tüketimi Etkileyen Faktörler **32**

2.2. Gelir Kavramına Yönelik Yaklaşımlar **41**

2.2.1. Mutlak Gelir Hipotezi **43**

2.2.2. Nisbi Gelir Hipotezi **47**

2.2.3. Zamanlararası Tüketim Hipotezi 50

2.2.4. Yaşam Boyu Gelir Hipotezi 51

2.2.5. Sürekli Gelir Hipotezi 55

2.2.6. Rassal Yürüme Hipotezi 57

III. BÖLÜM: TÜRKİYE'NİN FİNANSAL AYAK İZİ 60

3.1. Türkiye'nin Yakın Tarihteki Ekonomik Geçmişi 60

3.2. Türkiye Hanehalkının Gelir, Tüketim ve Tasarruf Bakımından İncelenmesi 68

3.1.1. Gelir 70

3.1.2. Tüketim 73

3.1.3. Tasarruf 76

3.3. Türkiye Hanehalkının Gelir, Tüketim ve Tasarruf Bakımından Analizi ve Değerlendirmeler 77

SONUÇ 90

KAYNAKÇA 93

KISALTMALAR

BKM: Bankalar Kart Merkezi

Bkz. : Bakınız

BM :Birleşmiş Milletler

çev. : Çeviren

dğr. : Diğerleri

DİE : Devlet İstatiktik Enstitüsü

DPI: :Disposable Income /Harcanabilir Kişisel Gelir

GEGP : Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı

GFN : Küresel Ayak İzi

GSMH :Gayri Safi Milli Hasıla

KKDF : Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu

NFA : National Footprint Accounts – Ulusal Ayak İzi

s. : Sayfa

vb. : Ve benzeri

TCMB : Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

WWF : World Wildlife Fund – Dünya Doğayı Koruma Vakfı

TABLOLAR LİSTESİ

TABLO 1. AYAKA İZİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE 2
TABLO 2. KARBON EMİSYONLARI (KİŞİ BAŞI METRİK TON) 7
TABLO 3. SU İTHALATI YAPAN ÜLKELER 9
TABLO 4. KREDİ KARTI GELİŞİMİ 12
TABLO 5. A BANKASI MOBİL UYGULAMADA FİNANSAL AYAK İZİ 13
TABLO 6. YAŞAM BOYU GELİR HİPOTEZİ 52
TABLO 7. YAŞAM BOYU GELİR HİPOTEZİ 54
TABLO 8. SÜREKLİ GELİR HİPOTEZİ MİLTON FRİEDMAN 56
TABLO 9. TÜRKİYENİN MAKRO EKONOMİK VERİLERİ (2002- 2005) ... 63
TABLO 10. 2002- 2020 YILLARI ARASINDA GSYH VE BÜYÜME HIZI 64
TABLO 11. 2002- 2020 YILLARI ARASINDA GSYİH 65
TABLO 12. 2005-2021 YILLARI ARASI ENFLASYON 66
TABLO 13. 2005- 2020 YILLARI ARASI DÖVİZ KURU 67
TABLO 14. 2005- 2021 YILLARI ARASI İŞSİZLİK SEVİYESİ 68
TABLO 15. TÜRKİYE'DE YÜZDELİK DİLİMLERE GÖRE GELİR DAĞILIMI 80
TABLO 16. HANEHALKI TİPİNİN HANEHALKI TÜKETİM HARCAMASININ TÜRLERİNE GÖRE DAĞILIMI, TÜRKİYE 83

GİRİŞ

Finansal ayak izi kavramı bireyin gelirinin ne kadarlık kısmını tüketim ve tasarruf yaptığını açıklamaya çalışır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin Ayak İzini oluştururken hane halklarının gelir, tüketim ve tasarruf davranışlarını, tüketim teorilerinden sürekli gelir yaşam döngüsü teorisine dayandırarak analiz etmek ve sonuçlandırmaktır.

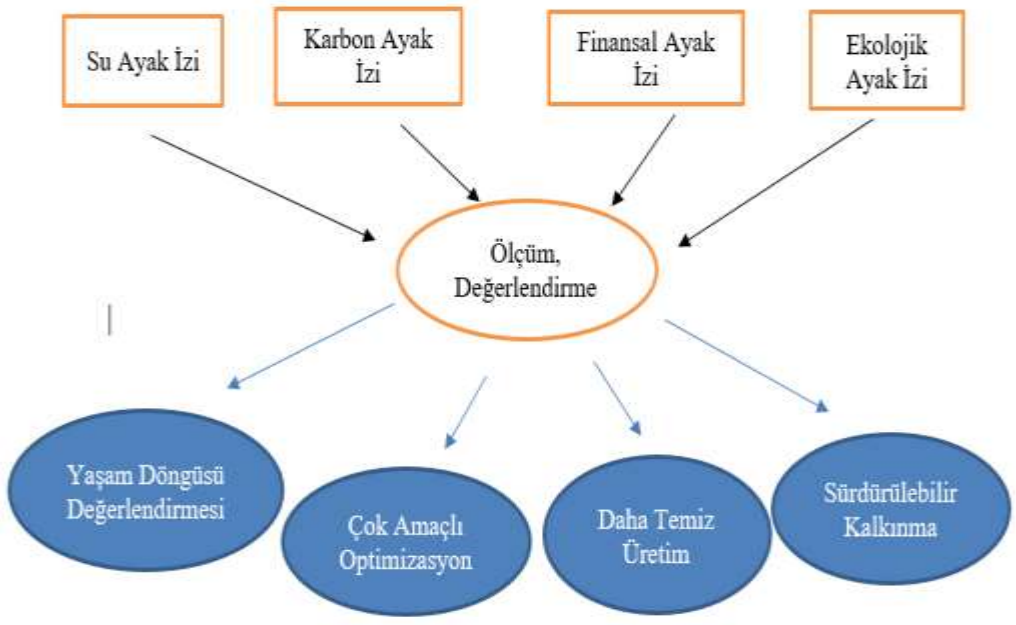
Hem mikroekonomi hem makroekonomide önemli konuların başında gelen tüketim ve tasarruf tutumunu bir çok araştırmacının konusu olmuş ve analiz etmek için çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu teorilerin temelini oluşturan sürekli gelir yaşam hipotezi (*life-cycle hypothesis)* Milton Fridman (1957) tarafından ortaya atılmıştır. Sürekli gelir denildiğinde akla gelen bireyin eğitim seviyesi, kaç yaşında olduğu, iş tecrübesi, kariyer gibi faktörler dikkaete alındığında bekleti halinde olduğu geliri olarak tanımlanabilir. Bu araştırmada Türkiye İstatistik Kurumu'ndan elde edilen 'Hane halkı Bütçe Anketleri' kullanılarak yaş, eğitim durumu, gelir seviyesi gibi unsurlar dikkate alınarak hane halkı gelir türünün tüketim ve tasarruflar üzerine etkisi incelenmektedir. Ekonomik büyümeyi elde eldebilmek için tasarrufların ve yatırımların önemi büyüktür. Bu bağlamda, ülkemizin tüketim ve tasarruf davranışını anlamak bize yol gösterici olacaktır.

I. BÖLÜM: AYAK İZİ VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Ayak izi (Footprints)

Ekosistem üzerindeki insan etkileri modern çağdan binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Arazi, bitki örtüsü, ozon tabası üzerine sürdürülebilirlik sağlanması için çalışma yapılmış ayak izi kavramı açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 1. Ayaka İzi Kavramsal Çerçeve



1.2. Ayak İzi Çeşitleri

Bir adlandırma ifadesi olarak temelde "Ayak İzi" kısmının oluşumu; ''yürüyen ya da koşan bir canlı türünün ayaklarının basınç ile oluşturduğu izlenim veya görüntüler''manasındadır. Bunun finansal çerçevesi ise farklı içeriklerde ifade edilmektedir (Özer, 2002: 82).

1.2.1. Karbon Ayak İzi

Kavram olarak bakıldığında "Karbon ayak izi" ifadesi insanın küresel ısınmaya neden olan bireysel negatif katkısının ölçümü şeklinde ifade edildiği gibi (Tatar, 2010: 19) ayrıca; sera etkisi yapan, küresel ısınmayı artıran ve fosil yakıtların tüketimiyle atmosferimizi karbondioksite (CO2) maruz bırakarak hasara uğramasına neden olan durumlar bütününe verilen ad oalrak da ifade edilmektedir. Genel olarak ise ortaya çıkan bu durum karbon ayak izine bağlanmaktadır (http://www.karbonayakizi.com/).

Bu kavram ''Prof. Rees William ve Dr. Wackernagel'' vasıtasıyla ilk defa 1990'lı yıllarda ortaya atılmıştır. Bu çerçevede kavramın amacına bakıldığında çağımızda hızlıca tüketilen doğal kaynakların aksine, zarara uğramamış kaynakların verimliliğini ve faydasını ortaya koyma amaçlanmıştır. Bunlarla birlikte yine çevre kirliğinin yaşam alanlarının sonunu getirdiğinin farkında olan Wackernagel ve Rees; bütün insanlığın ihtiyaçlarını gidermek amacıyla tükettiği yaşam alanlarını ölçümleyen bir sistem geliştirmişler ve bu sisteme de "Ekolojik Ayak İzi" demişlerdir (Özer, 2002: 82).

Bu noktada dünyadaki her şeyin bir kapasitesi olduğu gibi dünyanın da canlıları ve yaptıkları tahribatları kaldırma kapasitesi bulunmakta ve bu kapasite sınırlı düzeyde bulunmaktadır. Geliştirilen bu karbon ayak izi sayesinde bu sınırın hesaplanması sağlanmıştır. Bu sistem de bir anda olmamış ve ihtiyaçlar ve gereksinimler sonucunda ortaya çıkmıştır. Özellikle kirletilen su, toprak ve hava gibi ekosistemin temel taşlarıyla birlikte evreni çepeçevre saran atmosfere kadar kirlilik meydana gelmeye

başlamıştır. Bu noktada karbon ayak izi bireyin, kurumun, herhangi bir ürünün ya da sanayileşmenin sonucu, sera gazı tutarı açısından çevreye verilen hasarın ölçüsünü yansıtmaktadır. Bu noktada aslında bütün insanın aktivitelerinin ortaya çıkardığı çevre kirliliğini sayısal manada tespit etme gereksinimi karbon ayak izinin ölçümünün yapılmasını sağlamıştır. Ekolojik ayak izi de denilen karbon ayak izi, çevre kirliliğine bakış açısını farklı noktalardan ele almış ve bu meselelere dikkat çekmeyi başarmıştır. Karbon ayak izi doğal çevrenin nasıl bir tehlikeyle iç içe olduğunu somut ve sayısal verilerle ortaya koymuş ve çevre bilinci açısından önemli bir veri tabanı oluşturmuştur (Kaypak, 2013: 154).

Bu çerçevede genel anlamda her geçen gün iklim koşulları değişmeke ve bu durum da daha çok küresel ısınmaya bağlanmaktadır. Küresel ısınmaya sebep olan esas etmenlere bakıldığında, karbondioksit ve metan gazları görülmektedir. Her iki gazında aşırı derecede zararlı olduğu bilinmektedir. Ancak karbondioksit, metan gazından daha tehlikelidir. Karbondioksit gazının artması ile sıcaklığın artması konusunda bir çok araştırma yapılmış ve çevre bilimini araştıran kişiler ortak bir paydada yani sıcaklığın artmasını karbondioksit artışına yormuşlardır. Ayrıca karbondioksit gazının artması ile güneşten gelen zararlı ışınlar atmosfere süzülmesine kolaylık sağlamış ve evrenin zararlı ışınları alarak aşırı ısınmasına buzulların erimesine olanak sağlamıştır (Neale, 2009: 19).

Bu duruma ek olarak bireyler var olduğu sürece doğaya olumlu ya da olumsuz etkileri ortaya çıkacaktır. Bu tarz etkileri hesaplamak için bazı yöntemler oluşturulmuştıur. Bu anlamda karbon ayak izi, bir ürünün hayat döngüsü süresince doğrudan veya dolaylı olarak insan faaliyetleri sonucunda oluşturduğu toplam karbondioksit emisyonu miktarıdır. Diğer bir deyişle, fosil yakıtların yanması sonucu oluşan karbon ayak izi, ekolojik ayak izinin %60 lık en büyük kısmını oluşturur. Yapılan araştırmalar neticesinde küresel ısınmaya sebeb olan sera gazlarından biri olan karbondioaksit emisyonlarını absorbe etmek için gereken biyolojik olarak verimli bölgeyi tanımlamaktadır. Karbon ayak izi ise bireylerin ihtiyaç talepleri çerçevesinde tüketimleri sonucunda evrende ortaya çıkan ekolojik ayak izlerinin en önemli kısmıdır.

Artan üretim ve tüketim faaliyetleri ile birlikte karbon ayak izinin biyokapasite ve gezegen üzerindeki etkisi artmaktadır. (Ertekin, 2012: 9).

Yerkürenin ekolojik sistemine dahil olarak atmosferde bir miktar bulunan karbon gazı, insan faaliyetleri ile de yoğun şekilde üretilmektedir. Bu sebeple "Karbon Ayak İzi, Ekolojik Ayak İzi" hesapları içinde bulunmakta, hatta en tepedeki barınma ve gıda ile aynı seviyede yer almaktadır. "Ulaşım, barınma, iklimlendirme, aydınlatma, üretim, tüketim ve yeniden işleme" gibi tüm etkinliklerin bir karbon bedeli bulunmakta ve hatta bir önlem olarak karbondioksit gibi sera gazı salınımlarının kontrol edilmesi, doğal veya insan kaynaklı gibi farklı kategorilerde ölçülerek değerlerin ton cinsinden belirlenmesi gerekli görülmektedir.

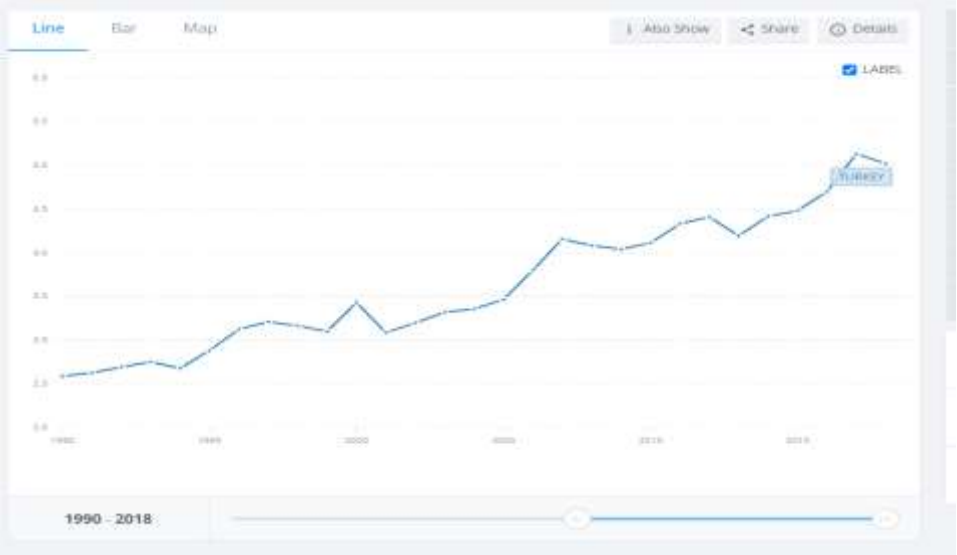
Bu çerçevede, BM'in Japonya'nın Kyoto kentinde imzaya açtığı protokol, yerkürede karbon salınımları ile ilgili bilincin gelişiminin önemli bir örneğini oluşturmaktadır. Bu çerçevede, gelişmiş ülkeler yenilenebilir enerjiye yönelirken gelişme yolundaki ülkeler emisyonlarını sınırlandıracak, enerji ve sanayi üretimi başta olmak üzere belirlenmiş olan karbon kotalarına uyum sağlama yolna gitmektedirler. Gelişmiş ülkeler karbon azaltımında yaptırım ile sorumlu iken kalkınma yolundaki ülkeler emisyon kısıtlamakla ve BM'e her yıl emisyon raporlarını sunmaktadırlar. Bunlarla birlikte ülkeler arasında karbon ticareti yapılarak küresel karbon dengesinin sağlanması yapılmaktadır (Uyar, 2011: 56-57).

Kaynakların belirli bir bölümü yenilenebilir olup bir kısmı ise yenilemez özelliktedir. Bu kaynaklar sıralanmak gerekirse bazıları bireylerin tükettiği gıdalar, giysiler, dayanıklı ve dayanıksız tüm tüketim malları, ulaşım ve ısınma sonucunda ortaya çıkan atıkları ve yapılan hammadde ve yatırım ürünleri göze alındığında pekte küçük olmayacağı apaçık ortadadır. İnsanların ihtiyaçları sonsuz olup kullanılan kaynakların kıt olduğu iktisatın temelinde yer almaktadır. Bu kaynakların bazıları yenilenebilir olup, bazı kısımları ise yenilenemez durumdadır. Sürdürülebilirliği devam ettirebilmek için yenilenebilir doğal kaynakların harcama boyutunun doğanın aynı dönemde üretebileceği, kaynak miktarını aşmaması esastır. Sürdürülebilir

kalkınma, kaynak tüketimini yenileme hızı süresinden, daha hızlı önlemeyi hedeflemektedir. (Han ve Kaya, 2013: 254).

Küresel ısınmanın ortaya çıkmasında biz insanların etkisi büyüktür. Bunun sebebi insan eli ile atmosfere salınan sera gazlarından kaynaklanmaktadır. Sera gazlarının salınımı ile sıcaklık seviyesi artmış ve buzullar erimiş ekolojik denge bozulmaya başlamıştır. Bu sebebledir ki küresel ısınma nedeniyle gazların emisyon kontrolünün insanların elinde olduğu gözlemlenmektedir. İklim değişikliği önmelemek için yapılan araştırmalarda salınan gazların çıkış kaynaklarını bulup bunları kontrol edip kontrol altına almaya çalışılmıştır (Bekiroğlu, 2011: 1).

Tablo 2.Karbon Emisyonları (Kişi Başı Metrik Ton)



Kaynak: Work Bank Data

https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.PC?locations=TR

Harcama miktarının sürekli artması ile enerji miktarı devamlı artacaktır. Devamlı artan enerji tüketimi ile başta karbondioksit olmak üzere aşırı derecede salınan sera gazının atmosfere bırakılması anlamını taşımaktadır. Atmosfere bırakılan zehirli gazlar ile küresel ısınma ve iklim değişikliğine sebeb olan büyük sorunlar meydana gelmektedir. Sera gazının ana bileşeni CO2'dir. Son yıllarda büyük önem arz

eden karbok ayak izi kavramının temelini CO2 oluşturmaktadır. Literatürde araştırılan ‘’ Karbon Ayak İzi ‘’ ekolojik denge için kilit noktayı oluşturmaktadır. Karbon ayak izi *“ürün ve işlemlerin yaşam boyunca çevreyi kirletmeleri ile alakalıdır ve insan faaliyetlerinin çevreye verdiği zararların birim karbondioksit veya karbon cinsinden ölçülen miktarı”* diye tanımlanabilmektedir (Yılmaz, 2014: 2). Son olarak , literatürde açıklanan başka bir tanımıyla karbon ayak izi, insan davranışlarının sonucu olarak çevreye verdiği zararın, oluşan sera gazı büyüklüğünü karbondioksit miktarıyla ölçüsüdür. Bu sebeble karbon ayak izini azaltmak için yapılan araştırmalarda bireyler ve işletmelere büyük görev düşmektedir. Sürdürülebilir kalkınma için hem bireylere, hem işletmelere hem de kalkınma projelerine ön ayak olan devlet açısından çok önemli olmaktadır.

1.2.2. Su Ayak İzi

Eski adıyla UNESCO-IHE yeni adıyla IHE Delft Institute for Water Education dünyanın en büyük su eğitimi veren kurumudur. 2002 yılında yapıaln UNESCO-IHE’de bu kavramdan ilk kez bahseden kişi Arjen Hoekstradır. Su ayak izi bir ürünün; *“ürünün saklı su içeriği veya ürünün sanal, harici, gölge ya da gömülü suyu”* olarak isimlendirilen ifadelerle farklılık göstermediği anlaşılmaktadır. Gömülü su yani sanal su, yalnızca ürünün içindeki gizemli, kuytu suyu olarak adalandırılabilir. Kavramsal çerçeveden bakıldığında su ayak izi, uluslarası ya da bölgeler arası görünen su akımları yerine kullanılabilen bir ifadedir. Bir ülke, ihraç ya da ithal ettiği ürünlerde, ürün içinde bulunan suyu da sanal olarak ithal–ihraç etmeyi seçebilir. Bu kavram genel kapsamda sanal su ticareti ya da akışı biçiminde tanımlanmaktadır. (Türkiye’nin Su ayak izi raporu, 2014: 6).

Ayrıca su ayak izi terimi, “Su Ayak İzi Ağı’’ (Water Footprint Network-WFN) Hollanda’da da bulunan Twente Üniversitesi’nce ortaya koyulan ve bir hizmet veya ürün üretmek amacıyla bütün tedarik zinciri içindeki gerekli tatlı su miktarının ölçümünü gösterir. Ayrıca bireylerin o malı kullanmasından hammadenin işlenmesine ve doğrudan operasyonlara kadar olan tüm aşamaları içeren bir ifadedir. Bu nedenle

su ayak izi terimi, hem üretim sürecindeki dolaylı su kullanıımını hem de doğrudan su kullanımını ölçer. Bu alanda yapılan çalışmalara bakıldığında, herhangi bir ülkenin su kaynaklarının ve üretimde doğrudan su ihtiyacını karşılayacak miktarın ölçülmesi maksadı ile sanal su araştırmalarına benzer şekilde ilk olarak tüm ülke genelinde gerçekleştirilmiştir. Her geçen gün popülaritesini artan su ayak izi araştırmaları; '' Şirketler, ticari mallar veya ürünler için '' gerçekleştirilmiş ve bu hususta çalışmalar yapılmıştır (Türkiye'nin Su Ayak İzi Raporu, 2014: 7).

Bütün dünyanın en önemli meselelerinden biri olan su, dünyadaki canlıların en önemli gereklilik unsurdur. Bu açıdan da kaynaklar ve rezervler çok değerli olmaktadır. Suya verilen önem aslında ileriki yıllarda ona gereksinim duyan canlıların da yaşam standardını belirlemektedir. Dünyanın tatlı su kaynakları, tüketilen su kullanımı ve kirlilik şeklinde artmasından kaynaklı günümüzün en acil sorunlarından biridir. Bu açıdan da insan faaliyetlerinin yeryüzünde bulunan tüm su kaynakları üzerindeki etkisi "Ekolojik Ayak İzi"nin önemli bir çalışma alanını meydana getirmektedir.

Bu çerçevede "Ekolojik Ayak İzi"nde küresel hektar alan içerisinde suyun toprak kadar etkin bir verimlilik ölçütü olduğu anlaşılmaktadır. Bu verimlilik belirlemesinde su, kullanımına göre üç ayrı tipe ayrılmaktadır. Bunlar, "Mavi su, yeşil su ve gri su Ayak İzi" diye adlandırılmaktadır. Bu açıdan ise mavi su ayak izi "bir ününün meydana getirilmesinde kullanılan yer üstü ve altı tatlı su kaynaklarının toplam hacmidir ve geleneksel olarak "tatlı su" denilince öncelikli olarak kastedilen su kaynaklarındandır.

Diğeri ise yeşil su ayak izidir ve burada "bir ürünün üretim aşamasında gerekli olan ve kullanılan toplam yağmur suyu" şeklinde açıklanır. Fakat yeşil su ayak izinde ifade edilen yağmur suyu kaybolmamakta ya da yer altı sularına karışmamaktadır; toprakta veya bir süre için toprağın üzerinde saklanmaktadır. Yağış miktarı yeşil su arz-talep dengesini etkilediğinden, bir bölgenin yeşil su ihtiyacı ölçülürken iklim faktörlerinin göz önüne alınması gerekmektedir.

Son olarak gri su ayak izinde ise, kirliliğe yönelik bir gösterge vardır. Mevcut su kalitesi standartlarına göre kirlilik miktarını bertaraf etmek veya seviyesini düşürmek için kullanılan tatlı su miktarını açığa vurmaktadır. Bu nedenle gri su kavramı, nüfus ve sanayi gelişmi ile bağlantılı olarak açıklanmaktadır.

Tüm bunlara bakıldığında bir ülkede üretimin su ayak izi, sadece söz konusu ülkedeki kaynakların kullanım miktarını dikkate almaktadır. Fakat tüketim yönünden bir ülkenin su ayak izine bakıldığında iç ve dış kısımlarının ayrı ayrı incelenmesi şarttır. İç su tüketim ayak izi, bir ülkedeki su kaynaklarının tüketim amacıyla (mal ve hizmet üretiminde) kullanılan bölümünü ifade eder. Dış su tüketim ayak izi ise, diğer ülkelerde üretilip ithal edilen mal veya hizmetlerde kullanılan sudur. (WWF, 2014:12).

Arjen Y. Hoekstra ve Mesfin M. Mekonnen'in The water footprint of humanity makalesinde ülkelerin su ithalatıyla alakalı verilerini incelemiştir.

Tablo 3.Su İthalatı Yapan Ülkeler

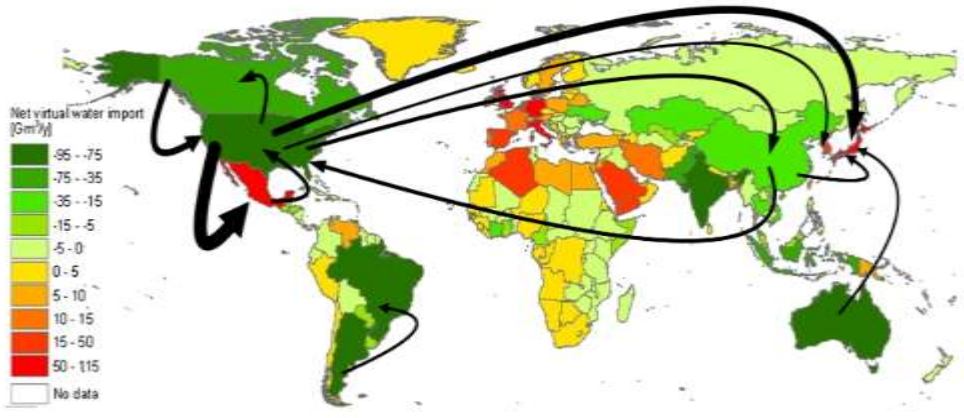


Fig. 2. Virtual water balance per country and direction of gross virtual water flows related to trade in agricultural and industrial products over the period 1996–2005. Only the biggest gross flows (>15 Gm^3/y) are shown.

Malta (bağımlılık% 92), Kuveyt (% 90), Ürdün (% 86), İsrail (% 82), Birleşik Arap Emirlikleri (% 76), Yemen (% 76), Mauritius (% 74), Lübnan (% 73) ve Kıbrıs (% 71) ve Amerika Birleşik Devletleri (%20) için dış su bağımlılığı olduğunu söylemektedir. Sürdürülebilir su kullanımı için ülkeler üretim yaparken su kullanım verimliliğini arttırmayı hedeflemektedirler. Su ayak izi son dönemlerde popüler olmuş ve üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmış önemli bir kavram olarak bilinmektedir.

1.2.3. Finansal Ayak İzi

Bireyin gelir seviyesi dikkate alınarak aylık ya da yıllık olarak tüketim harcama kalemlerinin hangi kısımlar olduğunu, bu harcamalar sonucunda ne kadarını tasarruf edebileceğini gösteren bileşenlere finansal ayak izi denir. Tıpkı yürüdüğümüzde ayak izi bırakmamak imkansız olduğu gibi maddi ayak izi de bırakmamak imkansızdır.

Sahip olunan aktif ve pasif küçük hesaplarımızı görmek, bugün doğru adımları atarak yarını daha iyi şekillendirmemizi sağlar.

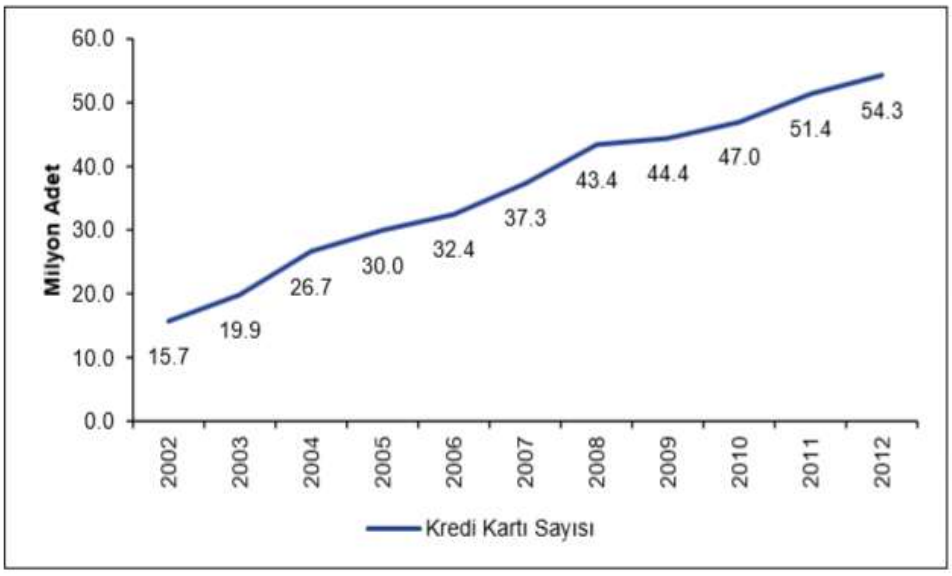
Yurt dışında Finansal Ayak İzi için kurulan siteler Örn;

- https://financialfootprint.com.au/
- https://financialfootprint.ca/
- https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/financialfootprint#:~:text=The%20amount%20of%20money%20paid,payments%20instead%20of%20physical%20assets.
- https://www.accomplishedaging.com/are-you-aware-of-your-financial-footprint/

Kişilerin gelir seviyesi, harcamaları ve ne kadarını tasarruf etmek istedikleri ile bağlantılı olarak kişinin önem seviyesine göre odaklanılarak harcama yapması gerektiğini sağlamaktadır.

Kişinin kıt kaynaklarla etkin kullanım sağlayabilmek için ihtiyaç duyduğu finansal huzuru sağlamaktır. Bunu sağlayabilmek için öncelikle finansal davranışımızı ve hatalarımızı görmeliyiz. Bu davranışları sıralamak gerekirse ‘’bilmek, kabullenmek ve değiştirmek’’tir. Harcamalarımızı takip etme alışkanlığını zorlaştıran kredi kartı kullanımının payı büyüktür. 2002-2010 dönemleri arasında kredi kartı sayısı %200,19 yani (15.7 milyondan 47.13 milyona) artış gözlemlenmektedir.

Tablo 4.Kredi Kartı Sayısı Gelişimi 1



Kaynak: BKM 2010

2013-2021 dönemleri arasında kredi kartı sayısı %46.731 yani (56.83 milyondan 83.39 milyona) artış gözlemlenmektedir.

Tablo 5.Kredi Kartı Gelişimi 2

Yıl	Toplam Kredi Kartı	Toplam Banka Kartı	Toplam Ön Ödemeli Kart
2013	56.835.221	95.447.366	4.717.588
2014	57.005.902	96.329.365	9.184.059
2015	58.215.318	98.977.422	13.406.432
2016	58.795.476	100.654.261	16.357.424
2017	62.453.610	112.134.456	19.458.987
2018	66.304.603	120.486.669	25.888.668
2019	69.825.826	133.199.632	33.011.425
2020	75.697.214	144.743.198	43.340.289
2021	83.395.062	148.596.180	55.689.094

Kaynak: BKM 2013-2021

2013-2021 dönemleri arasında toplam banka kart sayısı %55.68 artmıştır. (95.44 milyondan 148.59 milyona yükselmiştir.) Ön ödemeli kart sayısı ise 4.71 milyondan %1080 artarak 55.68 milyona ulaşmıştır.

Bu bilgiler dikkate alındığında kişilerin kredi kartı kullanımı yıllar gittikçe artmakta olup kolay ödeme alışkanlığı kazanmışlardır. Kişilerin harcamanı kontrol altına alabilmesi içinde Finansal Footprints bankaların dikkatini çekmiştir. Mobil uygulama üzerinden yapılan harcamalarla alakalı küçük analizler sunmaktadırlar. Örneğin A Bankası mobil uygulamasında aylık harcama kalemlerinin giyim, sağlık, eğitim, market gibi sınıflandırmıştır. Ayın en çok harcama rakamını göstermekte ve harcama durumunuzu takip ederek, kontrol altında tutun uyarısı vermektedir.

Tablo 6.A Bankası Mobil Uygulamada Finansal Ayak İzi



Şirketlerin kar sağlamak amacıyla profesyonel ileriye dönük planlar oluşturmasıyla, kişinin gelecek ile ilgili tüketim alışkanlıklarını kontrol altına alınmasını benzetebiliriz. Kişiler harcama grupları için planlama yapar ve bu harcamaları plana sadık kalarak devam ettirdiğinde tasarruf yapmış olur. Kişinin tasarrufları sayesinde yatırım yaparak, yaptığı yatırım sayesinde gelir seviyesini arttırabilir. Kişilerin hane harcamaları ekonomide küçük bir yer kaplıyor gibi gözükse de sürdürülebilir kalkınmanın bir parçasıdır.

Gelirin artması, tüketim ve tasarrufların artmasını sağlayan döngünün işlerliği sayesinde yatırım, üretim, istihdamın artması ile ülkeler ekonomik büyümeyi sürdürülebilir kılmayı amaçlamaktadırlar. Ekonomik büyümeyi sağlayabilmek için üretim yapmaya, üretim yapabilmek için yatırıma, yatırım yapabilmek için ise tasarrufa ihtiyaç duyulmaktadır. Tasarrufun yapılabilmesi için bireyin finansal ayak izi hayati öneme sahiptir. Bireyler yoğun çalışma hayatı ve finansal okur yazarlığı olmadığı için bunun ile ilgili destek alarak finansal durumunu geliştirebilmektedir.

Dünya genelinde finansal ayak izi kavramsal çerçeveye değinen Vidino, Lewis, Mines Dollars for Daesh: The Small Financial Footprint of the Islamic State's American Supporters (DEAŞ için Dolar: IŞİD'in Amerikalı Destekçilerinin Küçük Finansal Ayak İzi) 2020 yılında yaptığı çalışmasında terörle mücadele finansmanı üzerine literatür araştırması yapmıştır. (Vidino, Lewis, Mines, 2020)

Türkiye'nin finansal ayak izi ile ilgili bir çok çalışma yapılmış olup bunlardan Gürkan Çalmaşur ve Abdulkadir Kılıç'ın çalışmasında 2014 TÜİK bütçe anketi kullanılarak gelir harcama araştırması yapılmıştır. Hane halkı ortalama tüketim eğiliminin %90 nı aştığını tasarruf oranın ise %10' un altında kaldığından bahsedilmiştir. Gelirdeki az harcama grubunun sağlık olduğu, en yüksek olan grubun ise kişinin temel ihtiyaçları olan kira, faturaların gibi harcamalar olmuştur. Eğitim harcama grubunun lüks mal sınıfına girdiğini, yeme içme gibi harcama grubunun zorunlu mal sınıfına girdiği saptanmıştır.

Zarife Yıdlrım ise 2017 yılında 2003 ve 2013 yılları arasında Kantil Regresyon modelini kullanarak Türkiye'nin hane halkı tasarruf davranışını analiz etmiştir. Bireylerin gelir seviyeleri dikkate alındığında geliri fazla olan bireyler tasarruf oranında artış gözükmemiş olup geliri az olan bireylerde ise gelecek kayısı ile tasarruf oranında artış gözükmüştür. Bu sebeble yaptığı araştırmasında enflasyonun fazla olmasının sonucunda İhtiyati tasarruf hipotezine dayandırmıştır.

1.2.4. Ekolojik Ayak İzi

1990 yılında Rees ve Wackernagel tarafından sunulan ekolojik ayak izi bireylerin yaptıkları tüketimi, doğal kaynakların bireyler tarafından alı konulması anlamlarını taşımaktadır. Rees ve Wackernagel 1992 yılında ilk ekolojik ayak izi çalışmaları, kentsel bir bölgenin sürdülebilirlik için gereken toplam arazi alanını ölçmeyi amaçladı. Ekonominin ekolojik ayak izi perpektifine dayanabileceğine inanarak GSYİH' ya alternatif olarak ekolojik ayak izi göstergesini geliştirdiler. Sonunda, ekolojik ayak izi, "o ekonomideki katılımcılar tarafından tükettikleri tüm kaynakları üretmek ve ürettikleri tüm atıkları sürekli olarak emmek için iddia ettikleri çeşitli ekolojik kategorilerdeki toplam toprak ve su alanı" olarak tanımlanacak şekilde gelişti. Küresel Ayak İzi Ağı (GFN) (footprintnetwork.org) tarafından kullanıldığı şekliyle günümüzün ekolojik ayak izi, tüketim tarafında ekili arazilerin, kereste için ormanların, yığma arazilerin, otlakların ve balıkçılık alanlarının insan kullanımını ve bunun için gereken bir araziyi açıklar. Son yıllarda popüler hale gelen ekolojik ayak izi hesaplaması için başka yöntemler sunulsa da orijinal "GFN yaklaşımı" açık ara en popüler olanıdır. 2003 yılından bu yana GFN, çoğu ülke ve dünya için ekolojik ayak izini ve biyokapasiteleri hesaplayan ve karşılaştıran yıllık Ulusal Ayak İzi Hesaplarını (NFA) yürütür.

Geniş bir medya cazibesine sahip bir başka popüler GFN çıktısı (overshootday.org/newsroom) Dünya Limit Aşımı Günü'dür.- Over shoot day "insanlığın belirli bir yılda ekolojik kaynaklara ve hizmetlere olan talebinin, dünyanın o yıl içinde yeniden üretebileceğini aştığı tarih" olarak tanımlanır. (overshootday.org) Ekolojik ayak izi kavramını Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF) dahil olmak üzere birçok hükümet ve sivil toplum kuruluşu tarafından benimsenmiştir. Ekolojik ayak izi, akademik literatürde de yaygın olarak kullanılmaktadır: Scopus'ta (akademik arama motoru)"ekolojik ayak izi" araştırması 3.700'ün üzerinde yayın sağlamaktadır. Web of Science araştırmasında ise 2.500'den fazla yayın verdiği bilinemektedir.

Küresel ısınma ve iklim gibi küresel çevresel tehditler değişim, günümüz dünyasının karşı karşıya olduğu en zorlu sorunlar arasında yer almaktadır. İklim değişikliğinin yanı sıra kuraklık, seller, deniz seviyesinin yükselmesi ve kuzey buz denizinin erimesinden kaynaklı insanların tüketim düzeyinin sürdürülebilir kılmak için bir çok çalışma yağılmıştır.

Dervis Kirikkaleli1 & Tomiwa Sunday Adebayo & Zeeshan Khan & Shahid Ali Does globalization matter for ecological footprint in Turkey? Evidence from dual adjustment approach (Küreselleşme Türkiye'de ekolojik ayak izi için önemli mi? İkili ayarlama yaklaşımından kanıtlar) başlıklı araştırmasında Türkiyenin Avrupanın üçüncü en yüksek karbon emisyonu ülkesi olduğu için analizde Türkiye' yi seçtiğinden bahsetmiştir. Yıllar boyunca, enerjide dışa bağımlılık, Türkiye'de cari hesap sorunlarının başlıca nedeni olmuştur. Gelişmekte olan bir ekonomi olarak Türkiye, her sektörde enerji taleplerini yoğunlaştırmıştır. (Kalmaz ve Kırıkkaleli 2019). Türkiye, artan enerji talebi ve büyük ölçüde enerji kaynaklarının ithalatına bağlı olan ve birkaç yıldır cari açıkların önemli bir nedeni olan CO2 kirliliğindeki artış ile karakterizedir. Enerji kullanımı, Türkiye'nin toplam sera gazının %80'inden fazlası ile başta CO2 kirliliği olmak üzere sera gazı üretiyor (Ersoy ve Uğurlu 2020).

Bu nedenle Türkiye, bu araştırmanın önemini vurgulayarak, CO2 emisyonlarını düşürmeye yönelik belirli politikalarda ulusal çevre politikalarını dönüştürmelidir. Türkiye üzerine yapılan araştırmalarda enerji tüketicilerini yenilenebilir enerjiye kaymaya teşvik eden politikaları benimsemesi gerektiğini, hükümet genel enerji karışımını yenilenebilir enerjiye doğru çeşitlendirmek için gerekli adımları atmalı, endüstriyel yapıyı yenilenemez enerjiden sürdürülebilir enerjiye kaydırmayı amaçlayan farklı eko-inovasyon stratejileri benimsenmelidir. Ayrıca küreselleşme çevre kalitesini bozduğu için politika yapıcılar yabancı yatırımların çevresel sürdürülebilirliğini değerlendirecek stratejiler geliştirmeli ve eskimiş kirli teknolojileri kullanan kuruluşlara karşı adımlar atılmalıdır. Ayrıca, uluslararası yatırımcılar temiz teknolojiyi kullanmaya ve cazip faydalar sağlayarak daha temiz enerji projelerine katılmaya ikna edilmelidir. Diğer ülkelerle sosyal

işbirliği güçlendirilmeli ve çevre bilincini teşvik etmek için yerel medya kullanılmalıdır. (Kirikkaleli, Adebayo, Khan, Ali, 2020)

II. BÖLÜM: TÜKETİM VE GELİR KAVRAMLARININ TEORİK ALTYAPISI

2.1. Tüketim

Kavram olarak tüketim "bir malı kullanmak, bitirmek, yoğaltım,üretim karşıtı ve sonunda onu yok etmek" manalarına gelmektedir. Bu eylemi gerçekleştiren birey ise tüketicidir. Tüketim kavramı üzerine geçmişten günümüze bir çok akademik çalışmaya konu olmuştur. Bu durumda tüketim bir süreç şeklinde düşünüldüğünde ise "özel ihtiyaçlarımızı karşılamak için bir ürün veya hizmeti aramak, satın almak, kullanmak veya imha etmek" diye tanımlanabilir (Odabaşı, 2009: 16). Hançerlioğlu'na göre ise tüketim, üretimle elde edilenlerin kullanılarak bitirilmesi durumudur. Bu noktada kullanılabilen her şeyin aslında bir tüketim konusu olduğu söylenebilir (Hançerlioğu, 1975: 320). Diğer bir deyişle tüketici, "ürün ve hizmetleri nihai kullanım amacıyla satın alan ve kullanan kişi" olarak ifade edilmektedir (Odabaşı, 2012:20).

Bu noktada tüketiciyi *"ihtiyaçlarla donatılmış, zevkleri olan ve tercih yapabilen, iktisadi kaynakları mal ve hizmetleri satın almak için kullanan, bu eylemlerin neticesinde de fayda temin ederek tatmine ulaşan bireydir"* diye adlandıran Penpece tüketimin özelliklerini şu şekilde maddelemiştir:

• "Tüketime konu olan mal ve hizmetler, ekonomik mal ve hizmetler olmalıdır.",

• "Psikolojik ve fizyolojik faktörlere dayalı istekler karşısında mal istenmeli ve ve bunun için uğraş ile elde edilmeye çalışılması gerekir."

• "Bu malların tahsisisinden sonra tüketimin oluşabilmesi için o mal veya hizmeti kullamak ve kullandıktan sonra onlarda yararlanmak gerekir.",

• “Kullanılan malların direkt olarak insan gereksinimlerine hedefli olması şarttır.”,

• “Tüketicinin psikolojik durumu ve fizyolojik gereksinimleri göz önünne alınarak kullanılan mal ve hizmetin tespiti gereklidir.” (Penpece, 2006: 4-6).

Bu açıdan da bir ürün ya da hizmet öncelikle bir bedel karşılığı alınmalı, tüketicide sahip olma isteği uyandırmalıdır. İstek uyandıktan sonra birey onu elde etmeye çalışınca da maddi ya da manevi tatmin duygusu yaşamış olacaktır.

Tüketim özünde bir ekonomik eylem olup ekonomik eylem denince akla; tüketim, tasarruf, üretim ve yatırım gibi kavramlar gelmektedir. Tüketim kavramı denilince akla harcama yapma, yeme-içme gibi kavramlar gelmemelidir. Ekonomide miktarı kısıtlı olan her şeyin tüketilmesi tüketim kavramı olarak adlandırılmaktadır. Bir ihtiyacı karşılamak için yapılan şeye tüketim eylemi denir. (Eğilmez, 2014: 24-25)

Tüketim talebi üretim faaliyetini başlatmaktadır. Bugün gelinen noktada dijitalleşme ve raklamlar sayesinde tüketim talebi mi üretim olgusunu ortaya çıkardığı ya da üretim faktörü mü tüketim talebini oluşturduğu birbirine girmiş ve karışmıştır. Genellikle üretim; üretim faktörlerinin (kaynaklarının) bir araya getirilmesi suretiyle bireylerin gereksinim duyduğu emtia ve hizmetlerin yaratılması faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Üretimin gerçekleşebilmesi amacıyla emek (iş gücü), girişimci (müteşebbis), doğaş kaynak, sermaye (kapital) gereklidir. Yani üretimi gerçekleştirebilmek için üretim tesisleri kurmak ve hammadde, bina,malzeme, makine, elektrik, su gib girdilere ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca üretimin sağlanabilmesi için emek, iş gücü ile istihdamın sağlanması gerekir. Bunları gerçekleştirecek olan müteşebbisin üretim tesisi oluşturmasına yatırım denir. Yatırım yaabilmesi için sermayaye ihtiyaç duyulmaktadır. Ekonominin halkaları Tüketim-Tasarruf- Yatırım- Üretim- Tüketim olarak sıralanmaktadır. Tüketim olmayan bir ülekede talep olmayacağı için üretim olmaz ve tasarruf yapamayan bireyler yatırım yapamayacaktır. Yatırım olmazsa eğer üretimin artmayacağı, üretim artış

göstermeyince ekonomik büyüme gerçekleşmeyeceği savunulmaktadır. Toplum refah düzeyinin artışı için üretim yapmak gerekmektedir. (Eğilmez, 2014: 20-21).

Bu hususta tüketim kavramı ekonomi için kilit nokta olarak görülmekte ve önem arz etmektedir.

Tüketim olgusuna 1976 tarihinde yer veren Rymond Willams harcamak, israf etmek, bitirmek olarak açıklamıştır. Tüketim kavramı etkin ve sosyal bir davranış olarak adlandırılması ile birlikte bir ahlak, bir zorlama ve toplumsal değer sistemdir. (Baudrillard, 2004). Tüketim kavramına farklı bir açıdan yaklaşan Baudrillard bireyin doğası gereği özgür olacağını savunanlara karşı bireyin özgürlüğünün içinde bulunduğu durumlara göre değişeceğini savunmaktadır. Yani moda, reklam, kitle iletişim araçları tarafından özendirilen yaşamda kişinin özgürlüğünün kalmadığını özne, nesne karşısında edilgen konuma itildiğini savunmaktadır. Yine Barudrillard (2004) göre tüketim salt nesnelerin tüketilmesinin yanı sıra fikirlerin tüketilmesi anlamınada gelmektedir.

Yukarıda tüketim olgusu üzerine yapılan görüşlerde geçmişten günümüze gelinceye değin bir çok anlam kazanmış olup kimi olumlu iken kimi olumsuz hususlara değinmiştir. Tarihsel açıdan tüketim olgusu incelendiğinde kavram hem toplumsal anlamda hem kültürel anlamda hem de ekeonomik anlamda okunabilmektedir. 1980 yılında küreselleşme ve kapitalizm ile birlikte tüketim kavramı bir malı bitirmek, yok etmek kavramlarının yanında kültürle ilişkilendirilen bir kavram haline geldiği gözükmektedir. Tüketimin kilit noktası haline gelen pazarlamacılar daime istenecek, tüketimi arzu edilecek yeni ürünler keşfetmek amacıyla kültüre yön veren davranışları ortaya çıkartmaya çalışmaktadır. (Kotler ve Armstrong, 2008:131).

Sanayi devrimi ile üretim süreçlerinin makineleşmesiyle üretim araçlarına sahip olan sermayenin etikeri, tüketim iktisadı ve sınıf kuramları bağlamında kavramsallaşmaya başlamıştır. Fakat günümüzde tüketim bireyler ve sosyal gruplar arasındaki farklılıkları ifade etmek ve bu farklılıkları yeniden üretme aracı olarak

tanımlanmaktadır. (Yanıklar, 2006: 28). Tüketim kavramı tarihsel süreçte farklı bağlamlarda değerlendirilirken eş zamanlı olarak farklı bakış açılarıyla açıklanmıştır. Bu hususta tüketim kavramını tek bir bakış açısıyla açıklanamayacağı anlaşılmıştır. Çünkü yukarıdaki tanımlamalarda dikkat edileceği üzere tüketim değişken özelliğe sahip olduğu gözlemlenmiştir. Tüketim kapitalizmin varlığını devam ettirdiği süreçte değişimeye devam edecektir. (Bocock, 2014: 52-53).

2.1.1. Tüketim Kültürü, Tüketim Toplumu ve Postmodernizm

Yüzyıllar süresince insanlar emtia ve hizmetler oluşturmuş ve ortaya çıkartılan ürünler tüketmiştir. İnsanların gelişim süreciyle geçişle birlikte, üretim ve tüketim faaliyyetlerinde, üretim ve tüketim kavramlarının algısında farklılıklar meydana gelmiştir. Günümüzde birçok toplumda tüketim faaliyetin hem toplumsal yaşama katılmaya hem yabancılaşmaya hem de dışlamaya hizmet ettiği anlaşılmaktadır (Buğra, 2000: 45-46).

Bu çerçevede terim olarak tüketme "tahrip etmek", "harcamak", "israf etmek" ve "bitirmek" manalarındadır (Aytaç, 2006: 30). 1980'li yıllardan itibaren küreselleşmenin etkisiyle tüketim olgusu "bitirmek ve yok etmek" manalarından ziyade kültürle ilişkili bir kavram olmuştur. Bu çerçevede Kotler ve Armstrong (2008: 135-136) kültürü *"toplumdan ve diğer önemli kurumlardan öğrenilen değerler, istekler ve algılar seti"* şeklinde ifade etmişlerdir. Bu çerçevede tüketim de kültüre dahil edilip "yeni yaşam tarzı, yeni fikirler ve değerler" ortaya koymuştur. Nitekim, emek ve değerlerin kültür tarafından tüketim amaçlı manipülasyona uğradığını dile getirmektedir (Omay, 2009: 67).

Diğer bir açıdan bakılınca özellikle Durkheimcı yaklaşım açısından tüketim "etkin ve toplumsal bir tutum olup bir şiddet-baskı, ahlak ve bir farklılaştırıcı değerler" şeklinde ifade edilmektedir. Özetle tüketim toplumsal denetim işlevi olarak bir toplumsal değerler sistemi diye bilinmektedir (Baudrillard, 2015:87).

Aslında bu durum Postmodern dönemde maddi nesnelerin sosyal statü ile bağlantılı tüketimi yerini imaj ve marka tüketimine bırakmıştır. Bunun sonucunda da bireyler nesnelerin "simgelerini, imajlarını tüketerek maddi tatminle beraber, psikolojik veya simgesel tatmin" arama yoluna gitmişlerdir. Kısaca, Lefebvre'nin (1998: 105) söylediği gibi; *"tüketim gerçek olduğu kadar imgesel bir edim"* olarak da bilinmektedir.

Tüketim toplumu kavramı ilgili çeşitli tanımlamalara bakıldığında tüketim toplumu "*dokunduğu herşeyi gizil bir ilerlemece, sömürü, angarya ve doyum, özgürlük ve baskı kaynağına çevirmektedir*" diye ifade edilebilir (Marcuse, 1986: 70). Tüketim toplumunda, üretici aygıt sadece sosyal anlamda gerekli meslek, beceri ve tutumları değil, bunlarla birlikte bireysel gereksinim ve özlemleri de belirlemekte olduğu bütüncülcü olma eğiliminde olmaktadır (Marcuse, 1986: 12).

Diğer bir ifadeyle, tüketim toplumu "çilecilik, akılcılık ve ilerleme inancı" ekseninde üretim toplumundan, bireyin emeğiyle birlikte, arzu ve gereksinimleriyle beraber bir topluma geçişi de göstermektedir (Özcan, 2007a: 143). Özetle tüketim toplumu, tüketim kültürünün oluşturduğu yapay ihtiyaçlarla yön bulmakta, bireylerin arzu ve duyguları tüketim kültürünün oluşturduğu iletişim sistemi aracılığıyla sömürüldüğü görülmektedir. Tüketim toplumunda bireyler nesneler aracılığıyla kuşatılmış ve nesnelerin ritmine ayak uydurulmuştur. Bu açıdan da geçmiş toplumlarda ise dayanıklı nesneler, araç ve binalar bireylerden daha uzun yaşamakta ve şimdiki toplumda ise bireyler nesnelerin doğmasını, gelişmesini ve ölmesini izlemektedir (Baudrillard, 2015:16). Bu açıdan da tüketim toplumu, *"atmaya hazır insanların ve atılmaya razı eşyaların toplumu"* şeklinde de tanımlanabilir (Bozkurt, 2000: 45).

Tüketim toplumunun var olması ve varlığını devam ettirebilmesi için nesnelere gereksinim bulunmalıdır, çünkü yok etmeye ihtiyacı olmaktadır. Tüketim toplumu *"tüketimin öğrenilmesi toplumu, yeni üretim güçlerinin ortaya çıkmasıyla yüksek*

verimlilikte olan ekonomik sistemin yeniden yapılanmasıyla orantılı yeni ve özgül bir toplumsallaşma tarzı" şeklinde ifade edilmektedir (Baudrillard, 2015: 87).

Bauman'a (1999: 50) göre ise tüketim toplumu "tasarruf cüzdanı değil, kredi kartları toplumu" şeklinde adlandırılmaktadır. Yani bekleyen değil, isteyen bir "şimdi" toplumu diye ifade edilebilir. Bu açıdan da tüketmek yeni dünyanın, toplumun ideolojisi olmakta daha fazla üretim, daha fazla tüketim ve daha fazla refahı temel almaktadır (Çınar ve Çubukçu, 2009: 279).

Ayrıca tüketim toplumu hızlandırılmış ilişki üretimi olarak da bilinmektedir. Tüketim toplumunda nesnelleşmiş bedenin, sağlık, eğitim ve zaman gibi faktörlerden dolayı tüm geleneksel toplumsal ritüellerden arındırılması gerekmektedir (Baudrillard, 2015: 205). Hem bolluk hem de yoksulluk toplumu diye de ifade edilen tüketim toplumu, savurganlık ve tutumluluğu ve içe kapanıklığı önermektedir (Lefebvre, 1998: 158).

Bir açıdan da kültür bir düzen yaratmakta ve onu korumak için kaos içinde olan, kaos görünen her şeyle mücadele halinde olmaktadır. Bunlarla birlikte kültür yarattığı düzene değer vermektedir. Kültür toplumda mevcut sistemi bireylerin kabul etmesine, değer vermesine neden olmakta ya da aksi meydana gelmektedir (Bauman, 2004: 161). Bundan dolayı, kültür toplumsallaşmayı sağlamakta ve onun ideolojik tarafını ortaya koymaktadır. Kültür ayrıca, toplumda yaptırım gücü görmekte ve toplum üyelerinin davranışlarını etkileyerek onların arzu edilen biçimde hareket etmelerini sağlamaktadır (Öze, 2014: 62).

Başka bir deyişle, kültür bulunduğu dönemin şartlarına, normlarına uygun bir şekilde meydana getirdiği veya değiştirdiği hayat tarzları, inançlar ve değerleri manipüle ederek toplum üyelerine kabulettirmektedir. Kısaca Omay'ın (2009: 67) da ifade ettiği gibi, emeğin manipülasyonu ya da tüketim amaçlı manipülasyon olsun bunları kültür aracılığıyla ortaya koyabilmektedir.

Bahsedildiği üzere tüketim kültürü kavramını araştırmacılar modern dönemle ilintili şekilde özellikle 1980'li yıllardan sonra ilgi görmeye başladığını ifade etmişlerdir. Simmel, modern döneme ait sözkonusu kavramla ilgili "modern kültürle çağdaş tüketimin birliktelik meydana getirdiğini" dile getirmiştir. Modern toplumun tekdüzeleştirici güçlerden kaynaklı ortaya çıkardığı kültür, devamlı bir devinim halinde olmaktadır. Bunun nedeni de tekdüzeleştirici süreçlere karşı kişilerin benlik üretme stratejisinin devamlı olarak bir farklılaşma arayışına tabi olmasından kaynaklıdır. Bu hsusuta modern tüketimde naturel olan hiçbir şey yoktur ve edinilen, öğrenilen ve toplumsal olarak eğitilerek insanlara arzu kazandırılan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Bocock, 2005: 61).

Çünkü bu noktada daha çok "Modern tüketim kültürü"nde ifade edilen toplumsal eğitimi durumunu "kitle iletişim araçları, reklam ve kültürel değerler aracılığıyla gerçekleştirmekte ve tüketicide paketlenmiş, düzenlenmiş tüketim mallarına karşı istenen tepki uyandırma sağlanmış olmaktadır. Tüketim kültürünün bu şekilde dayattığı normlarla bireyde ve toplumda baskıcı gücüyle doyum verici ve verdiği doyumlarda kontrol edici olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçeve endüstüriyel üretime dayalı bir ekeonomiden bilgi ve hizmet üretimine geçişle modern toplumdan postmodern toplumlara geçişi tanımlamaktadır. Postmodern toplum aslında kategoriyi imkânsızlaştıran, benzeşme ve farklılığın birlikteliğinin resmi gibidir (Akça, 2005: 8).

Bu çerçevede tüketim toplumunun dinamikleriyle büyüyen postmodern kültür modern kapitalizmin sınırlarını da genişletmiş olmaktadır. Postmodern toplumda kişilerin kendini ifade etme gayreti, başka bir deyişle kimlik oluşumunu tüketimden ayrı düşünmek doğru olmamaktadır. Bunun nedeni ise bu toplumun tüketim toplumu olması ve hâkim kültürün ise tüketim kültürü olmasıdır. Bu noktada tüketim kültürü; ''çoğu tüketicinin, faydacı olmayan statü arama, ilgi arama ve yenilik peşinde koşma özellikleri aracılığla ilginç ürün ve hizmetleri talep ettiği ve sergilediği bir kültürün adı" olarak ifade edilebilir (Özcan, 2007: 137).

Bu acıdan Baudrillard ifade edilen kültürü postmodern bir kültür şeklinde tanımlamakta ve bu kültürde "gelenekselliğin kaybolduğunu, yerini çok kültürlülüğe bıraktığını ve farklılığın ön plana çıkarıldığını" dile getirmiştir (Sarup, 1997: 237). Lefebvre'nin (1998: 218) de ifade ettiği gibi, bizim kültür, "ahlakçılık, estetizm ve teknoloji ideolojisi içinde bölünmekte, parçalanmaktadır." Bu sebeple, tüketim kültürünün gerçek toplumsal kültür olması bu açıdan da imkânsız olmaktadır.

2.1.2. Tüketim Kültürünü Yaygınlaştıran Faktörler

Tüketim kültürününün yaygınlaşması çeşitli faktörlere bağlanabilir. Williams (1976)'a göre, *"tüketme teriminin en erken kullanımları tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek"* manalarındadır. Bundan dolayı israf, fazlalaık ve harcama olarak tüketimin kapitalist topluluklarda kontrol edilmesi ve oryantasyonun sağlanması gereken bir eylem olduğu belirtilmektedir (Featherstone, 1996: 49). Çünkü insanlar yaradılıştaki diğer yaşayan canlılar gibi hayat süresince sürekli tüketme eğilimindedirler. Fakat, diğer canlılar yaşamaya devam edebilmek için tüketim yapmaktadır. Oysaki bireyler tatmin duygusu için, duygusal boşluğu doldurmak için yani psikolojik ve sosyal ihtiyaçları gidermek içinde tüketim yaparlar (Bakır ve Çelik, 2013: 47).

Bu tüketim olgusu incelenirken, tüketim isteğinin nasıl meydana geldiği veya oluşturulduğu da dikkate değer meselelerdendir. Tüketim olgusu tarih boyunca tartışılan bir meseledir. Değer yargılarından ayrılmadığı için tüketim, birbirleriyle rekabet içindeki değerlerin ve ideolojilerin kavga ortamı olmuştur. Kapitalizm ile birlikte tüketim kültüründe ihtiyaçların sınırı olmamaktadır. Bu açıdan tüketim toplumu, tüketim faaliyetinin ahlaki vaziyetini görmezden geldiğinden tüketim kavramı, farklı manalara da gelmiştir. Bir açıdan da bu olgu kültürel değerlerden, sembollerden ve imajlardan ayrılmadığından mekanik bir süreç şeklinde ilerlemektedir. Harcama mantığı olarak ürünler ve hizmetler, tüketimin sürekliliğini ve devamlılığını sağlayabilmek amacıyla psikolojide bazı gösterge ve sembollerle tüketicilere pazarlandığı anlaşılmaktadır. Böylelikle tüketim ile beraber istekler

arasında bir bağlantı meydana gelmekte ve *"ürünlerin, kişilik tipleriyle özdeşleştirilerek sunulması aile içi rollerin ve çevredeki rol modellerin yerine çeşitli kimliklerin, yaşam biçimlerinin ve boş zaman değerlendirme biçimlerinin tüketim olgusu üzerinden biçimlendirilmeye"* çalışıldığı anlaşılmaktadır (Öztürk, 2013: 152-153).

Günümüzde ise bireylerin harcama yaparak kendini ifade ettiği mallar, birtakım imajlar meydana getirerek tüketime yönlendirme amacı gütmektedir. Bundan dolayı da kişiler, içinde yaşadıkları toplumun değerlerine çeşitli simgelerle entegre olurlar. Buna paralel olarak söz konusu değerlerle satışa sunulan ürünlerin arasında güçlü bir bağ varmış gibi yansıtılmaktadır. Bu sebeble tüketim kendi düşünce tarzını meydana getirmektedir (Mengü, 2005: 155). Hatta bu noktada tüketimi yapılan malların ve deneyimlerin önceden paketlenmiş, planlanmış, yaratılmış ve bireylerde görülmesi amaçlanan reaksiyona göre kodlandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca fiziksel anlamda aktif olmayan tüketiciler, mental olarak da son derece meşgul olmaktadır. Sembolik ve hayal ürünü bir boyuta ulaşan harcama olgusu, bireylerde bir motivasyon kaynağı olmuştur (Bocock, 2005: 57-58). Böylece kişiler üretim yerine harcama odaklı programlanmış olmaktadır.

Diğer yandan postmodern Baudrillard (2015: 95) tüketim toplumunu; tüketimin öğrenilmesi ve ulusal olarak alıştırılma şeklinde adlandırmaktadır. Tüketim toplumunun genel yapısı sürekli yeni ihtiyaçlar hissetmek ve alışveriş zevkinin günlük rutin hayattaki memnuniyetsizlik, mutlu olmama durumu ve gerilimlere ilaç olarak geleceği duygusunun sanılmasıdır (Kaban, 2014: 43).

Bu günlerde tüketim alışkanlıkları, Postmodern teori perspektifinde bakıldığında her davranış bir tüketim eylemi sayılmaktadır. Üretim odaklı modernizm, yerini harcama eğilimli postmodernizme teslim etmiştir. Sosyal hayattan eğitime, inançlara, sanata, sağlığa ve hatta ölüme kadar birçok olgu tüketimle ilişkilendirilmekte ve bu durum postmodernistlerce kolayca benimsenmektedir (Odabaşı, 2004: 78-79).

Ayrıca postmodern tüketim kavramında maddi olan ve maddi olmayan ürünler haricindeki ürünlerin sanal olması, başlangıçta bir çeşit imge yaratmak, sonrasında ise onu somutlaştırmasıyla ilgili olmaktadır. Mal ve hizmetlerin çeşitli türevleri, ürünlerin işlevlerinden ziyade tüketiciler açısından basitçe tercih edilebilecek şekilde yaratılmaktadır. (Babacan ve Onat, 2002: 15).

Bu noktada Türkiye, aktif piyasa ekonomisine geçişle birlikte, tüketim kültürü kavramını tanımıştır. 1980 li yıllarda ismi geçen tüketim kültürü kavramı 1990' lı yıllarda ivme kazanarak önemli bir düşünce tarzı haline gelmiştir. 2000' lı yıllarda ise bireyler kendilerini ifade ederken tüketim üzerinden adlandırmalar yapar hale gelmiştir (Mumcu, 2006).

Daha sonra tüketim, modern toplumlarda sosyal statü ve kimliğin bir indikatörü haline gelmiştir. Bu hususta öncelikle genç nesiller, yığın iletişim araçları aracılığıyla tüketicilere teslim edilen ürünlerden ve hizmetlerden en fazla etkisi altında kalan toplumsal kesim olmuştur. Tüketim kapitalist sistemin en önemli unsurlarındandır. Bu sistemin sürebilmesi için mal ve hizmetin çeşitliliği ve sürekli tüketimi çok önemlidir. Bu açıdan da tüketimi devamlı artırmak ve canlı tutmak amacıyla çeşitli faaliyetler yapılmıştır. Tüketim kültürünü yaygınlaştıran faktörlere bakıldığında "şehirleşme, teknolojik gelişme, moda, yığın iletişim araçları, reklamlar, popülarite, alışveriş mekânları" gibi tüketim kültürünü yaygınlaştıran faktörler göze çarpmaktadır (https://www.cekud.org.tr/wp-content/uploads/gazete/gazete-mart-2016.pdf).

Teknolojik Gelişme

Tüketimi yaygınlaştıran faktörlerin başında "Teknoloji" gelmektedir. Bu açıdan da bilgi önemli olmakta ve en ilkel toplumlarda dahi teknolojiyi biçimlendiren bir bilgi yapısı gerekli hale gelmektedir. Bu bilgiyle de sahip olunan teknolojiyle de gerek ilkel toplumlarda ve gerekse bugünün toplumlarında kontrol edilebilirlik önemli olmaktadır (Özkalp, 1994: 639)

Ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde teknoloji önemli yere sahiptir. II. Dünya savaşından sonra bir ülkenin gelişme seviyesi için değişik alanlarda teknolojik gelişme önem arz etmiştir. Üretim süreçlerinde yer alan alet, araç, gereç ve makinaların değişmesi ile üretilen mal sayısı değişmiş, insanların maddi çevresini değiştirmek ve denetlemek daha kolay gelmiştir. Belirli bir kullanım değeri üretilmek için gerekli olan yöntem ve tekniklerin hepsi teknoloji kavramı, klasiklere göre zanaatın durumu, Schumpter'e göre müteşebbis ile birlikte iktisadi gelişme ve Marx'a göre ise gelişme motoru olarak ele alınmıştır.

1960-70 sonrasında Güney Kore Joponya gibi Asya ülkelerin kitlesel ürün marketinde kayda değer yeni teknolojilerin ortaya çıkmasının payı büyüktür (Aslanoğlu, 1998: 88).

Günümüzde teknoloji, üretimin artmasında ve kaynakların dönüştürülmesinde etkilidir. Ürünün teslim sürecini belirlemektedir. Bu sayede verimliliğin iyileşmesiyle yoğun emek gücü ile daha fazla ürün üretimi yapılmış olacaktır. Bu hususta kişilerin üretim gerçekleşirken harcayacağı zamanı kendilerine vakit ayırmaya imkan tanımış olup kalan zamanlarda tüketme faaliyetine yoğunlaşıldığı için tüketimi arttırmıştır. Kısaca son günlerde tüketim faktörü teknoloji ile temini kolay, ulaşılabilir bir araç haline gelmiştir (Ritzer, 2000: 56).

Teknolojinin hızla ilerlemesinden kaynaklı makineleşme ortaya çıkmış, makineleşme ise çevre sorunlarını ortaya çıkartmıştır. Tüketim anlayışına özeleştiride bulunmaya ihtiyacımız vardır. Ekolojik ayak izinde bahsedildiği gibi gelişmekte olan ülkelerde daha çok rastlanan çevre problemlerin önüne geçilmek için alternatif ve temiz teknolojiye yönelmek zorunlu hale gelmektedir. Örneğin son zamanlarda yaşanan müsilaj doğaya, insana ciddi pronlemler yaratmaktadır. Denizlerde son zamanlarda sıkça karşılaşılan deniz tükürüğü/salyası olarak bilinen müsilaj oluşmasının sebebleri çeşitlidir. Bu sebeblerden bir kaçını incelemek gerekirse en önemli iki başlıktan birincisi iklim değişikliği ikincisi ise çevre kirliliğidir. Denizlerdeki kirliliğin artmasından mütevellit azot ve fosfatı arttırmış artan azot ve

fosfat nedeniyle ise su ısı derecesi artmış ve müsailaja sebeb olmuştur. Bu mikroorganizmalar oldukça zehirli olması sebebiyle denizdeki canlılara ve dolaylı yoldan insana zarar vermektedir. İçinden çıkılamayacak büyük problemler yaratılmadan önce ele alınarak çözüm üretilmelidir. Bu hususta yapacağımız şeyler gelecek nesiller için görev ve sorumluluğumuzdur. Çünkü biz doğayı atamızdan miras olarak değil torunlarımızdan emanet aldığımızı unutmamız gerekir.

Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları tüketim kültürünün yaygınlaşmasında " bilginin üretimi ve dağıtımıyla ilgilenen, kültürü kitleleştirerek bireylere sunan yeni bir sosyal kurum" olarak bilinmektedir. Bu şekilde yayılan ürünler ve kültür içinde yaşanılan toplumun kültürüyle de uyumlu olması gerekmektedir. Buna göre etkili iletişim ise tüketicilerin toplumsal değerlerine elverişli mesajlarla olmaktadır (Zorlu, 2006: 194).

1980'li yıllarda medya ve iletişim araçları özellikle tüketicilere ulaşımı kolaylaştırdığı için tüketim açısından daha çok benimsenmiştir. Kültür ve toplum gereksinimler ve beklentiler perspektifinde değişimi sağlamada ve meşrulaştırmada bu araçlar önemli olmaktadır (Düzgün, 2004: 152).

Günümüz dünyasında gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerdeki bireyler kitle iletişim araçlarını kullanmakta ve etkisine maruz kalmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile kitle iletişim araçları çeşitlilik kazanmıştır. Medyanın aktif olarak kullanılması ile bireysel alışkanlıklar değişmiştir. Başka bir deyişle medya insanları tüketen nesneler haline dönüştüren, bağımlılık yaratıcı boyutlarla sınamaktadır. Bireyler ihtiyaçlarının oluşması ile medya etkisinde kalarak o ürünü tercih etmeye başlamıştır. İhtiyaçmış gibi gösterilen reklamların bireylerin tüketim davranışını etkilemektedir.

İhtiyaçların manipülasyonu ekonomik sistem tarafından dayatılan ihtiyaç duyar hale getirme gücü olarak benimsenir. Reklam tüketim toplumunda modern hoşnutsuzlukları kullanıp ve bunların üstesinden gelerek yeni istekler oluşturmaya

çalıştığı iddia edilir. Üretim sürecindeki değerleri yansıtmaya çalışan remlamcılık tüketimi etkiler. (Lodziak 2003: 40)

Kentleşme

Kentleşme sanayileşmeyle birlikte tarımda daha büyük çiftliklerin oluşmaya başlaması ve kente göç edilmeye başlanmasıyla hızlanmıştır. Bu durum kentsel alanlarda komplike yapılanmaların meydana gelmesine sebebiyet vermiştir. Sanayileşmeyle birlikte kentte ekonomik faaliyetlere önemin artmasının sebebi siyasi, askeri ve dini önemini kaybetmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Sanayi devrimi ile teorik gelişmeleri de beraberinde getirmiş ve kentsel düzenlemelerin olmasına olanak sağlamıştır. Sanayi devriminin gelmesi ile ticaret gelişmiş ve insanlar ihtiyaçlarını gidermek amacıyla farklı yerlere gitmek zorunda kalmamıştır. Ürünlerin toplu olarak tanıtıldığı yerlerde birden fazla mal ve hizmete ulaşmışlardır (Aydemir, 2007:287).

Moda

Modanın tüketim kültürünün yaygınlaşmasında bir önceki kuşağın tarzını değiştirirek yeniden tasarlamakta ve yaşam tarzlarının değişmesine olanak sağlamaktadır. Üretimde yenileşmeyle gelişimini yeni sağlayan ekonominin içinde olan aile bireyleri ve kadınlar daha önce ev içerisinde ürettikleri ürünleri piyasadan elde etmiş ve tüketim kültürünün gelişmesinde etkili bir unsur olduğunu göstermiştir (Onur, 2004: 18).

Tüketim, tüketicilerin ihtiyaçları ve motivasyonu, değerleri, durumları ve ilgili duygusal süreçler gibi çeşitli aktörlere bağlıdır, bu nedenle insanların neden tükettiğini açık bir şekilde cevaplamak zordur.

Moda her zaman huzursuz davranma özelliğine sahiptir; tamamen yeni bir şey yaratmak veya eski kalıpları görünmeyen bir şekilde sunmak ister. Moda 20. Yüzyılda

dahada hızlanmış insanların tüketim yaparken dikkat ettiği bir olgu haline gelmiştir. Genellikle moda denilince bireylerin aklına ilk kıyafet giyim gelmektedir. Oysa modanın içeriği müzik, ev, dekorasyon, resim, edebiyat hatta iş uygulamaları olarak tanımlanabilir. Bireyler illa modayı takip etmek zorunda değildir ancak diğer kişilerden etikendikleri için farkında olmadan bile modayı hayatlarının ödenmli noktasına koyabilirler.

Reklâmlar

Reklam, tüketim kültürü açısından değerlendirildiğinde, başkalarına çeşitli imkânlarla görsel açıdan bir ürünün tanıtılmasıdır. Üretilen hizmetlerin ve ürünlerin farklı kitlelere ulaşımını sağlayarak çeşitli satış promosyonları sayesinde yeni taleplerin oluşmasına da yardımcı olmaktadır. Ekonominin bel kemiği olan tüketiciyi ürünler hakkında bilgi sahibi yapmak ve etkilemek için şirketlerin kar maksimizasyonunu sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Reklam; yanlış gerçekçi olmayan ürünleri yüksek fiyattan gereksiz tüketimi motive etmektedir. Çağımızda reklamlar, geçmişte kullanılan bilgi ve yöntemlerin yetersiz kaldığı, tüketicilerin hem enerjilerinden hem de zamanlarından tasarruf edecekleri belirtilerek, yarışma, haber ve dizi gibi programların aralarında mütemadiyen gösterilmektedir (Kırdar, 2012: 37).

Ekonominin büyümesi için tüketicinin satın alma gücünün artması ile bağlantılıdır. Ürünlerin satışını satılabilir hale getirmek için tasarlanmış ticari kitle iletişim araçlarından biri reklamdır.

Alış-Veriş Mekânları

Tüketim mekanları olarak “moda, pazarlama teknikleri ve reklâmlar” kişilerin ürün alma eğilimlerini etkilemekte, satın alınan ürün ya da hizmetin gösterildiği alanlar da alışveriş sürecine katkı sağlamaktadır. Ürünlerin ve hizmetlerin piyasaya sunulmasında toplumun modern olması veya tarım ile uğraşması farklılık

oluşturmuştur. Tarım ile uğraşan insanların pazaryeri ihtiyaçlarını karşılayabiliyorken, şehirde yaşayan tüketicilerin alışveriş ihtiyaçlarını için tercih ettikleri, aynı zamanda vakit geçirebilecekleri eğlence merkezleri bulunmaktadır.

Günümüzde tüketim kültürünün etkileşimi açısından, büyük çaplı alışveriş merkezlerindeki ürünler için bir pazarlık yapılmamaktadır. Aynı zamanda tüketici ile üretici arasındaki ilişkiler en aza indiğinden ürünü almak zorunda da kalmamaktadır. Günümüz toplumlarında bu büyük mağazalar rekabet de oluşturmaktadır. Bütün ürünlerin bulunabileceği alışveriş alanları ve mağazalar insanların tüketim alışkanlıklarını daha hızlı hale getirerek tüketimi yaygınlaştırmaktadır. İnsanlar kendi istekleri etrafında söz konusu alanlarda özgür kalabilmektedir (Chaney, 1999: 29).

2.1.3. Tüketimi Etkileyen Faktörler

2.1.3.1. Ekonomik Faktörler

2.1.3.1.1. Gelir

Kişinin sabit bir zaman içerisinde dahil olduğu üretim faaliyetlerine binaen aldığı mal ve hizmetlerin genelini gelir durumu anlamına gelir (Pekin, 2005: 21). Ayrıca kişinin geliri ve harcama şeklini de tespit eden bir unsurdur. Bu noktada gelirin artması, tüketim imkanlarını artırarak yararlanılan malların özelliklerinin artmasını sağlamaktadır. Bunun sonucunda da piyasa yeni mallarla tanışmış olmaktadır (Baudrillard, 2015: 69).

Kişilerin ve hanehalkının harcama, bütçe ve tasarruf enstrümanları için en önemli unsur gelir durumudur. Toplumun gelir paylaşımı, kişilerin toplumsal statülerini tespit etmekle kalmayıp, kişilerin tüketimdeki kültürünün netlemesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Öksüz, Enis, 1980: 36).

Tüketim giderlerini tetikleyen etkenler il eilgili ortaya konulan teoriler, geliri yüksek grupların hanehalklarının az gelir gruplarındakilere oranla daha çok harcadıklarını göstermektedir. Kişinin bulunduğu sınıf ile olmayı arzuladığı sınıf arasındaki farkın ortadan kalkması istenilen tüketim ayarını gerçekleştirebilecek düzeydeki tasarruf oranına bağlı olmaktadır. Olması gereken düzeyde tasarrufun doyum noktasına ulaşmasıyla, hayat tarzında değişiklik arzusu, marjinal tüketimi de tetiklemektedir (Eke, Beglü, 1987: 423- 424).

Keynes'in Mutlak Gelir Hipotezinde gelir kavramının açıklamasında, cari dönemde ede edilen gelir olarak adlandırılmıştır. Hipotezde savunulan görüşe göre; tüketimin artması gelirin artması ile bağlantılıdır. Ancak tüketim oransal olarak değerlendirildiğinde gelirdeki artıştan daha düşük olması beklenmemektedir. Friedman ise Sürekli Gelir Hipotezinde sürekli sağlanan gelir ve geçici süreli gelir ayrımına yer vermiştir. Modern tüketim teorisine bakıldığında Sürekli Gelir Hipotezinde ortaya çıkan çıkarımlara göre şekillendiği görülmektedir. Sürekli Gelir Hipotezine Rasyonel Beklentiler'in de içine katılarak tekrar değerlendirilmesiyle gelir ve tüketim arasındaki bağlantıların farklı açıdan yorumlanmasını sağlamıştır. Hall'in Rasyonel Beklentiler – Sürekli Gelir Hipotezi'ne bakıldığında kişiler tüketim planlarında öngörülemeyen durumların ortaya çıkmasıyla değişiklikler gerçekleştirebilmektedir. Bununla birlikte kişiler tüketim planlarında geliri etkileyen beklenen durumların gerçekleşmesi halinde halinde, herhangi bir değişime ihtiyaç duymazlar (Ünsal, 2009: 438-439). Literatürde tasarrufun rassal yürüyüşü hipotez düşüncelerine 2 adet temel anlamda eleştiri getirilmiştir. İlk eleştiri, gelirdeki ansızın yaşanan değişimlerin kişi tüketimlerini değiştiremeyeceğine dair ampirik çalışmalara yer verilen "aşırı düzleştirme (excessive straightening)" hipotezi, bir diğeri ise, gelirde olması beklenen değişimlerin tüketime de etki ettiğini savunan ampirik gözlem '' aşırı düzleştirme (excessive straightening) '' hipotezidir (Çolak ve Öztürkler, 2012: 5). Hall'un çalışmalarından sonra gelirde yaşanan artışın aslında tüketimde yaşanan artış ile bir bağlantısı olduğu düşüncesine ulaşılmıştır (Caroll 2001: 36). Pistaferri'ye göre ise, gelirde yaşanan değişimlerin tasarruf ve tüketim kalemleri üzerinde etkisinin tek tek test edilmesinin kolay olmadığı şeklindedir. Asıl sorunun kaynağı tüketici

konumundaki unsurun sürekli ve geçici süreli gelir arasında bir ayrım yapılabiliyor iken, ekonometrist olan kişilerin henüz bu ayrıma varamamasıdır (Pistaferri, 2001:4).

2.1.3.1.2. Gelir Dağılımı

Üretilmiş olan milli gelirin, hane halkları, kişi, bölgeler ya da toplum grupları arasında yaşanan ülkede belirli bir zaman diliminde bölüşülmesi gelir dağılımı olarak tanımlanabilir (Çalışkan, 2010: 92). Tüketimi tetikleyen diğer bir etken olan gelir dağılımına bakıldığında, gelir seviyesinden sonra tüketimdeki etkisi çok olan etkenlerden biridir. Orantısız gelir skalasındaki gelir değerlendirildiğinde; çok küçük bir grubun büyük tasarruflu geliri bulunmaktadır. Geliri çok olanlar az gelirli kişilere kıyasla daha fazla tasarruf etme düşüncesindedir. Özetle bu şekilde bir gelir dağılımında tüketimin, harcanabilir gelirdeki payı az olmuş olacaktır. Bununla birlikte eşit olan gelir dağılımına bakıldığında ise fazla gelirli kişilerin gelir seviyeleri bir öncekine oranla daha düşük seviyede olacak ve tüketimin harcanabilir gelirdeki payı artmış olacaktır (Çavdar, 1972).

Gelir dağılımının tüketim üzerindeki etkisini ortaya koymak istenirse tüketicilerin marjinal tüketim davranışlarının birbibirnden farklı olması durumuna bakılması gerekir. Gelir dağılımının tüketime etkisi sıfır olabilmesi için bütün tüketicilerin marjinal tüketim davranışlarının birbirleri ile aynı yani eşit olması gerekirdi. Fakat bahsi geçen eşitlik söz konusu olmadığı için gelir transferi yoluyla gelirin yeniden dağıtılması, tüketim harcamalarını marjinal tüketim eğilimi fazla tüketiciler lehine arttıracaktır (Bakırcı, 1999: 81-82). Keynesyen görüşün temel psikolojik yasasına göre, yüksek geliri olan insanların marjnal tüketim eğilimi, daha düşük gelirli olan insanların marjinal tüketim eğiliminden daha küçük olacaktır. Dolayısıyla yüksek gelirli gruplar gelir dağılımı adaletsizliğinde daha fazla tasarruf yapabiliyorken, düşük gelirli gruplar daha az tasarruf yapabiliyor hale gelecektir.

Tarı ve Pehlivanoğlu çalışmalarında, farklı gelir gruplarındaki tüketim harcaması önceliklerini incelemişlerdir. Yapılan çalışmaların ışığında, düşük gelire sahip grupların tüketim kalemleri ihtiyaç maddelerine yönelirken, üst gelire sahip grupların ise harcamalar ağırlıklı olarak kültür ve sağlık harcamalarına yöneldiği görülmektedir (Tarı ve Pehlivanoğlu, 2007: 208). Maaboudi ve Fotros, İran da Lorenz eğrisi ve spesifik konsantrasyon eğrisi yöntemleri ile yaptığı çalışmalarında tüketim harcamalarında ve gelir dağılımındaki eşitsizlik arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Ulaşılan sonuçlara değerlendirildiğinde; gelir dağılımında görülen eşitsizliğin tüketimde görülen eşitsizlikten daha hızlı bir büyüme gösterdiği gözlemlenmiştir. Sonuç olarak gelirdeki eşitsizlik büyük bir artış, tüketimdeki eşitsizlik ise küçük bir artışa sebep olmaktadır. Tüketim harcamalarındaki eşitsizliklerin aslında, gelir dağılımındaki eşitsizliklerin sonucu olduğuna ulaşılmıştır. (Fotros ve Maaboudi, 2010: 11-12).

2.1.3.1.3. Servet

Servet, tüketimi etkileyen potansiyeli ile iktisadi tahlil içinde Pigou gibi önemli iktisatçıların hatırı sayılır bir yer tuttuğu anlaşılmaktadır. Şimdilerde reel bir tüketim durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmalarda servet, genellikle gelirin ifade edilmesinde önemli etken olarak yer aldığı görülmektedir. Toplam servet kalemlerinin beraber değerlendirilmesi imkân dahilinde olması "likit servet ve dayanıklı tüketim malları stoku " şeklinde sadece tespit edilen bir servet kaleminin dikkate alınması etkisinin incelenmesi de yapılabilmektedir (Uluatam, 1993).

Daha fazla servete sahip kişinin aynı kullanılabilir gelire sahip olsalar dahi diğer her şeyin sabit kalması ve değişmemesi durumunda serveti daha az olan başka bireye oranla daha çok tüketmesi demektir. Servetin gidere olan etkisine bakıldığında tüketicilerin harcamaları ve tasarrufları ile alakalı kararlarını ne şekilde aldıklarıyla çok alakalı bir iktisadi model olarak değerlendirilen, yaşam boyu gelir hipotezi aracılığıyla ifade edilmektedir (Krugman ve Wells, 2011).

2.1.3.1.4. Faiz Haddi

Faiz oranları arttığında, bireyin cari tasarruflarını iyileştirmesi halinde, ilerki süreçte tüketiminin çoğalması imkân dahilindedir. Cari dönemde ortaya konan tasarrufun getirdiği reel faiz aracılığıyla, bireyin iki dönemi tüketimi artırmış olmaktadır. Özetle birey, tüketimini diğer döneme bırakmaktadır. Ayrıca bu durum ikame etkisi şeklinde de ifade edilmektedir. Faiz parametreleriyle oluşan küçük bir artış, alacaklının cari dönem giderinde azalma meydana gelmeden ileride süreç harcamasında artış oluşturacaktır. Ayrıca bu durum pozitif gelir etkisi olarak da tanımlanmaktadır. Özetle gelir etkisi, "borç durumundaki kiilerin faiz oranlarında oluşan farklılaşmalarla birlikte mali hallerin farklılaşması durumudur. Bu durum pozitif olduğunda, birey zenginleşeceğinden tüketim durumu da artış göstermektedir. Negatif anlamda gelir etkisinde ise tasarrufların artması yönünde bir etki ortaya koymaktadır (Paya, 1997).

Faiz olarak tarif edilen olgu, tasarruf sahiplerine, birikimlerini belirlenmiş bir oran karşılığında emanet olarak vermeleri halinde ödenmesi gereken bedel olarak açıklanabilir. Klasik anlamda iktisadi düşünce yapısı incelendiğinde faiz tanımı, insanların tüketimlerinden taviz vererek ya da erteleyerek elde ettikleri mükafat olarak da tanımlanabilir. Buna göre zamanın neden olduğu risk-kazanç faktörü ile bireyi bugün yapacağı tüketimden vazgeçirip tasarrufa yönelmesini sağlamaktadır. Faiz oranları arttığında emanet olarak almanın maliyetlerinin de yükseleceği için tüketim olarak yapılacak harcamaların azalması beklenecek ve böylece harcama yapmayarak tasarruf elde edilmesi mükâfatı arttığı için kişilerin yapacakları tasarruf tutarını artırarak tüketim harcamalarını da erteleyeceklerdir (Case vd, 2012: 496). Faiz haddindeki değişimler toplam harcanabilecek geliri, harcanabilecek gelir de kişilerim tüketim ve tasarrufları arasındaki dağılımlar üzerinde etkisi olmaktadır (Gürler vd, 2018: 221). Faiz oranları değerlendirildiğinde tüketim üzerindeki üç etkisinden bahsedilebilir. Bunlar gelir üzerindeki etkileri, ikame üzerindeki etkileri ve servet üzerindeki etkileridir. İkame etkisinde, faiz oranlarında yaşanan değişim mal ile hizmetlerin cari dönem ve ileriki dönemlerde göreli fiyatlarını farklılaştırdığı için

günümüzdeki tüketim miktarları üzerinde etkili olmasıdır. Genel olarak ikame etkisi aslında belirli olmayan bir şekilde tüketim seçimlerinde etkisini göstermektedir; başka bir deyişle ifade etmek gerekirse, faiz oranlarında yaşanan artış cari dönem tüketiminin maliyetinin artmasına neden olmakta ve böylelikle cari dönemde yapılacak tüketimi düşürmekte, faiz oranlarının düşmesine bağlı olarak da cari dönemdeki tüketimlerde artışın ortaya çıktığı görülmektedir (Hviid ve Kuchler, 2017: 3). Faiz oranlarında artış yaşanması varlıktan elde edilen kazançların da artmasına sebep olması nedeniyle gelirin toplamında da artışa yol açıp tüketimde farklılıklar yaşanması gelir etkisi olarak ifade edilir (Demirezen, 2015: 18). Gelir, hanedeki halkın net olarak ödünç ve ya emanet veren pozisyonunda yer alması bir başka ifade ile tasarruflarını kazançlı finansal piyasalarda değerlendirmesiyle, faiz oranlarında yaşanan artış, hayat boyunca kişinin gelirinin artmasına sebep olmakta ve söz konusu durum tüketimin artmasına sebebiyet verirken tasarrufun miktarsal olarak azaltmasına neden olmaktadır (Campbell ve Mankiw, 1989: 206). Tüketim ve faiz ilişkisini açıklamaya yönelik yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde genel anlamda bu söz konusu ikili arasında bir negatif ilişkiye dikkat çekilmektedir. Tüketimin artmasıyla faiz oranlarında da bir azalma görülmektedir (Reinhart ve Vegh, 1994:369). Bunu yanında; Kandil ve Mirzae çalışmalarına bakıldığında tüketim ile faiz oranı arasında var olan ilişkinin döngüsel bir yapıya bağlı olduğu savunulmuştur. Buna göre, faiz oranındaki yaşanması beklenen artış, önemli miktarda kullanılan dayanıklı malların tüketimini ve genel anlamda da toplam tüketimin azalmasına yol açar. Faizlerde yaşanacak beklenmeyen artış ise özel tüketimi harcamalarının büyük ölçüde azalmasına neden olmaktadır (Kandil ve Mirzae, 2011: 337).

2.1.3.1.5. Fiyatlar ve Para Aldanması

Sürece bakıldığında bir yüz yıl kadar önce, para teorisinde sabit denilen model günümüz açısından paranın miktar teorisi şeklinde ifade edilen "klasik dikotomi" doktrini şeklinde ifade edilebilir. Klasik dikotominin manasına bakıldığında "göreli fiyatlar vb. reel büyüklüklerin, mutlak fiyatlar gibi nominal büyüklüklerden etkilenmeksizin ayrı olarak belirlendiğini ileri süren bir teori" olarak bilinmektedir.

Sonrasında on dokuzuncu yüzyıl bitiminde Irving Fisher statik klasik dikotomi modelinin geliştirilmiş bir versiyonunu kullanmış ve "Fisher Denklemi" şeklinde tanınan ve paranın miktar teorisini faiz oranlarıyla bağdaştıran daha genel ve dinamik bir teori ortaya koymuştur. Bu teorinin temelinde anlaşılması oldukça güç bir kavram olan "paranın değer kazanması" ("appreciation of money") bulunmaktadır (Irving, 1896: 35).

Sonrasında yine Richard Dusansky ve Peter Kalman (1974) mikro-parasal ölçekte ortaya koydukları analizde talep fonksiyonunun para yanılsamasından ayrı olması amacıyla fayda fonksiyonunun para ve fiyatlar farklılıklarına göre sıfırıncı dereceden homojen olan standart şartın dahi lüzumlu olmadığını ifade etmişlerdir. Aksine, *"para ve mal fiyatlarının hedef fonksiyonda yer aldığı ferdi fayda maksimizasyonunun genel bir neoklasik mikro-parasal modelinde para yanılsamasından bağımsız talep fonksiyonlarının varlığına ilişkin genel koşullar"* oluşmuştur (Leontief, 1936: 196). Ayrıca bu modelde, edinilen yanılsamasız talep durumlarının "test edilebilirliğine yönelik" görüşlerin aksine Clower ve Riley standart süreklilik varsayımının sonucu olan geleneksel değer teorisinin "Hicksian simetrik koşullarını" ortaya koymaktadır. Özetle Dusansky ve Kalman'ın kullandığı yarar fonksiyonu simetrik manasında katı kısıtlamalar ortaya koymaktadır (Dusansky & Kalman, 1974: 192).

Para aldanmasının geleneksel teorisi'ne ya da diğer bir ismiyle homojenlik postülası'na yönelik talep fonksiyonlarının para aldanmasından özgür bir şekilde ihtiyaç duyulan ve kafi şartta, m ve p değişkenlerine göre sıfırıncı dereceden homojen fayda fonksiyonlarından türetildiği anlaşılmaktaır. İktisatçılar "para aldanması" olgusunu adlandırırken değişik ifadelerle izah edilmektedir (Palgrave, 1987: 519).

Bireylerin ahlak normları açısından yapılan iktisadi çalışmalar konunun para aldanmasıyla yakından ilintili olduğunu göstermektedir. Kahneman, Knetsch ve Thaler'in bir tarafından ortaya konan bir çalışmada *"stoklarında yerel tüketicilere aylarca yetecek fıstık ezmesi bulunduran bir bakkal dükkânı sahibinin davranışına*

yönelik tüketici düşünceleri alınmıştır. Buna göre bakkal dükkânı sahibi fıstık ezmesinin toptan satış fiyatlarının arttığı haberini alır almaz cari stoklarındaki fıstık ezmesi fiyatlarını ivedi bir şekilde artırdığı" anlaşılmaktadır. Bu noktada Bakkal dükkânı işletmecisi sattığı malları raflara tekrar yerleştirmek amacıyla ikâme maliyetini hesaplayıp elindeki stokların kıymetini cari fiyatlarla korumuş olmaktadır. Fakat anket katılımcılannm %79'u bakkalın önceki stoklardaki fıstık ezmelerini zamlı yeni fiyattan satmasını "adaletsiz" kabul etmişler. Katılımcılann kâr marjını hesaplarken kullandıkları yöntem reel farklılıklardan çok nominal farklar meydana getirdiği için bakkalın bu hareketi fahiş fiyat uygulaması şeklinde kabul edilmiştir ve haksız kazanç elde ettiği kabul edilmiştir. Bakkalın reel kârının değişmediği gerçeği katılımcıların çoğunluğunu haklı göstermektedir (Shafir, Diamond & Tversky, 1997: 364).

2.1.3.1.6 Tekonolojik Gelişme

İlkel topluluklarda tüketme eyleminin, çoğunlukla, yalnızca zorunlu ihtiyaçların giderilmesi şeklinde gerçekleştiği gözlenmiştir. Tüketim, fordist zamanda endüstriyel gelişmeler sonucu seri üretim yöntemleri ile standart duruma gelmiştir. Bu zaman diliminde, topluluk halinde tüketme eylemleri başlamasıyla tüketim kültürünün doğuşu gerçekleşmiştir. Bireylerde, kitle iletişim araçlarının etkisiyle tüketme arzusu desteklenmiş ve bireyler tüketime yönlendirilmiştir. 20. Yüzyılda teknolojik gelişmelerin artması ve buna bağlı olarak reklamcılık sektörü gelişmiş olup sosyal medya meydana gelmiştir.

Modern zamanlarla birlikte tüketme eylemi, zorunlu ihtiyaçların dışında imaj kazanımı, statü sahibi olma, gösteriş yaparak edinilen ilgiden haz alma şeklinde sembolik tüketime dönüşmüştür. Günümüze gelindiğinde ise sosyal medya kanalları bu durumun gelişmesi için elverişli bir ortam haline gelmiştir. Örneğin Instagram, Twitter gibi uygulamalarda yeni bir meslek olarak 'influencer' kavramı ortaya çıkmıştır. Dilimize 'Etkileyici Pazarlama' olarak çevrilebilen influencing, kitle

etkileme gücü bulunan ünlülerin, ürün yerleşim tekniği ile tanıtım ve pazarlama yaptıkları bir sosyal medya pazarıdır. (Ünlü,Filan 2021)

2.1.3.1.7 İhtiyati Tasarruf ve Risk

Tasarruf, kelime anlamı olarak, literatürde, kullanabilir gelirin harcanmayan kısmı olarak açıklanır. Gelecekteki belirsizliğin bir risk olduğunu düşünen bireyler, kazandıkları gelirin bir kısmını biriktirerek sonraki dönemlerde oluşabilecek hastalık, afet, işsiz kalma gibi sıra dışı harcama kalemlerine karşı kendilerini güvende hissetmek adına tasarruf yapmak isterler. Fisher'in Zamanlar Arası Tercih Teorisi'ne göre, kişi, gelirini bugünkü ve gelecek zamanlarda yapacağı harcamalara göre paylaştırmaktadır. Bireyler tüketim yapacakları zaman faiz oranlarını göz önünde bulundurarak, gelecekteki tüketim miktarını arttırabilmek amacıyla bugünkü harcamalarından tasarruf etmek isterler. Modigliani ve Brumberg'in Yaşam Döngüsü Tüketim Hipotezi'ne göre, bireyler tüketimlerini sürekli hale getirmek için her dönemde elde ettikleri gelirleri kullanmak yerine bu gelirlerden hareketle tüketim ve tasarruf arasında bir seçim yaparlar. Bu hipoteze göre kişi, çalışamadığı veya emekli olduğu zamanlarda gerçekleştirecek olduğu tüketim için mevcut dönemde tasarruf eder. Friedman'ın Sürekli Gelir Hipotezi'ne göre ise mevcut gelirde gerçekleşen geçici süreli değişiklikler, bireyleri, tasarruf yapma eğilimine sokar. Modern Tüketim Teorisi ise tüketici bireylerin tasarruf kararları, ihtiyati tasarruf güdüsü ile değerlendirilir. Belirsizlik etkisiyle tüketim eğiliminde bulunan bireyler ihtiyatlı davranarak riskten kaçınmak isterler. Bu durum, mevcut tüketimin azalmasına neden olurken, bireylerin tüketim azaltma yöntemiyle belirsizlikten korunma isteği, ihtiyati tasarruf olarak adlandırılır (Lugilde vd, 2017:20). İhtiyati tasarruf güdüsü, piyasanın düzensiz işlemesinden kaynaklanan riskin sebep olduğu gelir belirsizliğinden hareketle, tüketicilerin tasarruf eğilimlerini inceler. Kişilerin tüketimine etki eden ve risk barından faktörlerin ilki, bireyin çalışmasına bağlı olan emek gelirinin belirsiz oluşu, ikincisi sağlığını kaybetme riski veya servetin tabi olduğu diğer hayatsal risklerdir. Örneğin, sağlık riski, kişinin kazanç faktörlerini, yaşam süresinin uzunluğu ve buna bağlı olarak tüketme ya da tasarruf etme kararlarını etkiler (Ercolani, 2016:4)

2.1.3.2. Sosyo-Kültürel Faktörler

Sosyo-kültürel etkenler, bireylerin tüketim hareketleri ile gerçekleştirdikleri harcamalarını büyük oranda etkilemektedir. Bireyin yaşam şekli, tutum ve karakter tarzını belirleyen sosyo-kültürel faktörler arasında, aile yapısı, sosyal konum ve örnek gruplar ile kültürel etkiler bulunmaktadır.

Aile, kişilerin tüketim eğilimde olan davranışlarının çocukluk döneminde oluşturulduğu yerdir. Çocuklarına gerçek gereksinimlerini ve buna bağlı tüketme davranışlarını öğretme hususunda etkin rol oynayan yetişkin bireylerin, kendi tüketim hareketleri ile çocukların tüketim alışkanlıklarını önceden oluşturmaya başladıkları anlaşılmaktadır. Aileler, tüketme eğilimi ile ilgili olguların elde edilmesi ve buna bağlı olarak sonraki dönemlerde kişide oluşacak düşünce ve davranış kalıplarının oluşması için zemin hazırlamaktadırlar (Babaoğul ve Şener, 2007).

Her toplumun bir sosyal konum sınıflandırması vardır. Her bir sınıfın mevcut bireyleri, benzer olguları ve belirli bir sosyal seviyeyi paylaşmaktadırlar. Bir sosyal konum sınıflandırması katılımcıları, aynı tüketme eğilimlerine sahip olmayı isterler. Kişilerin içinde bulunduğu sosyal konum, boş zamanlarını değerlendirme şekillerini, sahip olmak istedikleri hizmet ve ürünleri, katıldıkları organizasyonları ve bir takım ürünlere olan ilgilerini etkilediği anlaşılmaktadır (Noel,2009).

2.2. Gelir Kavramına Yönelik Yaklaşımlar

İktisadın en popüler konularından biri olan harcanabilir kişisel gelir ve tüketim eğiliminin arasındaki ilişki ile tasarruf düzeyini anlamaya çalışmaktır. İktisat politika yapıcıları, politika belirleme ve karar verme sürecinde gelir ile tüketim arasındaki ilişkinin bilinmesi tasarruf düzeyinin tahmin edilebilmesi için çok önemlidir. (Tarı, Kalkavan, Bayraktar, 2006,1)

Bireylerin sahip olduğu gelirin tüketime ve tasarrufa ayıracağı kısmını incelemek mikro iktisadın alanıdır. Ancak makro iktisadi perspektiften bakıldığında tüketim kavramı çok önemlidir.

Tüketim harcamaları çoğu ülkede Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın en büyük oranını oluşturmaktadır. Tüketici harcamaları çoğu ülke ekonomisinde harcamaların %50 ila %70'ini oluşturmaktadır. Muellbauer ve Lattimore'un (1994: 292)

Klein ve Goldberger'in (1955) ''*An Econometric Model for the United States''* ufuk açıcı çalışmasından bu yana tüm makroekonomik model oluşturma çabalarının kilit bir unsuru olmuştur. Bu nedenle, bir ekonomide tüketici davranışlarını anlamak için insanların nasıl harcama yaptığını araştırmak önemlidir.

Makroekonominin başlangıcından bu yana tüketim kavramı ile ilgili birçok teori ortaya atılmış ve bu teorilerle de tüketim davranışlarının belirleyen faktörlerin ne olduğu üzerine tartışılmış ve hipotezler oluşturulmuştur.

Modern tüketim araştırmasını anlamak için temel tüketim modellerini gözden geçirmeye ihtiyaç vardır. Bu modeller; 1936 yılında Keynes "in savunduğu Mutlak Gelir Hipotezi (AIH), 1949 yılında Duesenberry" nin savunduğu Nispi Gelir Hipotezi (RIH), 1949 yılında Modigliani "nin savunduğu Yaşam Boyu Gelir Hipotezi (LCH), 1957 yılında ise Friedman" ın savunduğu Sürekli Gelir Hipotezi (PIH).

Bu bölümde günümüze kadar gelen altı tüketim hipotezi işlenecek olup sıralama açısında literatürde yer aldığı zamana göre işlenecektir. İstisna olarak Zamanlar Arası Tüketim modeli tarih olarak Keynesten önce yer almasına ragmen teori uygunluğu nedeniyle Yaşam Boyu Gelir Hipotezinin öncesinde anlatılacaktır.

2.2.1. Mutlak Gelir Hipotezi

Hem makro açıdan hem de mikro açıdan en fazla tartışılan konulardan biri de tüketim konusudur.

Tüketim fonksiyonu topluma, yaşa, eğitme, inanca, gelire, aileden gelen tüketim anlayışına ve beklentilere göre değişebilir.

1930 yılından önce klasik iktisatçılar tüketim faktörünü faiz ile incelemişler ve piyasa faiz oranı ile tüketim harcamalarını birbiriyle zıt yönde hareket ettiğini savunmaktadır.

Yani hanehalkı tüketimi azaltmak istemesinin sebebi faiz oranı arttığında hanehalkı gelirin coğunluğunu tasarrufa ayırmasından kaynaklanmaktadır. Tersi olması durumunda faiz düşer ise hanehalkı harcama miktarını arttırarak tasarruf edemeyeceğini savunmuşlardır.

Toplam tüketim fonksiyonu üzerine araştırmanın Keynes'in Genel Teorisi ile başladığı düşünülmektedir, ancak Ramsey (1928) ve Fischer'in (1930) daha önceki mükemmel çalışmalarını göz ardı etmemiz gerekir. O zamandan beri tüketim, sayısız teorik ve ampirik çalışmanın konusu olmuştur. Zamanının diğer birçok iktisatçısı gibi, yöntemleri tüketim teorisinin temel ilkesini gösterdiği için ne matematiksel teori ne de ayrıntılı ekonometri içermemektedir.

Keynesyen teoride tüketim ile gelirin mutlak değeri arasında ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Bu ilişki ‘’ General Theory’’ adlı 1936 yılında yayınlanan kitabında tüketim konusu işlenmiştir.

Keynese göre fertlerin tüketim davranışlarını etkileyen ana ilke o yıl içerisinde elde etmiş olduğu gelirleridir.

Cari gelirin temel alınmasından kaynaklı tüketim eğrisini analiz etmek mümkündür. Çünkü uzun dönem tüketim ve analiz incelemek yerine cari dönem geliri baz alınacaktır.

DPI olarakta bilinen harcanabilir kişisel gelir bir bireyin veya hanehalkının gelir vergileri düşüldükten sonra kalan ve biriktirilebilen para miktarı olarak adlandırılır.

Fertlerin tüketim tercihlerini tespit eden ana etmenlerden bir tanesi harcanabilir kişisel gelirdir. DPI ve tüketim harcamaları benzer eğilimde hareket etmesi beklenir. (Atalay, 2018: 42)

Keynes'e göre bir iktisadi fail, kural olarak ve ortalama olarak, geliri arttıkça tüketimini artırma eğilimindedir, ancak gelirindeki artış kadar değil.

Keynese göre bireylerin harcanabilir kişisel geliri arttıkça tüketim hareketlerini de arttırma eğilimindedir. Fakat beklenen gelir artışından tüketim artışı daha az artacak yani gelir seviyesi yükseldikçe ortalama tüketim davranışlarının azalacağı düşünülmektedir. Gelir ve tüketim arasındaki ilişki üzerine yaptığı çalışmasında, gelirin tüketimin tek belirleyicisi olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır. (Tsenkwo, 2011).

Keynes, yarar maksimizasyonu açısından teorisine hiçbir temel vermemiştir. Temel psikolojik yasadan hareketle bir tüketicinin neden varsaydığı şekilde davranacağına dair herhangi bir değerlendirme yapmamıştır. Rasyonel seçim teorisi yerine Keynes, "insan doğası bilgisine" güvenmektedir. Moreso, varsayımına sayısal veriler kullanarak herhangi bir destek vermedi, bunun yerine "deneyimin ayrıntılı gerçeklerinden" destek topladığını iddia etmiştir. Keynes, tüketim teorisini makroekonomik aşamanın odağında tutarken, kuramının mikro temellerini bulmak için gelecek nesil iktisatçılara bırakmıştır. Keynes ayrıca, yeni icat edilen milli gelir ve modelinin doğrulanması veya çürütülmesi için ürün istatistikleri üzerinde

toplanmaları için ortaya çıkan ekonometri alanındaki öncülere ilham vermiştir. (Parker, 2010:9).

İktisat politikalarında Keynes, fertlerin tasarruf hareketlerinin gerçek gelirine bağlı olduğu için tasarruf davranışı lüks bir davranış olarak adlandırılır. Daha yüksek gelire sahip fertler, daha düşük gelirli fertlere göre daha çok tasarruf etmektedir. (Göle, 1993: 54)

Keynes, bir kural olarak hanehalklarının, geliri arttıkça üretilen mal ve hizmetlerin daha fazlasını tüketerek faydalarını arttırdığını varsaymaktadır. Toplam talebin bu ana birleşeniyle refahlarını arttırırlar. Bu nedenle, toplam tüketim fonksiyonun olası belirleyicileri, iktisat literatüründe yoğun bir şekilde analiz edilmiştir. Literatürde farklı tüketim teorileri de vardır. Ancak tüm ekonomide tüketim davranışlarını açıklayabilecek bir tüketim teorisi yoktur.

Bu hipotezde Keynes'in tüketim önermesinin ardından iktisatçılar, onun varsayımlarının olabilirliğini denemek amacıyla çok fazla araştırma yapmışlardır. İlk araştırmalarda, Keynes'in tüketim işlevinin dayanağını meydana getiren üç esas kuramın olabilirliği teyit edilmiştir. Keynesyen tüketim fonksiyonu erken başarılar elde ettiği halde çok geçmeden bazı anormal durumlar meydana gelmiştir. Bu anormallikler, Keynes'in "gelir arttıkça ortalama tüketim eğiliminin azaldığını" ortaya koyan varsayımıyla alakalı olmaktadır (Mankiw, 2010).

Keynesyen tüketim fonksiyonu, Mutlak Gelir Hipotezi 'ne dayalı olarak, tüketim toplsmı net gelirin, sabit fakat doğrusal olmayan bir fonksiyonudur,

$$Ct = \alpha + \beta Yt$$

burada Ct ve Yt, sırasıyla t zamanında toplam kişisel tüketim harcamalarını ve toplam harcanabilir geliri (gerçek değerleri) belirtir. β, marjinal tüketim eğiliminin (MPC) sabit ve pozitif olması ancak birlikten çok olmaması umulur,bu nedenle geliri fazla

olan bireyler daha fazla tüketime sebeb olur. Tüketimin özerk bileşeni α'nın küçük ama pozitif olduğu varsayılır. Temel kanunun varsayımlarını yakalayarak, mutlak gelir hipotezi şu önemli özelliklere sahiptir:

(1) Tüketim harcamalarının, gelirdeki artış veya azalışla, ancak orantısız olarak artması veya azalması durumudur. Bu orantısız tüketim fonksiyonu, kısa vadede ortalama tüketme eğiliminin (APC) MPC'den daha büyük olduğunu ima eder: APC> MPC, bunun nedeni, kısa vadede özerk tüketimin gelirle değişmemesi, uzun dönem ufkunda, servet ve gelir arttıkça tüketim de artmasıdır.

(2) Harcanabilir kişisel gelir ile tüketim arasında bir ilişki olduğunu ancak artan gelir kadar tüketimin artmayacağını, tüketim eğilimi değerinin 0 dan büyük olacağını fakat birden küçük olacağını savunmaktadır.

(3) Harcanabilir gelirin tüketimi etkilediği faizin ise belirleyici rol almadığını savunur.

İlk teori olan MPC < APC' nin kabul görmesi ve nihayetinde APC ' nin gelir seviyesi arttıkça azalma meydana gelmesi, durgunluk teorisinin 1940 senesinde doğmasına neden olmuştur. Tüketim bu şekilde devam ederse, gelir seviyesi yükseldikçe tüketim isteğinin gelire oranı azalmış olacaktır. Büyümesini devam ettiren bir ülke Mutlak Gelir Hipotezi'nin etkisi altında iken ekonomik ortamda C/Y oranı devamlı şekilde azalacaktır. Ekonominin talep azalması durumuyla karışılaşması sebebiyle ekonomide durağanlık meydana gelecektir (Branson, 1995).

Bu noktada tüketim giderlerinin tespitinde, "Mutlak Gelir Hipotezi"nin kabul edilebilirliğini test eden birçok araştırma ortaya konulmuştur. Bunlardan biri de 1946 yılında Simon Kuznets'in araştırmasıdır. 1869 ve 1938 senelerini içine alan tüketim fonksiyonun tahmin edebilmek üzere çalışma yapmıştır (Ackley, 1961).

Bunun sonucunda Kuznets, araştırdığı bu dönemde gelirde ortaya çıkan kayda değer farklılaşmalara karşın tüketim faktörünün gelire oranının, on yıldan on yıla ciddi oranda istikrarlı meydana geldiğini bulmuştur. Bu açıdan da Keynes'in tahminlerinin kısa sürede serileriyle hanehalkı verilerini temel alan araştırmalarda sebep mantıklı olduğundan, uzun zaman serileri araştırıldığında bu kuramların niçin hükümsüz olduğu denilebilir (Mankiw, 2010).

2.2.2. Nisbi Gelir Hipotezi

Friedman'ın kalıcı geliri ve Modigliani ve Brumberg'in yaşam döngüsü hipotezleri, son elli yıldır tüketim teorisine hakim olmuştur. Başlangıçta umut vaat eden ancak daha sonra çağdaş mikro iktisattan neredeyse hiçbir iz bırakmadan yok olmuş olsada, 1950'lerde ve 1960'larda önemli bir etki yaratan başka teori, Duesenberry'nin (1948, 1949) nispi gelir tüketim teorisidir. (Parker, 2010:11).

Nispi Gelir Hipotezine göre tüketim belirleyicileri olarak iki unsur üzerinde durulmuştur.

- Bireylerin bulundukları statü ve mevkileri
- Geçmiş dönemde elde ettikleri en yüksek gelir düzeyleri

Bir bireyin belirli bir tüketim seviyesinden elde ettiği memnuniyetin, mutlak seviyesinden ziyade toplumdaki nispi büyüklüğüne (örneğin ortalama tüketime göre) bağlı olduğunu belirtir. Psikologlar ve sosyologlar tarafından uzun zamandır kabul edilen, yani bireylerin statüyü önemsediği bir varsayıma dayanmaktadır (Kockesen, n.d. syf 153).

İkinci duruma göre bireylerin tüketimi sadece kendi gelirleriyle değil, aynı zamanda diğer bireylerin gelirlerine bağlı olduğunu, ayrıca ‘’sosyo –psikolojik kavramlar’’ ve ‘’sosyal çevreden etilenmenin’’ tüketici kararlarını etkilediğini savunmuştur. (Özdurak, 2018; 230)

Hipoteze göre fertlerin geliri artmasa bile tüketim harcamaları artacaktır. Duesenberry, Keynesin tüketim harcamalarını sadece gelirin etkilemesine karşı çıkarak kişilerin içinde bulundukları sosyal çevreden ve sosyal çevrede bulunan kişilerin gelirlerinin artmasının da etkilenebileceği görüşünü savunmuştur.

Arthur Momand adlı Amerikalı bir karikatüristin 1913'te The New York Globe adlı gazetede yayımladığı aynı başlıklı karikatür dizisinden sonra deyim haline gelen '' keeping up with the Joneses'' (... ayak uydurmak) çağımızın en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir ve Duesenberry'nin hipotezini desteklemektedir. Sonuç olarak, bir hane halkının tüketiminin yalnızca kendi mevcut gelir düzeyine değil, aynı zamanda kendisini özdeşleştirdiği nüfusun alt grubundakilere göre gelirine (gösteri etkisi) bağlı olacağını ileri sürmüştür. (Drakopoulos, 2020:10-11)

Hipoteze göre, gelirde belirli bir oranda artış meydana geldiğinde anında ve hızla tüketim artarken, gelir azaldığında anında ve hızla tüketimi azalmamasını ekonomide Mandal Etkisi-Takoz Etkisi- Ratchel etkisi olarak adlandırılmaktadır. Hipoteze göre Takoz etkisinin meydana gelmesi geliri artan bireyin mevcut gelire alışmaları ve ona göre harcama yapmaları, gelir azaldığında ise tüketim davranışlarını değiştirememelerini açıklar.

Hipotezi somut bir örnekle anlatmak gerekirse İstanbul Moda da yaşayan Alpi Bey geliri çevresi kadar yüksek olmamasına rağmen bulunduğu ortam nedeniyle alışkanlıklarından vazgeçememektedir. Alpi bey hipoteze göre geliri arttığında tüketimi hızla artarak o çevrenin tüketim düzeyine ulaşmış olacaktır. (Örneğin lüks bir araç veya kıyafetler alacaktır.)Ancak Alpi Bey geliri azaldığında önceki düşük tüketim harcamalarına geri dönemeyecektir. Yüksek yaşama standartlarına alışmak kolay, düşük yaşama standartlarına uyum sağlaması zor olmasının sebebi yüksek gelir seviyesine alışmasıdır. Hipoteze göre ayrıca gelir istikrarsız olsa bile tüketim harcamaları istikrarlı olacaktır. (Aslan, 2008: 81-82)

Duesenberry'nin ortaya koyduğu "Nispi Gelir Hipotezi" hipotezinin iki farklı açıklaması bulunmaktadır. Fakat ikisi farklı görüş esasında Keynes'in tüketim teorisiyle paraleldir. Bu teorilerin geliştirilmesi ile Keynes gibi, *"gelir-tüketim ilişkisinden hareket etmekte ve ortalama tüketim eğiliminin zaman içerisinde neden düşmediğini"* ortaya koymaktadır (Paya, 1997).

Bunlarla birlikte, bu hipotez tüketicinin sosyo-psikolojik hareketlerine dayanmakta ve kişilerin tüketim davranışlarının ilişkili olması ve bu hareketlerin zaman içinde telafi edilemez olduğu şeklinde iki temel önermeden oluşmaktadır (Singh ve Kumar, 1971).

Ayrıca "Nispi Gelir Hipotezi"nin ilk kuramına bakıldığında, tüketenlerin tüketme direktiflerini yalnızca kullanılabilecek gelir durumlarına göre değil, yaşadıkları ortamın tüketme hareketlerine göre ifade etmektedirler. Bireylerin kullanılabilecek gelirleri fazlalaşınca, tüketim giderleri de anında artış göstermektedir. Böyle olunca bireyler, gelir durumlarında artış elde ettikleri sosyalleşme ortamının tüketim hareketlerini de inceleme fırsatı bulmaktadırlar. Buradan hareketle, ortalama tüketim yönelimi süreç içinde kullanılabilir gelir artışına rağmen değiştirmemektedir (Bocutoğlu, 2011).

Nispi Gelir Hipoteziyle alakalı noksanlıkların birisi de servetin tüketime etkisinin düşünülmemiş olmasıdır. Duesenberry'e göre *"zenci ırkı ve beyaz ırkı ailelerin eşit seviyede gelir grubunda olmalarına rağmen, siyahi hanehalklarının beyaz ırkı ailelere göre fazlasıyla tasarrufta bulunarak, daha düşük ortalama tüketim yönelimine sahip olduklarını"* dile getirmektedir. Başka bir açıdan, "Nispi Gelir Hipotezi" söz konususu grupların tüketim hareketlerindeki değişikliği bünyesindeki sosyal sınıfın bağlantılı gelir dağılımına dayandırmaktadır (Brown, 1988: 176).

2.2.3. Zamanlararası Tüketim Hipotezi

Irving Fisher bu hipotezi ele alırken, 1930'da yayınlanan "The Theory of Interest" adlı araştırmasında modern zamanlar arası seçim teorisini tanıtmıştır. Zamanlar arası kayıtsızlık eğrisi ve zamanlar arası bütçe doğrusu ile cari ve gelecek tüketim ortaklıklarının aktarıldığı ünlü Fisher diyagramı, halen ağırlıklı olarak "mikroekonomi, makroekonomi ve finans" derslerinde kullanılmaktadır. (Thaler, 1997).

Bu bağlamda, Friedman'ın "Kalıcı Gelir Hipotezi ve Modigliani'nin Yaşam Boyu Gelir Hipotezi", tüketimin sadece cari gelire bağlı olmadığını anlamak için Irving Fisher'ın tüketici modeli temel alınmıştır. Tüketicilerin zamanlar arası, yani farklı zaman dilimlerini kapsayan seçimleri nasıl yaptıklarını inceleyen Fisher'in modeli, tüketicilerin "tüketicilerin kısıtlamalarını, seçimlerini ve bu kısıtlamalar ve seçimlerle birlikte tüketicinin tüketim ve tasarruf kararlarına ilişkin tercihlerini" nasıl belirlediklerini inceler. (Mankiw, 2010).

Tüketicilerin ne kadar harcayabileceklerini bütçe kısıtı belirler. Yani, cari dönem tüketim ve gelecek tasarruf miktarına karar verirken günümüz ve ilerki zamanlarda tüketim için “kullanılabilir toplam kaynakları kapsayan zamanlararası bütçe kısıtı”yla karşılaştıkları görülmektedir (Mankiw, 2010).

Sonuç olarak Fisher, analizini sadeleştirmek için “birinci dönem günümüzü, ikinci dönem geleceği” temsil etmek üzere bireylerin hayatının iki dönemden oluştuğunu ifade etmektedir (Sachs ve Larrain, 1993). Fisher modeline bakıldığında tüketiciler, gelir artışının birinci ya da ikinci dönemde meydana gelmesini dikkate almaksızın söz konusu artışı dönemlere yaymaktadır. Bu hareket tüketim düzgünleştirilmesi şeklinde isimlendirilmektedir. Bunun sonucunda dönemler arasında borç alıp borç verebilen tüketici tüketim süresine bağlı bir şekilde gelirin zamanlamasının önemli olmadığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak Keynes’in “bireyin mevcut tüketiminin cari gelire bağlı olduğu fikriyle çelişmektedir (Mankiw, 2010)

2.2.4. Yaşam Boyu Gelir Hipotezi

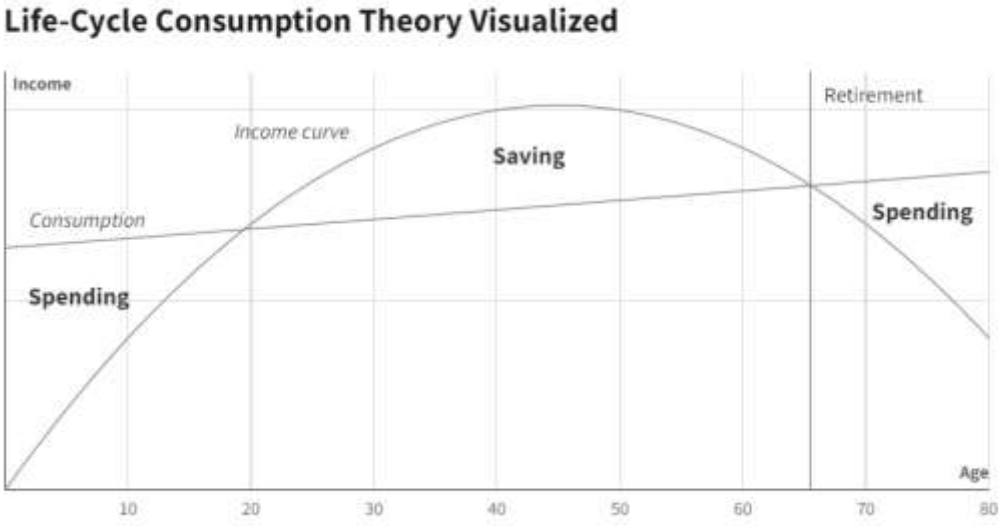
Teori, bireylerin gelirleri düşük olduğunda borçanma yoluyla ve gelirleri yüksek olduğunda ise tasarruf ederek hayatları boyunca tüketimi sabitlemeye çalıştıklarını belirtir. Yaşam boyu gelir hipotezine bakıldığında Franco Modigliani ve öğrencisi Richard Brumberg, Irving Fisher'in "Zamanlararası Tüketim Tercihi"nden esinlenerek 1952 ve 1954 seneleri içerisinde oluşturdukları iki makaleyle bu tezin temellerini atmışlardır (Modigliani, 1986; Deaton, 2005).

Bu hipoteze göre harcama ve tasarruf kararları tüketicinin sadece sahip olduğu kullanılabilir kazanç miktarına göre verebilecek bir karar değildir. Tüketiciler, elverişli kazanç miktarının hangi miktara kadar tüketecekleri ve ne kadarını tasarruf yapacaklarını ifade ederken tahmin edilen yaşam süresi boyunca elde edilecek olan kullanılabilir gelirlerini bütüncül olarak dikkate almaktadırlar. Bireyler seneden seneye dalgalanan farklılaşan bir tüketim kalıbından çok, seneden seneye düzenli bir tüketim formuna sahip olma düşüncesindedirler (Bocutoğlu, 2011).

YBGH, bireylerin gelecekteki gelirlerini dikkate alarak harcamalarını yaşamları boyunca planladıklarını varsayar. Buna göre, gençken borç alırlar, gelecekteki gelirin ödemelerini sağlayacağını varsayarlar. Daha sonra emekli olduklarında tüketim seviyelerini korumak için orta yaşta tasarruf ederler.

Hipoteze göre insanların beklenen uzun vadeli ortalama gelirleriyle tutarlı bir düzeyde para harcayacağını tahmin etmektedir. Beklenen uzun vadeli gelir düzeyi, daha sonra güvenle harcanabilecek "kalıcı" gelir düzeyi olarak düşünülür. Bir işçi, gelecekteki gelir düşüşlerine karşı korunmak için, yalnızca mevcut geliri beklenen kalıcı gelir seviyesinden yüksekse tasarruf edecektir.

Tablo 7.Yaşam Boyu Gelir Hipotezi



https://www.investopedia.com/terms/l/life-cycle-hypothesis.asp (Adam Hayes, Margureita Cheng 2021)

Bir bireyin zaman içindeki harcamalarının bir grafiği yukarıda verilmiştir. Grafik incelendiğinde servet birikiminin genç yaşlarda ve yaşlılık döneminde düşük ve orta yasta yüksek olduğu kambur şekilli bir model ortaya çıktığı gözlemlenmiştir.

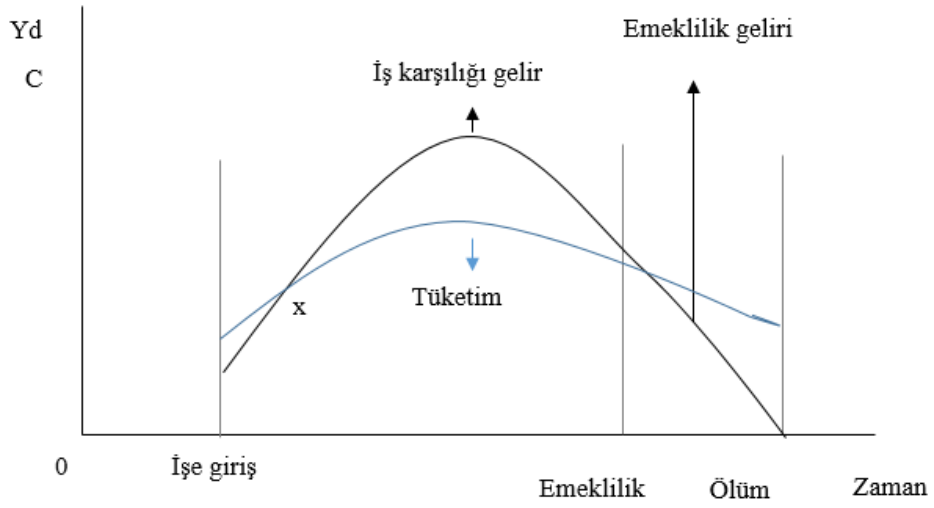
Yaşam Boyu Gelir Hipotezi'nde "bir tüketici, ömür boyu elde ettiği kazancını hayat süreci içerisinde bitirmektedir. Yani, tüketicinin miras alması veya kendine sonraki nesillere miras bırakması söz konusu değildir (Unay, 1999). Bu göre kişiler, ani haller için tedbir, belirsiz durumlar ve emeklilik dönemini garantiye alma gibi nedenlerden ötürü tasarrufta bulunmaktadırlar. Bunlarla birlikte, demografik bir gösterge olan nüfusta yaş dağılımı da tasarruf kararları üzerinde etkilidir. Temsili bir tüketicinin kazanacağı kazanç, hayatın ilk ve son senelerinde az iken orta senelerinde daha yüksektir. Bu çerçevede harcama ve tasarruf üzerinde etkili olan başka etken ise ülkedeki sosyal güvenlik sisteminin ne kadar güçlü olduğudur. Sistemin düzenli

olduğu ülkelerde tüketiciler güven duydukları için emeklilik yıllarında daha az tasarruf yapmayı seçmektedirler (Modigliani ve Brumberg, 1954).

Bunlarla birlikte, yaş olarak daha büyük kişiler, kendilerinden daha genç kişilerle muhatap olduklarında daha kısa hayat süresicine sahip olduklarından daha düşük seviyede tasarruf yapma eğiliminde olup daha fazla harcamada bulunmaktadırlar. Bu sebeple, ekonomide kaynaklar gençlerden yaşlılara doğru eğilim gösterdiğinde sistemde tasarruflara karşılık bir bozukluk meydana gelecektir (Laffer, 1976).

Bu noktada birçok ekonomist, Ando-Modigliani modelinin emeklilik süreçlerinde bireylerin daha fazla olumsuz tasarruf yaptığı noktasına yönelik çalışma ortaya koymuştur. Fakat değerler incelendiğinde, emeklilik dönemlerinde bireylerin modelin öngördüğü ölçüde negatif tasarruf yapmadığını ortaya koymuştur. Bu durumdaki bireylerin ihtiyati tasarruf yapmalarının sebepleri olması gerekenden daha uzun süre yaşama ihtimalinin olması ve bireylerin ilerki süreçte hastalık ve ağır sağlık faturalarını göz önünde bulundurmasıdır (Mankiw, 2010).

Tablo 8. Yaşam Boyu Gelir Hipotezi



Kaynak: Makro Ekonomi, Mahfi Eğilmez

Zaman içerisinde, "Yaşam Boyu Gelir Hipotezi"nin bazı sonuçlarıyla alakalı ampirik araştırmalar yapılarak bu durum ele alınmıştır. Bu noktadaki araştırmalara bakıldığında, emeklilik sürecindeki bireylerin servetlerinin, modelin öngördüğünün aksine hemen aşağı kaymadığını göstermektedir. ABD ve İngiltere'deki çalışmalar, tüketimin bireylerin hayat süresince düzgün olmadığını göstermektedir. Tüketim orta yaş boyunca artış eğiliminde iken emekli olduktan sonra azalış göstermektedir (Sablik, 2016).

Diğer bir çalışmada Deaton ve Paxson (1994), Tayvan'da 1976 ile 1990 senelerinde hanehalkı "gelir ve harcama" anketinden aldığı verilere bakarak tasarrufun oluşmasında "yaşam döngüsü faktörlerinin etki düzeyi, kazanç artışının; gelir, harcama ve tasarruf eğilimini nasıl etkilediği ve Tayvan demografik yapısındaki farklılaşmaların tasarruf davranışı üzerindeki etkileri" gibi faktörler ele alınmıştır. Sonuçlara bakıldığında, orta yaş dönemlerinde bulunan bireylerin, artan ömür beklentisi sebebiyle beklenildiği gibi daha yüksek tasarruf oranlarına sahip oldukları

anlaşılmıştır. Sonrasında bu kişilerin Emeklilik dönemlerinde tasarrufları ise, yaş ile beraber istikrarlı bir şekilde arttığı sonucuna varılmıştır.

Son olarak Butelmann ve Gallego (2001)'nun yaptıkları araştırmada Şili'de 1988 ve 1996-1997 yılları için hanehalkı bütçe anketi uygulanmış ve hanehalkı tasarruf davranışları bu doğrultuda ele alınmıştır. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında "gelir ve eğitim düzeyi hanehalkı tasarruf oranının önemli belirleyicileri" şeklinde tespit edilmiştir. Bunlarla birlikte, hanehalkı gelir ve tüketim harcamalarının paralellik gösterdiği ve yaşlı kişileirn pozitif tasarrufta bulunduğu sonucuna varılmıştır.

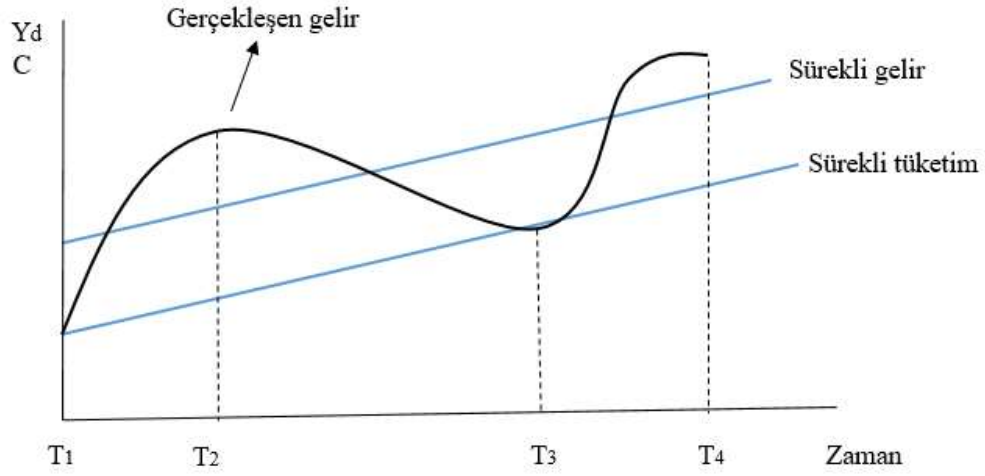
2.2.5. Sürekli Gelir Hipotezi

Milton Friedman 1957 senesinde yayımladığı "A Theory of the Consumption Function" kitabıyla tüketici konumundaki kişilerin durumlarını incelemiş ve Sürekli Gelir Hipotezi'ni geliştirmiştir. Bahsi geçen hipoteze bakıldığında, Modigliani'nin tezi olan Yaşam Boyu Gelir Hipotezine katkı yapıcı özellikte olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, bu hipotezler tüketimin sadece cari gelire bağlı olmadığını savunmuş ve Irvıng Fisher'ın tüketici tezi referans gösterilmiştir. (Mankiw, 2010). 1950'lerde ortaya çıkan birçok tüketim hipotezi bulunmaktadır. Modigliani ve Brumberg e ait Yaşam boyu Gelir Hipotezi gibi bu teori de araştırmalara değerli katkı sağlayan çalışmalardan biridir.

Bu hipotezde insani servet, emeğin önemini ön plana çıkarırken çalışanların tecrübe ve eğitim seviyesi gibi faktörler göz önünde bulundurulmuştur. Bu noktada "fiziki servet tanımında; çalışanlara ait olan araç, toprak ve konut" benzeri varlıklardan oluşurken finansal servet, "tahvil ve hisse senetlerini" ifade etmektedir. Sürekli Gelir Hipotezi'ne göre, beşeri servet, fiziki servet ve finansal servet açısından varlıklı olan bireylerin, yaşamları süresince devamlı gelir beklentileri yüksek olmakta ve harcamaları da yüksek seyretmektedir (Bocutoğlu, 2011).

Bu çerçevede, Yaşam Boyu Gelir Hipotezi'ndeki doğrultuda Friedman'ın hipotezinde de bireylerin mevcut gelir seviyelerinde stabil bir tüketim seviyesine sahip olmayı arzuladıkları için sabitledikleri öngörülmektedir (Branson, 1995).

Tablo 9. Sürekli Gelir Hipotezi Milton Friedman



Kaynak: Makro Ekonomi, Mahfi Eğilmez

Böylece sürekli gelir ve tüketimle alakalı bulgulara ulaşılması meselesi, söz konusu hipoteze yapılan ciddi eleştirilerdendir. Mevcut bulguların kişiler aracılığıyla tespit edilmesi zorlu olduğundan uygulamada tüketiciler, gelir gruplarına göre kategorilendirilmektedir. Kısaca Sürekli Gelir Hipotezi basit şekilde açıklanabilse de, ölçülebilirlik anlamında ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Sıkıntının temel sebebi, hem harcama hem de gelir açısından devalı ve geçici bölümlerin tespit edilmesinde ortaya çıkan güçlüklerdir (Çalışkan, 2003).

Bu noktada Kargı (2014), ülkemizin (2004:01 – 2012:03) yıllarındaki üçer aylık verileri kullanıp gelir ve harcama davranışlarını incelemiştir. Vardığı sonuç ise bireylerin tüketim kararlarını alırken hem mevcut hem de diğer dönem beklenen gelir seviyelerinin etkisinde kaldığıdır.

Wolpin (1982) ise, söz konusu hipotezi sınamak amacıyla Hindistan'da yaşayan 2000'e yakın hane halkının gelir ve harcama istatistiklerini ele almıştır. Söz konusu araştırmaya konu yıllar 1968 – 1971'dir. Bu çalışmanın sonucunda "geçici gelirin tüketimi etkilemediği" düşüncesini pekiştirmiştir. Bu paralelde Kundu ve Mukhopadhya (2011)'nın araştırmalarında, Sri Lanka halkının 1970 – 2007 yıllarında yapmış oldukları harcama ile elde ettikleri gelir verileri kullanılmış ve araştırmanın getirdiği bulgulara göre; sürekli gelir ve harcamanın paralel ilerlediği, Friedman'ın tezine yakın sonuçlar bulunduğu ifade edilmiştir.

2.2.6. Rassal Yürüme Hipotezi

Finans alanyazınına bakıldığında uzun seneler görüş bildirmeye açık konu olan lakin halen görüş birliğinin oluşmadığı, etkin piyasa hipotezi esasına göre oluşan fiyat farklılıkları rassal yürüyüş düşüncesinden hareket ettiği görülmektedir. Rassal yürüyüş anlayışının esas anlattığı, var olan bilgi akışının engellenemez olması ve bahsi geçen bilgi ile hisse senetleri fiyatlarına ivedi bir şekilde etkilemesi olarak adlandırılmaktadır. Böylelikle bugün ya da yarın oluşabilecek fiyatlardaki ufak değişim, sadece yarını ilgilendiren haberlerle ilişkilendirileceğinden, bugün olan fiyat değişimleri tamamen bağımsız meydana gelmiş olmaktadır (Malkiel, 2003: 59).

Bu açıdan bakıldığında da hisse senedine yönelik açıklanan fiyatlar rassal bir zamanı desteklediğinde, piyasada var olan oyuncular getirilerle, tarihsel fiyat farklılıklarının nasıl ilerleyeceğini tahmin edemeyerek, o zamandaki hisse senedine yönelik fiyatı, yani gerçek değeri ortaya koymamaktadır. Fama'nın düşüncesine göre, (1965: 56) "Borsa Fiyatlarında Rassal Yürüyüş" isimli projesinde rassal yürüyüş teorisinin etkin kullanılan bir piyasa için önemini ifade etmiş ve etkin olarak kullanılan piyasayı, birer birer menkul kıymetlerin ilerdeki değerinin nasıl olacağını tahmin ederek, kar maksimizasyonu hedefiyle bir çok sayıda rasyonel yatırımcının birbiriyle rekabet ettiğini ve güncel gerekli bilgilerin bütün katılımcıların eline kolar şekilde geçebilen bir piyasa şeklinde adlandırmıştır. 1970 senesindeki bir diğer makalesinde

Fama, üç tip piyasa etkinliğinden söz etmiş ve bunları şöyle ifade etmiştir (Fama, 1970:383):

- Menkul kıymetin geçmiş sürecine yönelik bütün bilgilerin fiyata yansıma durumu ve cılız formdaki piyasa etkinliği,

- Halk ile paylaşılan bütün bilgi ile menkul kıymet tutarına yansıması ve gücü yarım formda piyasa etkinliği,

- Sadece halk ile paylaşılan verilerin değil buna ilaveten şirket içindeki bilgilerin de menkul kıymet tutarına yansımış olması ve güçlü haldeki piyasa etkinliği.

Bu aşamada etkili bir piyasa, fevkalade bir piyasa anlamında olduğu değerlendirilmemelidir (Bildik, 2000: 1). Bu çerçevede etkin piyasa ifadesinin çok daha iyi anlaşılması amacıyla fevkalade sermaye piyasaları kabul şartlarını araştırmak lazımdır. Mükemmel sermaye piyasaları için aranılan nitelikler şöyle maddelendirilebilir (Kıyılar, 1997:9):

- Piyasada bulunan katılımcılar, bütün bilgilere herhangi bir ücret ödemeden ulaşabilmektedir.

- Katılan bireyler gerçekdir ve tercihlerindeki esas dürtü yüksek verim, daha az risk durumudur.

- Katılımcılar piyasadaki işlemleri için herhangi bir masrafa katlanmazlar.

- Piyasada olan bireyler için vergi sistemi pasif durumdadır.

- Çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu, hiçbiri piyasayı etkileyecek kadar büyük olmadığı için etkisi bulunmamaktadır.

- Ayrıştırılabilir özellikte olan tüm finansal varlıklar mevcuttur.

III. BÖLÜM: TÜRKİYE'NİN FİNANSAL AYAK İZİ

3.1. Türkiye'nin Yakın Tarihteki Ekonomik Geçmişi

Türkiye'nin finansal ayak izini incelemeden önce Türkiye de uygulanan ekonomi politikaları, enflasyon, işsizlik, dolar kuru, cari açık, dışa açıklık, GSYİH gibi kavramlar üzerinde duracağım. Hane halklarının davranış analizlerini daha iyi anlayabilmek adına ülkedeki gelişmeleri açıklamaya çalışacağım.

1980 yılında Türkiye de köylü ve kent ayrımından kaynaklı gelir bölüşümünde eşitsizlik olduğu gözlemlenmektedir. 1987 yılından sonra ise eşitsizlik nedenleri daha farklı hale gelmiş ve iç ticaret durumu tarım aleyhine değişmiş ve tarımda çalışan kişilerin gelir dağılımından daha az yararlanmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte gelir dağılımında ücret ve maaş geliri elde eden orta kesimin elde ettiği gerçek gelirlerinde aşınma ortaya çıkmış olup alt gelir dilimine doğru düşmüştür. (DPT, 2001:2) Tarım gelirlerinde ki düşme ile geçimini sağlayamayan halk köyden kente doğru göç sağlamış ve sonuç olarak gelir dağılımındaki adaletsizlik daha da fazla artmıştır.

Tüketimi etkileyen diğer faktör olan faiz oranlarındaki değişimdir. Yani bireylerin geliri arttıkça tasarruf oranları artacağı gibi faiz oranlarındaki artış ta gelirin artmasına sebep olur. Kamudaki harcamaların finansmanını elde etmek amacıyla gerçekleştirilen yüksek faiz yaklaşımı, tasarrufunu arttıran yüksek gelirli kişilerin daha fazla tasarruf yapmasını sağlar. Örneğin yıllık geliri 50.000-TL olan ve bunun 40.000-TL sini tüketime kalan 10.000-TL sini tasarrufa ayıran kişi %80 tüketimin gelire oranı, %20 tasarrufun gelire oranıdır. Bir kişinin yıllık geliri 100.000-TL'ye yükseldiğini varsayarsak, kişinin tüketim harcamalarının %80 de kalması yani 80.000-TL'ye çıkmasına göre bu oranın biraz gerilemesi ve tasarruf oranının artması daha büyük olasılıktır. Kişiden kişiye ve durumdan duruma göre değişse de bu tüketim seviyesine alışan kişi alışkanlıklarının değişmesi zaman alarak gelirdeki artış daha düşük oranla tüketime yansıyacaktır. Tasarrufunu arttıran birey için faiz oranının artması ile

tasarrufunu arttırma olasılığı çekici hal almaya başlayacaktır. 1987 de Türkiye'de uygulanan faiz politikası, faizlerin ekonomik faaliyetleri olumsuz etkileyecek şekilde yükselmemesini amaçlamıştır. Ayrıca Türk lirası cinsinden yapılan mali tasarrufları arttırmaya yönelik gerçekleşmiştir. Artan enflasyon sebebiyle faiz oranları enflasyonun gerisinde kalmış olup sonrasında 04.02.1988 kararı ile reel olarak negatif faiz oranları arttırılmıştır.

03.01.1986 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının kurulması ile 32 sayılı Karar ve 1989 yılında uygulanmaya başlayan finansal piyasaların serbestleşmesi kararı piyasalar için çok önemli bir adım olmuştur. Tüketiciler açısından önemi ise finansal serbestleşme ile birlikte borçlanma kısıtının azalmasıdır. Böylece zamanlar arası ikame artmakta tüketime düzleştirebilme imkânına sahip olabilmektedir. Finansal olarak serbestleşme ile kredi piyasalarına daha yüksek oranda erişim sağlanacağı için zamanlar arası ikame artacaktır. Ülkemizde, 1990 sonrasında kamu kesiminin mevcut açıklarını finanse edebilmek amacıyla iç borçlanmaya gidilmiştir. Özel Kesimin dışlama etkisi (crowding- out) yaratılmıştır. Özel kesim dilediğinde finansman sağlama imkânı azaltılıp likitide kısıtı denilen olgu ortaya çıkmıştır. Likidite kısıtı ile özellikle düşük gelirli kısım karşı karşıya kalmıştır.

1990'da ise kamu kesiminin borçlanma gereği GSMH ya oranı %7.4 iken 1991'de bu oran % 10.2 yükselmiştir. İç borçlanmanın da artması ile faizler daha da yükselmiştir. Hazine'nin Merkez Bankası'ndan kullandığı krediler bu olumsuz etkileri azaltmak için 05.04.1994 kararı ile kısıtlanmıştır. Enflasyonla mücadele için talep fazlasını azaltarak tüketimi azaltıcı bir etki yaratmak için 06.09.1995 tarihinden itibaren tüketici kredilerine uygulanan Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) kesintisini %6 dan %10 yükseltmiştir. (Erkan, 2004:12) Bu kesinti ile beraber dayanıklı tüketim mallarına olan talepte azalma meydana gelmiştir. 1995 yılında toplam talebi kısmak için uygulanan faiz politikası ile Merkez bankasının gerçekleştirdiği politikalar sayesinde istikrar sağlanması hedeflenmiş ve 1999 yılında reel faiz oranlarının makul bir düzeye düşürmek amaçlanmıştır.

2000 ile 2002 seneleri arasında politika uygulayıcılar ekonomide yapısal sorunların giderilmesini, kaynak dağılımındaki adaletsizliği gidermek için, reel faiz oranlarını düşürmeyi ve enflasyonu düşürmeyi amaçlamıştır. 2001 yılında yaşanan krizlerden sonra ekonominin pozitif etkinliğini arttırmak amacıyla ‘’Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı ‘’ uygulanmış ancak sadece devalüasyonun kontrol altına alınması ile uzun yıllardır süren kronik enflasyon sadece bir yıl içerisinde %63’den %20’ye düşürülmesi aşırı derecede zor olması nedeniyle programın sonuçları ile hedef tutturulamamıştır. Sabit kur rejiminin uygulanmasının piyasalara yol açtığı daraltıcı etkileler giderek arttığı ve faizlerinde artması ile GEGP’ ye son verilerek dalgalı kur rejimine geçilmiştir. Reel gelirde oluşan gerileme ile reel faiz oranlarında meydana gelen artış ve istihdamda daralma, krizin sonuçlarındandır. 2002 yılında ise enflasyonun azalması ile birlikte hazine ihalelerinin faiz oranları düşmüştür

2003 yılında uygulanan maliye politikaları ile para politikalarının etkisiyle ekonomide güven ortamının oluşmasına katkıda bulunulmuştur. Risk priminin düşmesi borçlanmanın kaygılarını azaltmıştır. Gelişmeler perspektifinde uzun vadeli faiz oranlarındaki düşüşe sebep olmuş ve imalat sanayi kapasite kullanım oranında artış meydana gelmiştir. (Erkan, 1994; 21)

2004 yılında özel tüketim harcamalarının ve özel sabit sermaye yatırımlarının yardımı ile yüzde beş büyüme hedeflenmiştir. 2002 yılında sekizinci kalkınma planın devreye sokulması ile özel tüketim harcamalarındaki artış devam etmiştir.

Türkiye’nin 2002-2020 Yılları Arası Harcamalar Yöntemiyle GSMH’ sı (cari Fiyatlarla (Bin TL.) ve Büyüme Hızı (%).

Tablo 10.Türkiyenin Makro Ekonomik Verileri (2002- 2005)

	2002	2003	2004	2005
Büyüme (%)	7.8	9	9.9	7.6
Enflasyon (%)	29.7	18.4	9.4	7.7
Dış Açık (milyar dolar)	-15.7	-22.0	-34.0	-43
Cari açık (milyar dolar)	-1.5	-7.7	-15.7	-23
Dış borç (milyar dolar)	131	145	162	171
İç borç (milyar YTL)	150	194	224	245
İşsizlik (%)	10.3	10.5	10.3	10.3
Kişi başına gelir (Dolar)	2600	3400	4200	5000
Döviz kuru (dolar)	1 648	1 399	1 342	1 348

Kaynak: Tokgöz, 2007 s. 324

Tokgöz' ün oluşturduğu tabloda ensflasyok oranı 2002 ve 2003 yılında çift hanelerden 2004 yılına gelindiğinde tek haneye düşmüştür. Ülkemizdeki ürettiğimiz ve yurt dışına ihraç ettiğimiz ürünlerden ülkemize ithal ettiğimiz ürünlerin fazla olması sebebiyle oluşan cari açık sorunları 2002 yılındayken -1,5 milyar dolarda iken 2005 yılına gelindiğinde -23 milyar dolar seviyelerine çıkmış olup ülkemizin refah seviyesi düşmüştür. Bunun yanı sıra dış borçlanmada artarak 131 milyar dolardan 171 milyar dolara çıkmış ancak iç borçlanma 2002 yılında 150 milyar dolardan 2005 yılında 245 milyar dolara çıktığı için dış borçlanma yerine iç borçlanmaya ağırlık verildiği gözükmektedir. İşsizlik seviyesi 2002 – 2005 yılları arasında aynı seviyelerde izlendiği görülmektedir. Ancak 2004 yılında diğer yıllara nazaran yüksek artış işsizlik seviyesinde artışa sebeb olmaması ithalatın fazla olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Çünkü yerli üreticinin üretimi pahalıya mal olurken ithal girdi daha ucuza ithal edildiği için ithal girdi tercih edilmiş, yerli üreticinin istihdamı arttırma talebni kısmıştır. Döviz kuruna gelirsek 2002 yılında 1.64 seviyelerindeyken 2005

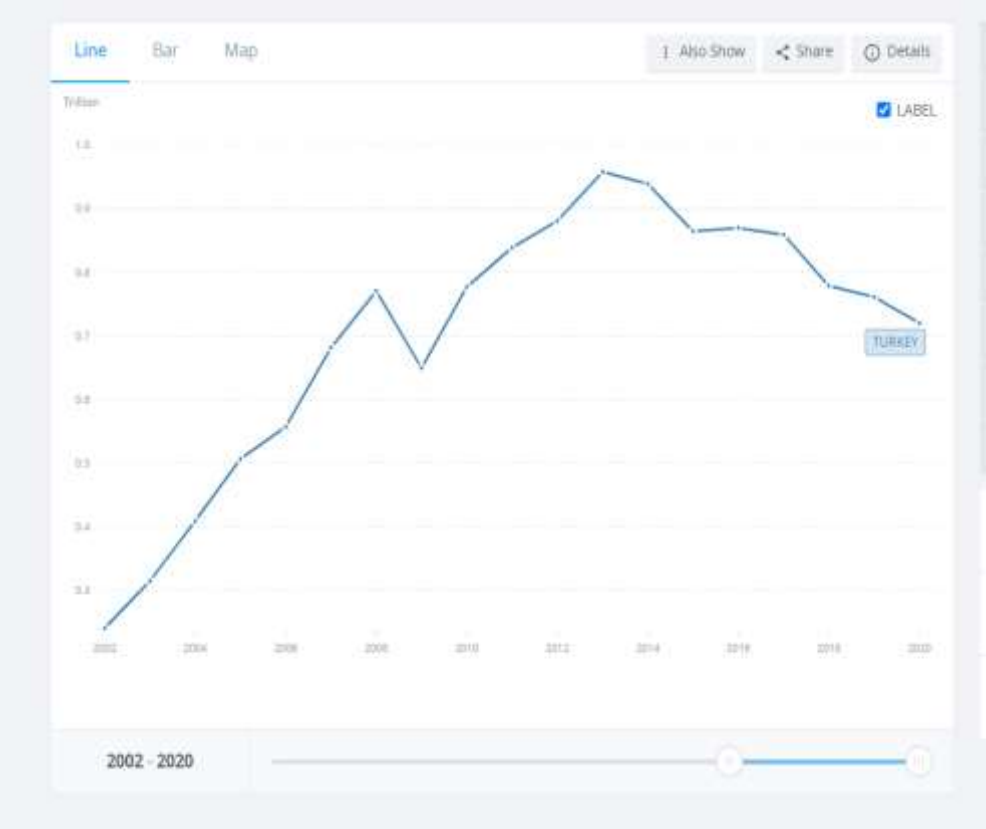
yılına kadar Türk Lirasının değer kazandığını görmekteyiz. Cari açığın artması dış borçlanmanın artmasını TL' nin değer kazanmasına bağlayabiliriz ancak bir çok etmeninde etkisi bulunmaktadır.

Tablo 11. 2002- 2020 Yılları Arasında GSYH ve Büyüme Hızı

YILLAR	GSYH	Büyüme Hızı %
2002	362.109.648	46,4
2003	472.171.775	30,4
2004	582.852.799	23,4
2005	680.275.847	16,7
2006	795.757.109	17,0
2007	887.714.414	11,6
2008	1.002.756.496	13,0
2009	1.006.372.482	0,4
2010	1.167.664.479	16,0
2011	1.404.927.615	20,3
2012	1.581.479.251	12,6
2013	1.823.427.315	15,3
2014	2.054.897.828	12,7
2015	2.350.941.343	14,4
2016	2.626.559.710	11,7
2017	3.133.704.267	19,3
2018	3.758.773.727	19,9
2019	4.317.786.909	14,9
2020	5.046.883.307	16,9

Kaynak: https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=ulusal-hesaplar-113&dil=1 (son erişim tarihi 20.01.2022)

Tablo 12.2002- 2020 Yılları Arasında GSYİH



Kaynak: Work Bank Data

https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2020&locations=TR&start=2002

Yukarıda ki tablo incelendiğinde 2002 yılı 362.109.648 –TL ile %46, 4 büyüme sağlarken 2005 yılına gelindiğinde 680.275.847 –TL %16, 7 büyüme gerçekleşmiştir. 2005 den itibaren 5 yıllık dönemler halinde incelendiğinde, 2005 yılından 2010 yılına gelindiğinde 1.167.664.479 –TL GSYH olmuş ve 5 yılda % 71, 64 artış göstermiştir. 2008 yılında yaşanan kriz sebebiyle büyüme trendine giren Türkiye ilk defa 2009 yılının son çeyreğinde gerelime yaşamış 2009 yılını % 0.4 büyüme ile kapatmıştır. Yaşanan şok ve krizlere karşı devlet politikalar almaya

başlamış ve dalgalı döviz kurunu devam ettirmiştir. Günümüze gelene kadar gelişmekte olan bir ülke olarak büyüme hızımızın devam ettiği gözükmektedir.

Tablo 13.2005-2021 Yılları Arası Enflasyon

Yıllar	Enflasyon	Yıllar	Enflasyon
2005	7,72	2014	8,17
2006	9,65	2015	8,81
2007	8,39	2016	8,53
2008	10,06	2017	11,92
2009	6,53	2018	20,3
2010	6,40	2019	11,84
2011	10,45	2020	14,60
2012	6,16	2021	36,08
2013	7,40		

Kaynak: Tüketici Fiyat Endeksi Tüik

Uzun yıllardır enflasyonun yüksek olması Türkiye'nin en büük problemlerinden biri halie gelmiştir. Piyasa yapıcılar enflasyonu düşürmek için bazı politikalar gitmiş ancak önemli bir sonuç alınamamıştır. Enflasyon 2018 yılına kadar hiç %20 leri görmezken 2021 yılına gelindiğide % 36, 08 seviyesine ulaşmıştır. Yüksek enflasyona sahip ülkelerde kamu oteritesine karşı güvenin azalması ile bireylerde belirsizlik ortamı ve geçim sıkıntısı breyleri yıpratmaktadır. Bireyler çalışması sonucunda elde ettiği gelir seviyesi ile satın alma gücü düştüğü için ya borçlanma yoluna gidecek ya da yaptığı harcamaları kısmak zorunda kalacaktır. Geliri sabit olan bireyler daha da yoksullaşması kaçınılmaz olacaktır.

Tablo 14.2005- 2020 Yılları Arası Döviz Kuru

Yıllar	Döviz Kuru (Dolar)	Yıllar	Döviz Kuru (Dolar)
2005	1,34	2014	2,19
2006	1,43	2015	2,72
2007	1,30	2016	3,02
2008	1,29	2017	3,65
2009	1,55	2018	4,82
2010	1.50	2019	5,67
2011	1,67	2020	7,01
2012	1,79	2021	8,91
2013	1,90		

Kaynak: TCMB Ortalama Dolar Kuru

Yukarıda 2005 dolar kuru 1.34 seviyelerinde iken 2013 yılına gelindiğinde 1.90 ları görerek artış göstermiştir. Ancak 2014 yılından sonra 2 leri aşan dolar kuru yıllar boyunca artmaya devam etmiş ve 2021 Aralık ayında 19 ları görmüştür. 2020lerin başında tüm dünyayı etkileyen Corona virüs sebebiyle tüm dünyada ekonomi durma noktasına gelmiştir. Ülkelerde üretimin durması gelişmekte olan ekonomileri yoğun şekilde etkilemiştir. Türkiye de de etkisi hissedilen pandemi ile birlikte TCBM'nin düşük faiz kuru politikası doların artmasını etkilemiştir. 2021 yılında devletin aldığı karar ile kur korumalı mevduat düzenlenmesine geçilmiş ve bir gecede 19 larda ki dolar kuru 12 lere gerilemiştir. Kur korumalı mevduat hesabı bankalara entegre aşamasında hazine ve TCMB yürüttüğü politikada hane haklarına dövizlerini bozduklarında o vade tarihi geldiğinde dolar kuru artarsa, artan tutarın ödeneceği taahhüt edilerek güven oluşturulduğu için doların yükselme trendi kırılmıştır.

Tablo 15.2005- 2021 Yılları Arası İşsizlik Seviyesi

Yıllar	İşsizlik	Yıllar	İşsizlik
2005	10,6	2014	9,9
2006	10,2	2015	10,3
2007	10,3	2016	10,9
2008	11,0	2017	10,9
2009	14,0	2018	11,0
2010	11,9	2019	13,4
2011	9,8	2020	13,2
2012	9,2	2021	11,7
2013	9,7		

Kaynak: Tüik

İşsizlik seviyesi 2008 ve 2009 yıllarında yaşanan ekonomşk kriz sebebiyle artış göstermiştir. Ancak 2011 yılından sonra uygulanan politikalar ve işsizlikle mücadele yolunda önemli adımlar kaydedilmiştir. Ancak 2015 yılından sonra işsizlik artmaya devam etmiş ve günümüze gelindiğinde özellikle pandemi ile işsizlik işten çıkartılma fabrikaların kapatılması sebebiyle işsizlik artmıştır. Ancak hükümetin pandemi döneminde işten çıkartmanın yasak olması ve anlaşma yapılan şirketlerle ücret paylaşmı yoluna gittiği için aşırı işsizlik artışı olmamıştır.

3.2. Türkiye Hanehalkının Gelir, Tüketim ve Tasarruf Bakımından İncelenmesi

Gayri saf milli hasılanın en önemli bölümünü oluşturan ve refah seviyesinin göstergesi olarak kabul edilen tketim kavramı; hem makroekonomi için hem de mikroekonomi için önemli meseleler arasında gösterilmektedir. Bu konu uluslarası literatürde en çok araştırılan ve en çok üzerine çalışma yapılan konular arasındadır. Teoriler incelendiğinde tüketim ve tasarruf olgularının dinamik olduğunu savunmaktadırlar. Zamanlar arasında ayrımlar oluşturarak tüketimin marjinal faydasıı sabitleme çabalarıdır. Güncel araştırmaların çoğunda kalıcı gelir hipotezinin rasyonel

beklentire bağlı versiyonunu kullanmaktadır. Bunlardan ilki 1978 yılında Hall tarafından bahsedilmiştir. (Cilasun ve Kırdar, 2009: 10).

Bu açıdan da Türkiye ekonomisi için, bilinen manada mikro veriler ile yapılan araştırma sayısı sınırlıdır. Hüseyin Özer 1987 ve 1994 yılları arasında hanehalkının elde ettiği gelir ile hangi harcama gruplarında tüketim yaptığını Türkiye örneğinde incelemiştir. 1987 yılında tüketim eğilimi %78,43 den 1994 yılına gelindiğinde %79,95 lere çıktığı gözlemlenmiştir. Tüketim eğilimi Türkiye genelinde değişmezken kent kır ayrımına bakıldığında kentte azaldığı, kırda ise arttığı ifade edilmiştir. (Özer, 1999:158)

2008 yılında Van Rijckeghem ve Üçer Hanehalkı Bütçe ve Harcama Anketlerini (HBA) kullanarak çalışma meydana getirmiştir. Bu çalışmada Türkiye üzerinde tasarruf eden bireylerin tasarruf oranlarını etkileyen sebebler üzerinde durmuş ayrıca tarasarruf miktarlarının yıllar içerisinde farklılaşma olup olmadığı araştırılmıştır. Diğer bir araştırmada 2008 yılında büyük çaplı araştırmasında Yükseler ve Türkan, hanehalkı bütçe ve araştırma anketleri kullanarak bireylerin gelir ve harcama oranları dikkate alınarak, türlerine göre paylaştırılması ve yüzdesel gelir dilimlerine göre ne harcamalar yaptığı üzerine ayrıntılı araştırma meydana getirmişlerdir.

Bu çerçevedeki bir çalışmada 2005 yılında Duygan 1994 yılında açıklanan HBA verilerini dikkate alarak yaptığı araştırmasında, bireylerin işsiz kalma ihtimaleine karşı dayanıklı mal talebine negatif manada tesir ettiği sonucuna varmıştır. 2006 yılında Duygan aynı verileri kullanrak yaptığı çalışmasında oluşan krizde hane halklarının tğketşm eğilimlerinin ne yönde değiştiğini incelemiştir. Bir diğer açıdan Ömer Limanlı 2006-2009 yılları arasında ülkedeki gelir dilimlerini inceleyerek gelir eşitsziliğine dikkat çekmiştir. Sağlık eğitim gibi değişkenler üzerinde duran Limanlı sağlıklı olmayan bireylerin fazla olduğu grupta gelir yaratmadığı ve gelir eşitsizliğini pozitif yönde etkilediğinden bahsetmiştir. (Ömer Limanlı, 2014: s. 66-68)

3.1.1. Gelir

İktisat literatüründe Keynes ile başlayan ve hala günümüzün en önemli tartışmalardan biri gelir kavramını açıklama ve gelirin etkilerinin tartışılmasıdır. Ayrıca sebeb sonuç ilişkisi ve etkilerinden kaynaklı gelir araştırılırken tüketim tasarruf ve vergilendirme gibi olgularla ayrı ayrı yorumlanıp değerlendirilmesi gereken tarifi güç bir olguya dönüşmektedir. Gelir basit anlamıyla, hanehalkındaki bireylerin tüketme eyleminin miktarını ve seviyesini tespit eden birincil öneme sahip ekonomik parametredir. Bazı iktisat bilimcilerine göre gelir kaynağını üç parça halinde incelemişlerdir. Bunlardan birincisi aktif gelir yani maaş, ücret, bahşiş komisyon şeklindeki ödemelerdir. Bireyin zaman ayırarak, bir işe enerjisini vererek hizmet etmesi ya da üretim yapması sonucu elde edeceği kazanç yani maaş aktif gelir olarak nitelendirilir. Örneğin, bir bakkalda kasiyer olarak çalışıyorsanız, saatlik olarak kazandığınız para, aktif olarak görevleri tamamladığınız ve her vardiya boyunca müşterilerle etkileşim kurduğunuz için aktif veya kazanılmış gelir olarak kabul edilir. Aktif gelirin mantığında zaman ile para takası mevcuttur. Diğer aktif gelir örneklerini sıralamak gerekirse, web tasarımı, yazılım geliştirme, pazarlama, müşteri odaklı hizmet çalışması, grafik tasarım, temizlik, inşaat, öğretim, yöneticilik işi gibi birçok örnek verilebilir. İkinici pasif gelir ise para sizin için çalışır mantığıyla kira ve telif gibi ek gelir kaynaklarından bahsetmektedir. Bir kiralık mülkten, sınırlı ortaklıktan veya aktif olarak dahil olmadığınız diğer işlerden kazanılan paradır. Örneğin, gelişimine katılmadan bir işletmeye yatırım yaparsanız, pasif gelir elde eden sessiz bir yatırımcı olarak kabul edilirsiniz. Pasif gelir akışları, tipik olarak, kârı artırmak ve sürdürmek için önceden bir yatırım ve zaman gerektirir. Bununla birlikte, bunun gibi yatırımlar, sizin açınızdan çok az veya hiç çaba harcamadan gelecekte size düzenli bir gelir akışı sağlayabilir. Bir kaç pasif gelir örneği vermek gerekirse; doğal otamdan uzak kalan insanlar için doğal ortamda bulunan mülk ve ekipman kiralama (bungalov ev, tekne), bağlı kuruluş pazarlamasına katılma, sosyal medyada ‘’affiliate marketing’’ bağlı pazarlama anlamına gelen affiliate ya da işbirliği etiketi olarak sürekli gördüğümüz blog ya da web sitesinde mal satma , bir işletmenin parçası olmak ya da ortak olma, kitap satışlarından telif hakkı alma’dır. Üçüncü olarak portföy geliri ise diğeri arasında riskli olması ile bilinmektedir. Hisse senedi, tahvil ve bono, yabancı

menkul kıymet, coin, eurobond gibi temettü, faiz ve sermaye kazancı sağlayan yatırım araçlarıdır. Örneğin bir şirketin piyasasını takip ederek hissesini düşük fiyattan satın aldıktan sonra hisse arttığında kar sağlayabilmektedir. Bu sermaye kazancı olarak nitelendirildiği için porföy gelirine girmektedir. Bir çok birey, emeklilikte rahat edebilmek adına tasarruf yapmak ister. Tasarruflarını arttırabilmek adına büyük satın alımlar için ekstra para kazanmak için portföy gelirini kullanmaktadır. Portföy gelirini dahada açıklamak adına; bir şirkette hissedar olmak, kitap ve müzik gibi telif haklarına yatırım yapmak, temettü borsasında işlem gören fonları satın almak, zaman içerisinde faiz geliri elde etmek için vadeli mevduat hesabı açtırmak, ya da güvenli bulunan para birimini satın almak gibi örnekler verilebilir.

Kazanılan gelirler hükümet tarafından veriglendirilmektedir. Vergi oranlarını ise kazanılan paranın nerden geldiğine yılda ne kadar kazanıldığına göre değişmektedir. Geleceğe başarılıbir şekilde birikim yapabilmek adına potansiyeli olan finansal riskleri ortadan kaldırmak için vergilerin geliri nasıl etkilediğini anlamak çok önemlidir. Gelir vergilerinden elde edilen gelir, çoğunlukla federal ve eyalet bütçesine bağlı olarak hükümet yatırımlarını finanse etmek için kullanılmaktadır. Yukarıda incelediğimiz üç tür gelir için vergi ödemeye gelince gözönünde bulundurulması gereken faktörler vardır. Aktif gelir vergisi oranları, bir takvim yılında ne kadar para kazanıldığına göre hesaplanmaktadır. Daha düşük maaşlı kişiler, genellikle yüksek gelirli vergi mükelleflerinden daha düşük oranlarda vergilendirilir ve bir ücret artışı olması durumunda vergi oranları zaman içinde değişebilir. Örneğin terfi ve maaş zammı alırsanız, gelir vergisi oranlarınız yıllık maaşınıza ve vergi diliminize göre buna göre artacaktır. Pasif gelir üzerindeki vergi oranları, yatırımlarınızın ne kadar süreyle elde tutulduğuna ve kazanılan kâr miktarına göre değişir. Kısa vadeli yatırımlardan elde edilen sermaye kazançları, genellikle uzun vadeli yatırımlardan daha yüksek oranda vergilendirilir. Örneğin, bir yıl boyunca 6.000 ABD doları üreten bir hisse senedi alıp satarsanız, hisse senedini iki veya üç yıl elinde tuttuğunuzdan daha fazla vergilendirilirsiniz. Potföy gelir vergisini açıklamak gerekirse, portföy geliri veya temettülerden, sermaye kazançlarından veya faizden elde ettiğiniz herhangi bir para, genellikle kazanılan gelirden daha düşük bir oranda vergilendirilir. Portföy geliri, Sosyal Güvenlik veya sağlık vergilerine tabi değildir. Gelir vergisi oranları gibi, borçlu

olduğunuz miktar, her bir gelir akışından yıllık olarak ne kadar para kazandığınıza bağlıdır.

Gelir vergisi kanununa göre gelir çeşitleri ise ticari kazançlar, ücret ve maaşlar, menkul sermaye iratları, serbest meslek kazançları, zirai kazançlar, gayrimenkul kazançları, diğer kazançlar olarak ayrılmıştır. Ticari gelir, bir meslekten, ticaretten, herhangi bir tür imalat veya teşebbüsten, ticaretin doğası gereği bir macera veya endişeden veya kâr amacıyla yürüttüğünüz diğer herhangi bir faaliyetten elde ettiğiniz gelirdir. Maaş geliri, belirli bir süre için verilen hizmetler karşılığında işveren tarafından işçiye ödenen ücrettir. Sabit aralıklarla, yani aylık maaşın on ikide biri aylık olarak ödenir. Menkul sermaye iratlarından kasıt ise ticari, zirai kazanç haricinde elde edilen geliri kar payı, kira geliri, faiz gibi kavramları içermektedir. Zirai kazançlar, bir tarım arazisi üzerindeki veya onunla tanımlanan binalar ve bir bahçecilik arazisinden elde edilen ticari ürünleri içeren kaynaklardan kazanılan veya elde edilen geliri ifade eder. Bazı ülkeler tarımı ve çiftçiyi sübvanse edebilmek için vergi indirimi yapmaktadır. Örneğin birincil gelir kaynağı tarım olan Hindistanda gelir vergisinden muaf tutulmuştur. Türkiye'de ise gelir vergisi kanunun 94. Maddesinin 11. Bendi hasılat üzerinden vergilendirilmektedir.

Ekonomi bilminin araştırmacılarına göre gelir çeşidini iki parça halinde incelerler. Bunlardan ilki para geliri, belirli bir zaman diliminde bireyin kazancı yani bireyin satın alma gücünü ifade eder. Hanehalkı geliri denilince hanedeki tüm bireylerin kazancı yani elde edilen tüm kaynklardan gelen parayı ifade etmektedir. Maaş, komisyon geliri, faiz, üretilen veya sahip olunan ürünü ya da hizmetin satışından elde edilen kazanç, yatırımdan elde edilen gelir, hediyeler, harçlık, devletin ödediği sosyal yardımlar, sigorta tazminatları, aileden kalan miras, emekli aylığı gibi gelirlerde para geliri içerisinde yer alır. Reel yani gerçek gelir ise,

Reel gelir, sınırlı bir sürede kişi ya da ülkelerin enflasyon farkından arındırılmış haliyle ellerine geçen gelir şeklinde ifade edilebilir. Parasal şekilde nitelendirilen bu ifade, aynı zamanda yapılan harcamaların parasal tutarıdır. Söz

konusu harcamaların değerini isabetli olarak ölçebilmek oldukça zordur ve ihtiyaç duyulan veriler çok nadir bulunmaktadır. (Magrabi vd., 1991: 76-77).

Gelir, toplum açısından milli ekonomide yılda bir olarak tekrar ortaya konan değerlerin toplamıdır. Bu da milli gelir şeklinde tanımlanmaktadır. Firmanın geliri ise belirlenmiş süre zarfında özel veya tüzel kişilere yapılan mal ve hizmet satışlarından elde edilen kazançtan üretim maliyetleri arındırılarak hesaplanmaktadır. Hanehalkı geliri, harcanan emek sonrası elde edilen ücret, toprak kirası, sermaye kazancı/faiz ve kâr biçiminde olup söz konusu kazançların farklı kombinasyonları biçiminde de elde edilebilir. Bir başka adlandırmayla gelir, bir bireyin belirli bir dönemin başında ve sonunda eş zenginlikte kalabilmesi amacıyla o dönemde, isterse, tüketebileceği mal ve hizmetlerin toplamına denilmektedir (Üstünel, 1997: 42).

Alman ekonomist Engel, 1857'de Saksonya Krallığının üretim ve harcama şartlarını ele alan bir araştırma yapmıştır. Araştırmada gıda ürünlerine yönelik yapılan harcama ile gelirin ilişkisi incelenmiş ve matematiksel olarak ifade edilmiştir. Engel Yasası olarak bilinen teoriye göre; Kişilerin gelir miktarında yaşanan artışa paralel olarak gıda ürünlerine ayrılan bütçe de artmakta ancak söz konusu harcama tutarının toplam gelir içindeki payı düşmektedir. (Houthakker, 1957: 532).

3.1.2. Tüketim

Toplumların en küçük çekirdeğini oluşturan aile kavramı, sınırlarında olduğu yerin de merkezini meydana getirmektedir. Bu nedenle, tüketim zamanı içinde bulunan aileyi, meydana getirdiği tüketim eylemi sırasında, fazlasıyla bir takım ödevler beklemektedir. Bu noktada çevre, aile için yeteri kadar ve sağlığa uygun besin ile su ve enerjiyi sağlaması gerekir çünkü yaşamlarını devam ettirebilmeleri gerekmektedir. Mesela, "şehir yaşamında, kimyasal temizleyicilerin gereğinden fazla, kırsal hayatta kullanılan suni gübrenin bilgisizce kullanılması ayrıca toprak ve su kalitesini bozduğundan kişinin orta ve uzun sürede daha büyük bir boyutlarda

gereksinim hissedeceği, kendisine ve ailesi için olması gereken yeteri kadar besin üretimini ve de temiz suyun karşılanması zor olmaktadır" (Melson, 1980).

Toplumun çekirdeğini oluşturan aile,bununla birlikte, içinde bulunduğu çevrenin de merkezini meydana getirmektedir. Bu nedenle, tüketim süreci içerisindeki aileyi, tüketimi meydana getirme eylemi sırasında, bir takım sorumluluklar beklemektedir. Bu noktada çevre, yeteri kadar ve sağlığa uygun besin, su ve enerjiyi sağlaması gerekir çünkü yaşamlarını devam ettirebilmeleri gerekmektedir. Mesela, "şehir yaşamında, deterjanların ihtiyactan fazla, kır hayatında suni gübrenin bilgisizce kullanılması, toprak ve su kalitesini bozacağından kişinin orta ve uzun sürede daha büyük bir boyutlarda gereksinim hissedeceği, kendisi için zorunlu olan yeterli besin üretimini ve temiz suyun karşılanması zor olmaktadır" (Melson, 1980).

Hanehalkı tüketim meselesiyle ilgili Nişancı (2002)'ya göre, ülkemizin kırsal ve kentsel alanlardaki sınıflarının 1987-1994 seneleri hanehalkı anket dataları üzerinden gelir sınıflarının tüketim kalıplarını değerlendirmiştir. Bu perspektifte "1987 yılındaki 1202 kentsel ve 998 kırsal, 1994 yılındaki 1522 kentsel 668 kırsal hanehalkı anket " yapılmıştır. Araştırmada talep modelinin belirlenmesinde en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. 1987 ile 1994 yılları arasındaki harcama kalıpları ile ilgili farklılıkları kontrol ederek ise Chow testi ile ortaya konulmuştur.

Yaylalı ve diğerleri (2006)'nin çalışmasında, ülkemizdeki vakıf ile devlet üniversitelerinin dört yıllık fakülte ve yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin harcama ile gelir durumlarını analiz etmiştir. Araştırmada incelenen bulguların manalı olup olmadıklarının değerlendirmesi, Pearson Ki-kare testi ile ortaya konulmuş ve *"öğrencilerin farklı, sosyal, ekonomik ve demografik özelliklere, sahip olanların harcama kalıpları ile tüketim harcamaları"* tespit edilmiştir.

Oflaz (2007)'ın, 2003 yılındaki "Hanehalkı Bütçe Anketi"nden yararlanarak Türkiye'de esnek tüketim harcamaları, farklı gelir seviyelerindeki on iki farklı harcama unsurlarının farklılıkları ile benzerlikleri araştırmıştır. Bu araştırma

sonucunda ortaya çıkan sonuçlara göre; "gıda, alkol, sağlık ve haberleşme gibi kalemlerin zorunlu mal, giyim, mobilya gibi diğer harcama unsurların ise lüks mal olduğu" olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle Tarı ve Pehlivanoğlu (2007), Kocaeli ilinde yaşayan, farklı gelir durumu olan tüketicilerin kazandıkları gelirleriyle değişik mal ve hizmetlere yaptıkları harcamalar arasındaki ilişkiyi değerlendirmişlerdir. Bahsi geçen tüketim sahibi kişiler gelirlerine göre "üst, orta ve alt gelir grubu" olarak derecelendirmiş ve grupları kendi içinde yeniden incelemiştir.

Alakır (2010), veri tabanıyla 2008 ve 2009 senelerinde yaptığı ampirik bir çalışmada, Konya ilinde bulunan tüketicilerin tüketim harcamalarını değerlendirmiştir. Seçilen analiz modeli olarak ise "En Küçük Kareler" yöntemi kullanılarak, talep parametrelerini tahmin etmiştir. Yani, çalışmada hesaplanan tüm harcamaların esneklikleri artı yönlü olduğundan incelenen bütün tüketim malların normal mal olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sigeze (2012)'nin araştırmasında; 2005 yılı ve 2009 senesi "Hanehalkı Bütçe Anketi Mikro Veri" leri kullanılarak, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından uygulanan, Türkiye'de hanehalkı tüketim malları isteğine yönelik verileri öngörmüştür. Bahsi geçen nedenlerle sonuç olarak; Türkiye'nin tamanında, "alkollü içecek, sigara ve tütün, gıda ile alkolsüz içecekler, konut, elektrik, su, yakıt, giyim ve ayakkabı, haberleşme, mobilya ve ev aletleri" gibi kalemlerin harcama esnek sayılarının birden küçük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Diğer bir yapılan çalışmada ise Yılmaz (2014), kişilerin gelir dağılımındaki düzensizliklerin tüketim harcamalarında oluşturduğu dağılım etkisine bakmış ve "Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'in 2008 yılında hanehalkı tüketim harcama rakamları analiz edilerek toplam gelir ve on üç harcama grubu için Lorenz eğrilerinden yararlanılmış ve oluşturulan bu Lorenz eğrileri, Gini katsayıları" hesaplanmıştır. Son olarak ise; Korkmaz (2015:233-250) çalışmasında, uyguladığı anket yardımı ile katılımcılara, gelir ile harcama arasındaki ilişkileri analiz etmiş ve anketteki öğrencilerinin ortalama aylık 432,66 TL değerinde harcama yaptığını ve yine ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu Bayburt ili ekonomisine bir yıl içerisinde ortalama 16 582 992,48 TL harcama ile pozitif etki sağladığı sonucuna varmıştır.

3.1.3. Tasarruf

Genel anlamda tasarruf dünyada devam ettirilebilir bir ekonominin oluşabilmesi acısından önemli meselelerden birisi haline gelmiştir. Gelirin tüketilmeyen kısmı olan tasarruf kişiler ve bir bütün olarak ülke ekonomisi açısından kilit roldedir. Hanehalkı tasarrufları açısından ise, özel kesim tasarruf önemini tespit etmektedir. Özel kesim tasarrufları, ulusal tasarruflar için önem teşkil etmektedir (Şengür ve Taban, 2016: 30).

Tasarrufu Jord Maynard Keynes harcanabilir kişisel gelirin, tüketim harcaması düşüldükten sonra arta kalan bölümü olarak adlandırmaktadır. Tasarruf kavramını Keynes çok önemsememekte ve çalışmalarında tüketimi daha ön planda tutmuştur. Tüketim harcamaları ile neyin kasdediliğinin açıkça bilineceği ancak, kullanım farklılıkları ya yatırımın tanımından ya da gelir tanımından kaynaklanacağını savunmuştur. Bireysel yatırımcı davranışlarının ortaya çıkması için kişisel tüketicilerin hareketlerinin yatırıma dönüşmesi gerekmektedir. Tasarruf ve yatırımın basit anlamlarında ele alındığında birbirinden farklı olabileceği fikrinin yaygınlığı sanırım, bireysel bir mudinin bankasıyla ilişkisini tek taraflı olarak görmesinden kaynaklanan bir optik yanılsama ile açıklanabilir. Bir mudinin ve bankasının, tasarrufların bankacılık sisteminde kaybolmasını ve böylece yatırımda kaybolmasını ya da tam tersine, bankacılık sisteminin yatırım için mümkün kılmasını sağlayan bir işlemi gerçekleştirmek için aralarında bir şekilde anlaşabilecekleri varsayılmaktadır. Bankacılık sisteminden çıkabilmek için tasarruf eden birey ya nakit parayla ayrılmalıdır ya da yatırım yaparak ayrılmalıdır. Bundan kaynaklı bireylerin tasarrufunun zorunlu olarak mevcut yeni yatırım miktarına eşit olması gerektiği sonucu ortaya çıkar (Keynes, 1991: 40–63).

Keynes (1991), faizlerdeki herhangi bir farklılığın fiili şekilde tasarruf kararları üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu dile getirmektedir. Söz konusu etki olumlu manada değil olumsuz manadadır. Klasik iktisatçılara göre tasarruf faizin bir fonksiyonu iken Keynes'e göre gelirin bir fonksiyonudur. Tasarrufun niçin yapılacağı konusu,

Keynesyen ve Klasik tasarruf görüşlerinin temel farkını oluşturur. Malthus sermayenin sürekliliğini sağlayan etkenler arasında tasarrufun da bulunduğunu öne sürmektedir. Refah zamanlarında yüksek gelirli bireyler yüksek oranda tasarrufta bulunup sermayenin yatırımlara aktarılmasına olanak sağlayacaklardır (Kazgan, 1997: 83, 94, 95). Ancak Malthus'a göre bireylerin ellerinde tasarruf fazlası veya noksanı oluşabilir ve bu halde tasarruf edilen tüm kaynaklar bütün halde yatırımlara aktarılmayabilir.

Bu noktada tasarruf gelir toplamından harcama toplamının çıkarılmasıyla elde edilirken tasarruf oranı, toplam tasarrufun toplam gelire oranı ile ortaya çıkacaktır. Bu açıdan da tasarruf birçok farklı ekonomik birim aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir. Sonuç olarak tasarruflar, kişiler, şirketler ve devlet için tek tek incelenebildiği gibi tüm bu iktisadi birimlerin bütünü olarak da toplumsal seviyede incelemeye konu olabilmektedir (Abel, 2008: 37).

Sonuç olarak hanehalkları ve kişi isteklerinin harcama ve tasarruf kararlarında etkisi çoktur. Fakat, harcama ve tasarruf eğilimleri üzerinde tesiri olan bazı değişkenler vardır. (Bagley ve Perdew, 1951: 77-78). O halde tasarruf hareketlerinin hangi değişkenlerden etkilendiğinin belirlenmesi, yapılması gerekenlerin başında gelmektedir. Bireylerin tasarruf (tüketim) eğilimlerinde belirleyici olan değişkenler "kişi ve hanehalkı gelir düzeyleri, ülkenin büyüme, demografik ve içinde bulunduğu konjonktürel yapısı şeklinde izah edilebilir (Loayza ve vd., 2000: 401-402). Bu manaa da kişilerin tüketimini etkileyen faktörler bireyden bireye, aileden aileye veya toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir.

3.3. Türkiye Hanehalkının Gelir, Tüketim ve Tasarruf Bakımından Analizi ve Değerlendirmeler

Tüketim harcamalarını etkileyen davranışsal ve demografik faktörlerin Türkiye' de tüketimi nasıl etkilediği üzerine araştırma yapılmıştır. Sonrasında ise tarihsel sıra ile yapılan çalışmalar ile ilgili bahsedilecektir.

Çalışmamın başlarında tüketimi etkileyen faktörleri inceledim. Bu kısımda ise ülkemizdeki tüketime dayalı harcamaların ekonomik faktörler tarafından etkilenmesinden bahsedeceğim.

Tüketimi etkileyen iktisadi faktörler gelir, gelir dağılımı, servet, faiz haddi, fiyatlar ve para aldanması, teknolojik gelişme, ihtiyati tasarruf ve risktir. Faktörlerin ilki olan gelir dağılımının yapısının bilinmesi, tüketim ile ilgili analizler açısından büyük önem arz etmektedir. Gelir dağılımı milli gelirin çeşitli gelir grupları arasındaki dağılımı yani bir ekonomide belirli bir dönemde ortaya çıkan gelirin kişiler, toplumsal gruplar ve üretim faktörleri arasında bölüştürülmesi olarak ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle ise bir ekonominin toplam gelirinin ekonomi içerisindeki kişiler arasındaki dağılımıdır. (Özbilen, 1998, s.373). Bir ülkedeki gelir dağılımlarının yüzdelik dilimler haline getirilmesi ekonomideki karar merciileri tarafından tüketim-tasarruf ilişkisini, alınacak kararları ve doğru değerlendirilmenin yapılmasına olanak vermektedir.

İkinci kısımda tüketme eğilimine yönelik yaklaşımlar olarak açıklandığı üzere, tüketicilerin sahip oldukları gelir oranları, kendilerinin tüketme bileşimleri ile miktarlarını etkilemektedir.

Gelir grupları dikkate alınarak gerçekleştirilen çalışmalarda, yüksek gelir söz konusu olduğunda dolayısıyla gelir düzeyi arttıkça gelirin tüketmek için ayrılan bölümünün azaldığı görülmektedir. Yüksek gelire sahip olan hane halklarının marjinal tüketim eğilimlerinin yüksek olmaması sebebiyle gelirin tüketme için ayrılan kısmının azaldığı gözükmektedir. Ekonomide belirleyici kişilerin uygulayacağı makroekonomik politikalarda tüketim harcamalarını ne yönde etkileyeceğini önceden planlayabilmesi için gelir dağılımın nasıl olduğunun bilinmesi önemlidir. Örneğin bir ekonomide vergilerin artması ile kişiler; tüketim ve tasarruf kararlarında azaltıcı bir etki beklenmektedir. Ülkedeki düşük gelirli kişilerin sayısı toplam gelir içerisinde fazla ise marinal tüketim eğilimleri daha yüksek olduğu için verginin artırılması total tüketme miktarını azaltmaya yönelik etkide bulunabilmektedir. Ancak ülkedeki marjinal tüketim eğilimi yüksek değil ise uygulanan vergi politikasının, tüketimler

üzerindeki etkisi daha az oranda meydana gelecektir. Bu sebepledir ki gelir dilimlerinin bilinmesi ekonomi politikalarının öngörüleri can alıcı önem arz etmektedir.

Wilkinson hipotezi olarak adlandırılan gelir eşitsizliği ekonomik, politik ve sosyal boyutları sebebi ile iktisatçıların araştırdığı ve çözüm bulmaya çalıştığı önemli sorunlardan biridir.

Gelir dağılımını uzun vadede etkileyen birçok etken olduğunu söyleyebiliriz. Bu etkenler arasında, eğitim, servetin dağılımı, büyüme oranı, faiz oranları, iş gücü ile nüfus yapısı, kayıt dışı ekonomi, kişilerin eğitim durumu sayılabilse de bunların dışında da birçok etken mevcuttur.

Gelir dağılımındaki eşitsizliği arttıran sebbler;

- Para arzı artışlarının meydana gelmesi
- Faizlerin yüksek olması
- Nüfus fazlalığının meydana gelemesi
- İç borçlanmanın artması
- Tekelleşme problemi
- Develüasyonun yüksek olması
- Bütçe açıklarının meydana gelmesi
- Teşvik ve haksız korumanın olması

- Enflasyonun yüksek olma problemi

- Adaletsiz vergi sisteminin olması gibi faktörler gelmektedir. (Işığıçok, 1999:1).

Ülkedeki gelir miktarının dağılımındaki eşitsizliği çözmek isteniyorsa bu faktörler üzerinde durarak bir politika geliştirilmesi etkili olacaktır.

Gini katsayısı gelir dağılımı eşitsizliği ölçütlerinden biridir ve bir ile sıfır arasında değişmektedir. Gini katsayısının bire yaklaşması gelirin dağılımda meydana gelen eşitsizliği ifade ederken, sıfıra yaklaşması ise gelir dağılımın eşit şekilde olduğunu göstermektedir. Katsayı, gelir miktarının büyüklüğüne göre değil, birbirinden farklı gelir oranları arasında kalan kişi miktarına göre değişmektedir.

Türkiye'de gelir dağılımındaki adaletsizlik problemi, gelir dilimlerine göre hanehalklarının tüketim yapısı incelendiğinde daha açık bir şekilde görülebilmektedir. 201 – 2019 yılları arasında Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) gerçekleştirdiği gelir dağılımı çalışmalarına göre Türkiye'de 2010-2019 yılları arasında, gelir dilimleri itibari ile gelir dağılımı aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

Tablo 16.Türkiye'de Yüzdelik Dilimlere Göre Gelir Dağılımı

Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirine göre sıralı yüzde 20'lik gruplar itibarıyla yıllık eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin
Distribution of annual equivalised household disposable income by quintiles ordered by equivalised household disposable income, 2006-2019

		Yüzde 20'lik gruplar - Quintiles				
	Toplam Total	İlk %20[1] First quintile[1]	İkinci %20 Second quintile	Üçüncü %20 Third quintile	Dördüncü %20 Fourth quintile	Son %20[1] Last quintile[1]
2010	100,0	5,8	10,6	15,3	21,9	46,4
2011	100,0	5,8	10,6	15,2	21,7	46,7
2012	100,0	5,9	10,6	15,3	21,7	46,6
2013	100,0	6,1	10,7	15,2	21,4	46,6
2014	100,0	6,2	10,9	15,3	21,7	45,9
2015	100,0	6,1	10,7	15,2	21,5	46,5
2016	100,0	6,2	10,6	15,0	21,1	47,2
2017	100,0	6,3	10,7	14,8	20,9	47,4
2018	100,0	6,1	10,6	14,8	20,9	47,6
2019	100,0	6,2	10,9	15,2	21,4	46,3

Kaynak: TÜİK, Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması

Ülkemizde gelirin dağılım eşitsizliği ile ülke tüketme yapısı incelenmesi amacıyla 2011-2019 yılları arasında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri incelemesinde; kişiler hane halkı gelirleri dikkate alınarak, düşükten yükseğe doğru sıralandığı ve 5 gruba ayrıldığında; ilk %20'lik dilimi oluşturan grup, geliri en düşükleri, son %20'lik grup ise geliri yüksek olan grubu tanımlamaktadır. Türkiye gelir dağılımında 2010-2011 yılları arasında orta gelir seviyesinden yüksek gelir seviyesine kaymış ve orta gelir fakirleşmiştir. 2012 yılında ise düşük gelir grubu bir önceki yıla göre artmış ve yüksek gelir grubu azalmıştır. 2013 yılında düşük gelir grubu artmaya devam etmiş ancak orta gelir grubunda fakirleşme gözükmektedir. 2014 yılında düşük gelir zenginleşemeye devam ederken yüksek gelir grubu fakirleşmiştir.

2010- 2019 dönemlerinde gelir dağılımındaki adaletin sağlanmaya en yakın olduğu yıl 2014 yılıdır. 2014 yılında en düşük dört gelir dilimindeki hane halklarının toplam gelirden aldıkları pay artmış, diğer gelir dilimindeki hane geliri azalmıştır. Söz konusu netice, 2014 senesinde, ülkemizde gelir dağılımında görülen eşitsizliğin, diğer zamanlara göre daha düşük seviyede gerçekleştiğini göstermektedir. 2010-2019 yılları arasında genel olarak düşük hane geliri artmasına rağmen bunu yüksek gelir grubundan değil orta gelir grubundan aldığı gözükmektedir. Bu sebeble yapılan politikalarla fakir olan kesimin geliri artarken orta gelir grubunun geliri düşmüş, zengin olan bireylerin geliri orta gelire göre sabit kalmıştır.

Enflasyon Latince kökenli bir kelime olup ''şişme'' anlamına gelmekte yani ekonomi dilinde fiyatlar genel seviyesinde sürekli ve önemli derecede hissedilir artışı ifade etmektedir. Türkiye ekonomi tarihinde yapısal problemlerden biri olan enflasyonla yıllarca mücadele etmektedir. Yakın geçmiş zamana bakıldığında ülkemiz tarihinde 1971 yılından başlayarak 34 yıl boyunca mevcut olan çift haneli verilerin yaşandığı enflasyonlu bir dönem yaşanmış olup 2000'li senelerin başlarında enflasyon tek haneye düşse de 2010'lu yılların sonunda döviz kurundaki artış ile hayat pahalılığı sebebiyle tekrardan ciddi bir problem haline gelmiştir. Türkiye'de enflasyon olgusunun, gelir dağılımı adaletsizliği üzerinde olumsuz yönde etkileri günümüze kadar gelmektedir. Çünkü marjinal tüketim meyli yüksek olan düşük gelirli kesimden

alarak marjinal tüketim meyli yüksek gelirli kesimlere devretmektedir. Bununla birlikte gelir dağılımındaki adaletsizlik daha da artan sonuç doğurduğu ifade edilebilir. Ayrıca fiyatların genel düzeyinin sürekli artması ile düşük gelir düzeyindeki hane halkı mecburen tüketim harcamalarını kısmak zorunda kalacak ve zorunlu tüketim mallarına kayacak, yüksek gelir grubundaki hane bireyleri ise tüketim düzeylerini değiştirmemektedir. Gelir seviyesi yükseldikçe tüketim harcamalarının da mutlak olarak çoğalması beklenir ancak artış gelirdeki yükselme derecesinde olmaz. Yani gelirdeki artış yüksek gelir gruplarında hemen tüketime yansırken, düşük gelir gruplarında zorunlu tüketim mallarının çoğunlukta olması sebebiyle gelirdeki artış hemen tüketime yönelmemektedir.

Tüketim davranışları gelir düzeyine göre değişiklik göstermemesi sebebiyle politika yapıcıların sadece toplulaştırılmış veriler kullanması kusurluluk yaratabilecektir. Toplulaştırılmış verilerde eksiklikler olabileceği için fiyatlarla ilgili düzenleme yapmak doğruyu yansıtmayabilir. (Şengül, 2004; 116)

Hane halkı fert gelirlerine göre gelir dilimlerinin bilinmesinin tüketim ile ilgili yapılan ampirik çalışmalar açısından önemlidir. Politika yapıcılar farklı gelir düzeylerinde gözlemlenen tüketicilerin, eğitim, sağlık, gıda sosyo-kültürel tüketim harcamalarının miktarlarının da farklı olması nedeniyle politika belirlerken bu farklılıkları göz önünde bulundurarak politika öngörüsünde bulunması gerekmektedir.

Zengin ve fakir hane halklarının tüketim davranışlarında değişiklik göstermesi yüzyıllar boyunca bu konu ile ilgili analizler yapılmış ve araştırma konusu olmuştur. Engel Belçika'da 153 aile ile yaptığı araştırmasında üç sosyo-ekonomik grup içerisinde incelemiştir. Birinci grup devlet desteği ile geçimini sağlayan aileler, 2. Grup devlet desteği alamadan ucu ucuna geçinen aileler ve 3. Grup iyi yaşam standardına sahip ailelerdir. Yaptığı araştırmasında fakir ailelerin tüketim harcamalarının çoğunluğunu gıdaya ayırdıklarını bu nedenle bireylerin refah durumunda gıdanın belirleyici rol oynadığını ifade etmiştir. Fakir ailelerin marjinal tüketim eğilimi yüksek olmakta ve tüketim bileşimi çoğunlukla beslenme ve barınma

gibi zaruri ihtiyaçlar oluştururken, iyi yaşam standardına sahip ailelerin marjinal tüketim eğilimi düşük olmakta ve tüketim bileşimi zorunlu tüketim mallarından lüks mallara doğru kaymaktadır. Bu durumu Türkiye açısından incelemek için tabloda 16 da 2010-2019 dönemlerinde tüketim harcamalarının harcamalarına göre dağılımı incelenmektedir.

Tablo 17.Hanehalkı Tipinin Hanehalkı Tüketim Harcamasının Türlerine Göre Dağılımı, Türkiye

HARCAMA TÜRLERİ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Toplam tüketim harcaması - Total consumption expenditure	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gıda ve alkolsüz içecekler - Food and non-alcoholic beverages	21,9	20,7	19,6	19,9	19,7	20,2	19,5	19,7	20,3	20,8
Alkollü içecekler, sigara ve tütün - Alcoholic beverages, cigaratte and tobacco	4,5	4,1	4,2	4,2	4,2	4,2	4,4	4,5	4	4,3
Giyim ve ayakkabı - Clothing and footwear	5,1	5,2	5,4	5,3	5,1	5,2	5,2	5	4,8	5
Konut ve kira - Housing and rent	27,1	25,8	25,8	25	24,8	26	25,2	24,7	23,7	24,1
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri - Furniture, houses appliances and home care services	6,3	6,4	6,7	6,6	6,8	6,1	6,3	6,3	6,5	6,4
Sağlık - Health	2,1	1,9	1,8	2,1	2,1	2	2	2,2	2,2	2,2

Ulaştırma - Transportation	15,1	17,2	17,2	17,4	17,8	17	18,2	18,7	18,3	16,5
Haberleşme- Comınication	4,1	4	3,9	4	3,7	3,7	3,7	3,4	3,8	3,6
Eğlece ve Kültür- Entertainment and culture	2,8	2,7	3,2	3,1	3	2,9	2,8	2,7	2,9	3,1
Eğitim Hizmetleri- Educational services	2	2	2,3	2,4	2,4	2,2	2,3	2,3	2,3	2,5
Lokanta ve oteller- Restaurant and hotel	5,4	5,7	5,8	5,9	6	6,4	6,4	6,2	6,5	6,5
Çeşitli mal ve hizmetler – Various good and services	3,7	4,3	4,2	4,3	4,3	4,3	4,2	4,4	4,9	5,1

https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=gelir-yasam-tuketim-ve-yoksulluk-107&dil=1

Kaynak: Tüik

Yukarıda ki tablo da görüldüğü üzere 2010 yılında diğer yıllara kıyasla zorunlu harcamalar daha fazla olduğu için gelir adaletsizliği daha fazladır. 2010 yılından 2015 yılına kadar zorunlu tüketim malları azalırken, lüks ve kültürel ihtiyaçlara yönelme olduğu görülmektedir. Bu durum da yukarıda belirtilen görüşü desteklemektedir.

2015 yılında zorunlu mallara olan talep artmış daha önceki gıda tüketimi 2013 yılında 19,9, 2014 yılında 19,7 seviyelerindeyken 2015 yılına gelindiğinde ciddi bir artışla 20,2 seviyelerine ulaşmıştır. 2016 yılında gıda 19,5 seviyelerinde 2017 yılında 19,7 olup 2018 yılında 20,3 seviyelerine tekrar yükselmiş 2019 yılında 20,8 seviyelerine gelerek zorunlu mal kullanımı daha da arttığı gözlemlenmektedir. Gelirin dağılım politikası, sadece gelirin araştırılmasını değil aynı zamanda oluşan gelirin nasıl paylaştırılmasının da incelenmesini amaçlamaktadır. (DTP, 2001:3) Bu sebeple gelirin fonksiyonel ya da bireysel olarak dağılımı incelenecektir. Fonksiyonel gelir dağılımı milli gelirin üretim faktörleri yani kar, ücret, faiz, rant, arasındaki dağılımını açıklamaktadır. DİE'nin Hane halkı Gelir Dağılımı Anketlerine göre bu gelirler

müteşebbis geliri, mülk geliri, transfer geliri maaş, ücret ve yevmiye geliri, şeklinde gruplandırılıp incelenmektedir.

Tablo 18. Hanehalkı Fertlerin Eğitim Durumlarına Göre Yıllık Ortalama Esas İş gelirleri

Hanehalkı fertlerinin eğitim durumlarına göre yıllık ortalama esas iş gelirleri, 2006-2019
Mean annual income at main job by level of education, 2006-2019

(TL)

Eğitim durumu Level of education	Yıllar - Years													
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Toplam -Total	**8 754**	**10 005**	**10 922**	**11 967**	**12 558**	**14 159**	**15 157**	**17 255**	**19 051**	**21 514**	**24 976**	**28 299**	**30 748**	**34 733**
Okur-yazar olmayanlar Illiterate	3 269	3 978	4 005	3 667	4 541	6 015	6 111	7 017	7 782	8 410	10 815	11 581	12 043	14 129
Bir okul bitirmeyenler Literate with no degree	4 947	5 231	5 203	5 125	5 857	7 513	7 471	8 320	10 433	11 463	13 204	15 306	16 835	18 279
Lise altı eğitimliler Less than high school	7 267	8 004	8 846	9 408	9 619	10 857	11 528	12 795	14 137	16 164	18 471	21 388	23 437	26 833
Lise ve dengi okul mezunları High school or equivalent	10 449	11 358	12 712	13 336	13 475	14 952	15 649	17 442	19 385	21 870	24 829	28 260	30 485	34 115
Yükseköğretim mezunları Higher education	15 152	18 245	19 077	21 180	22 807	25 263	26 756	30 857	32 480	34 801	39 536	43 821	46 755	51 888

Hane halkı fertlerinin okuryazarlık durumuna göre gelir seviyeleri incelendiğinde okuryazar olmayan kişilerin gelirden en düşük payı aldığı gözlemlenmektedir. Gelirin büyük kısmını ise yükseköğretim mezunları kapsamaktadır. 2006 yılından 2019 yılına gelindiğinde okuryazar olmayan kişilerin gelir seviyesi % 432 kat artarken yükseköğretim mezunlarının maaşı %342 kat artmıştır. Türkiyede yıllar içerisinde okuma yazmayanın maaşı daha çok artarken yükseköğretim mezunu daha az artmıştır.

Tablo 19. Hanehalkı Fertlerin Eğitim Durumlarına Göre Yıllık Ortalama Esas İş Gelirleri Kadın- Erkek Ayrımı

Hanehalkı fertlerinin eğitim durumlarına göre yıllık ortalama esas iş gelirleri, 2006-2019
Mean annual income at main job by level of education, 2006-2019

(TL)

Eğitim durumu Level of education	Yıllar - Years													
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Erkek - Male														
Toplam - Total	**9 297**	**10 616**	**11 542**	**12 614**	**13 202**	**14 899**	**15 962**	**18 125**	**20 074**	**22 673**	**26 438**	**29 742**	**32 589**	**37 072**
Okur-yazar olmayanlar Illiterate	3 831	5 246	5 011	4 613	5 703	7 464	7 637	8 424	9 619	9 988	12 338	13 423	13 684	17 305
Bir okul bitirmeyenler Literate with no degree	5 373	5 762	5 650	5 484	6 401	8 053	8 065	9 285	11 533	12 564	15 183	16 792	18 567	20 506
Lise altı eğitimliler Less than high school	7 838	8 579	9 467	10 088	10 353	11 684	12 498	13 915	15 369	17 518	20 032	23 049	25 311	29 149
Lise ve dengi okul mezunları High school or equivalent	11 180	12 333	13 639	14 336	14 394	16 098	16 680	18 379	20 760	23 521	27 073	29 814	32 555	36 678
Yükseköğretim mezunları Higher education	16 160	19 753	20 613	23 140	25 017	27 626	28 993	33 629	35 398	38 097	43 598	48 811	52 145	57 848
Kadın - Female														
Toplam - Total	**6 453**	**7 470**	**8 400**	**9 446**	**10 034**	**11 355**	**12 363**	**14 350**	**15 681**	**17 956**	**20 645**	**24 003**	**25 405**	**28 214**
Okur-yazar olmayanlar Illiterate	2 659	2 831	3 019	2 657	3 270	4 535	4 739	5 582	5 897	6 844	9 289	9 936	10 839	11 852
Bir okul bitirmeyenler Literate with no degree	3 403	3 158	3 583	3 634	3 537	5 572	5 553	5 707	7 105	8 528	8 509	11 173	12 840	13 576
Lise altı eğitimliler Less than high school	3 729	4 311	4 923	5 348	5 207	6 025	6 534	7 553	8 339	9 857	11 345	13 758	15 233	17 431
Lise ve dengi okul mezunları High school or equivalent	7 082	7 620	9 219	9 472	9 955	10 492	11 760	13 677	14 033	16 124	17 107	22 794	23 277	25 049
Yükseköğretim mezunları Higher education	13 029	14 938	15 841	17 336	18 447	20 725	22 483	25 771	27 206	29 238	32 847	35 836	37 899	42 238

Yukarıda ki tablo incelendiğinde aynı eğitim seviyesine sahip olan kadınlar erkek çalışanlara göre daha maaş aldıkları gözükmektedir. Bir çok gelişmekte olan ülkelerde kadınların daha düşük maaş aldığı kabul edilmesede kadınların bu konuda negatşf ayrıştığı gözükmektedir.

Tablo 20. Hanehalkı Fertlerin Esas İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Yıllık Ortalama Esas İş gelirleri

Hanehalkı fertlerinin esas işteki iktisadi faaliyet kollarına göre yıllık ortalama esas iş gelirleri, 2006-2019

Mean annual income at main job by branch of economic activity, 2006-2019

(TL)

İktisadi faaliyet kolu / Branch of economic activity	Yıllar - Years													
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Toplam - Total	**8 754**	**10 005**	**10 922**	**11 967**	**12 558**	**14 159**	**15 157**	**17 255**	**19 051**	**21 514**	**24 976**	**28 299**	**30 748**	**34 733**
Tarım - Agriculture	5 719	5 853	6 366	6 421	7 988	9 596	10 346	11 886	12 471	14 084	17 375	16 996	18 991	21 807
Sanayi - Industry	8 874	10 221	11 208	12 263	11 857	12 741	13 778	15 896	17 747	20 757	24 616	29 292	31 414	35 174
İnşaat - Construction	6 327	8 360	8 652	11 558	10 717	11 733	12 286	14 659	16 208	18 159	21 720	24 951	27 123	32 236
Hizmet - Service	10 044	11 498	12 540	13 583	14 434	16 293	17 397	19 516	21 345	23 724	26 852	30 407	33 029	37 169

TÜİK, Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması

TurkStat, Income and Living Conditions Survey

Gelir referans dönemi bir önceki takvim yılıdır.

Reference period of income is the previous calendar year

Kaynak: Tüik

Tabloda en düşük gelire sahip bireylerin tarımda çalıştığını, ziraatle uğraşan kişilerin giderlerinin çok olmasından kaynaklanacağı ve yaşanan iklim şartlarının değişmesinden kaynaklı verimi düşürdüğü ve kazanç sağlanamadığı gözükmektedir. Tarım sektöründen daha yüksek kazanca sahip olan faaliyet kolu inşaat sektörüdür. En yüksek gelire sahip olan ise hizmet sektörüdür. Yıl bazlı incelendiğinde tarım sektörü 2006 yılından 2019 yılına %381 artmış, sanayi sektörü %396, inşaat sektörü %509 artmış ve hizmet sektörü %370 artmıştır. Ülkemizdeki inşaat sektörünün gelişmesi ile inşaat faailiyet kolu diğer faaliyetlere aşırı arttığı gözlenmektedir.

Tablo 21. Hanehalkı Fertlerin Eğitim İşteki Meslek Gruplarınas Göre Yıllık Ortalama Esas İş gelirleri

Hanehalkı fertlerinin esas işteki meslek gruplarına göre yıllık ortalama esas iş gelirleri, 2012-2019

Mean annual income at main job by occupation group, 2012-2019

(TL)

Meslek grubu Occupation group (ISCO, 08)	Yıllar - Years							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Toplam - Total	**15 157**	**17 255**	**19 051**	**21 514**	**24 976**	**28 299**	**30 748**	**34 733**
Yöneticiler Managers	35 452	42 094	42 943	48 557	59 655	72 707	80 975	83 698
Profesyonel meslek mensupları Professionals	26 866	30 564	32 721	35 442	40 235	43 617	46 214	52 024
Teknisyenler, teknikerler ve yardımcı profesyonel meslek mensupları Technicians and associate professionals	18 286	21 733	23 916	26 083	28 862	32 135	33 296	37 959
Büro ve müşteri hizmetlerinde çalışan elemanlar Clerical support workers	15 537	17 568	19 604	21 249	22 373	25 644	27 223	32 699
Hizmet ve satış elemanları Service and sales workers	13 513	14 831	16 388	18 342	20 760	24 104	25 470	28 980
Nitelikli tarım, ormancılık ve su ürünlerinde çalışanlar Skilled agricultural, forestry and fishery workers	11 103	12 712	13 194	14 934	18 359	17 808	19 931	22 684
Sanatkarlar ve ilgili işlerde çalışanlar Craft and related trades workers	11 131	12 374	13 941	16 108	18 095	20 804	22 947	26 464
Tesis ve makine operatörleri ve montajcılar Plant and machine operators and assemblers	12 595	13 887	15 633	17 672	19 614	22 232	24 828	29 140
Nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanlar Elemantary occupations	8 073	9 407	10 440	11 737	13 311	15 926	17 395	19 614

Kaynak: Tüik

2012-2019 yılları arasında faaliyet konusu incelendiğinde yönetici pozisyonunda çalışan kişilerin gelirleri diğer çalışma grupları arasında en yüksektir. En düşük gelire sahip olan bireyler ise nitelik gerektirmeyen işlerde çalışan bireylerdir. Meslek mensuplarının yıllar içerisinde maaşlarına gelen zam oranları aşağıdaki gibidir:

1. Yöneticiler %236
2. Profesyonel meslek mensupları: %193
3. Teknisyenler, teknikler ve yardımcı profesyonel meslek grupları: %207
4. Büro ve müşteri hizmetlerinde çalışan elemanlar: %210
5. Hizmet ve satış elemanları: %214
6. Nitelikli tarım, ormancılık ve su ürünlerinde çalışanlar: %204
7. Sanatkarlar ve ilgili işlerde çalışanlar: %237
8. Tesis ve makine operatörleri ve montajcılar: %231

9. Nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanlar: %242

Yönetici gibi eğitim seviyesi yüksek ve donanımlı kişilerden, nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanların maaşı daha fazla artmıştır. Bunun sebebi geçim sıkıntısı yaşayan alt çalışma gruplarını devlet destekleyici yönde politika uyguladığı gözükmektedir.

SONUÇ

Çalışmamızda Finansal Ayak İzi kavramını anlatabilmek için ayak izi kavramı ile ilgili literatür araştırması yapılmıştır. Ayak izi kavramı denilince ilk akla gelen çevresel faktörlerin oluşturduğu ekosistem açığını kapatabilmek amacıyla yapılan çalışmalardır. Ancak bireylerin finansal olarak oluşturduğu tercih ve seçimler borçlanmasını ve tasarrufunu etkileyecektir. Hanehalklarının tüketim alışkanlıklarının incelenmesi ekonomi açısından büyük öneme sahip olmasının sebebi, sürdürülebilir kalkınmayı önemli ölçüde etkilemesinden kaynaklanmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde tüketim kavramı hayati önem taşımaktadır. Çalışmamızın ikinci bölümünde tüketim kavramını yaygınlaştıran faktörler üzerine araştırma yapılmış olup teknolojik gelişme, kitle iletişim araçları, moda, reklamlar, alışveriş mekamlarının tüketim üzerine etkisi araştırılmıştır. Daha sonrasında ise tüketimi etkileyen faktörlerden ekonomik faktör olan gelir, gelir dağılımı, servet, faiz haddi, fiyatlar ve para aldanması, teknolojik gelişme ve ihtiyati tasarrufla açıklanmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümüne değinmek gerekirse 1930 yılından itibaren bir çok economist kişilerin gelirleri ile tercihleri alanında araştırma yapmış ve bazı hipotezler ortaya çıkartılmıştır. Gelir ile tasarruf arasındaki ilişki günümüz ekonomisinde Türkiye gibi gelişmekte olan ükeler için son derece önemlidir. Hane halklarının tüketim harcama detayları incelendiğinde gelir adeletsizliği yaşandığı eğitim, sağlık gibi harcama gruplarının az olduğu zorunlu ihtiyaç olan yeme içme grubunun fazla olduğu görülmüştür. Okur yazarlık oranına bakıldığında; eğitim seviyesi yüksek olan kişiler ile eğitim seviyesi daha düşük olan kişilerin yıllar içerisinde gelir seviyesinin aynı oranda artmadığı, eğitim seviyesi fazla olan kişilerin maaşlarının eridiği görünmektedir. Okur yazar olan kişilerde kadın erkek ayrımı incelendiğinde aynı eğitim seviyesine sahip olan kadın bireyler negatif yönde ayrışmıştır. Tarım, sanayi, inşaat, hizmet sektörünün geliri dikkate alındığında Türkiye de inşaat sektörünün gelişmesinden kaynaklı gelir seviyesinin arttığı gözlemlenmiş, politika yapıcıların

inşaat sektörünü sübvanse ettiği gözlenmiştir. Ayrıca tezin son kısmında gelir gruplarını esas işteki meslek gruplarına göre sıralandığında Türkiye'de geçim sıkıntısı yaşayan alt meslek gruplarını yaşama standardını düşürmemek için daha fazla artış yapılmıştır.

Sonuç olarak araştırılan hane halkı tüketim tasarruf ve gelir açısından incelendiğinde politika yapıcılara çözüm getirebilmek adına önerilerim aşağıda yer almaktadır.

- Hane halkı fertlerinin eğitim durumu incelendiğinde eğitim seviyesi daha düşük kişilerin zamanla maaşlarına, eğitim seviyesi yüksek olan kişilerden daha fazla zam gelmiştir. Ancak sürdürülebilir kalkınma için eğitimin önemli olması sebebiyle eğitimi yüksek olan kişilere de aynı oranda ücret yükseltimesi yapılması gerekmektedir.

- Tüketim harcama grupları detaylandırıldığında elde edilen gelirin %24'lük kısmını konut-kira gibi harcamalara ayırıldığı sonucuna ulaşılmış olup konut-kira oranlarının orantısız şekilde artması ile ilgili çalışma yapılması ihtiyacı hissedilmiştir.

- Tüketim harcama gruplarında en büyük üçüncü sırada yer alan ulaşım hizmetleri ile ilgili ülkede pahalı olmasından kaynaklı bütçede büyük yer kapladığı gözükmektedir. Toplu taşıma sübvanse edilip daha ucuz hale getirilmeldir.

- Tüketim harcama gruplarında en düşük sağlık ve eğitim yer aldığı, sağlık için devletin ücretsiz sağladığı imkanlardan kaynaklı pozitif ayrıştığını ancak eğitimde kullanılan ek kaynak ve kitapların aşırı pahalı olması ülkedeki eğitim skalasını önemli ölçüde etikelediği göz önüne alınarak eğitimde kullanılan kitapların daha ulaşılabilir hale getirilmesi gerekmektedir.

- Aynı meslek grubunda yer alan kadın ve erkek gruplarında farklı maaş uygulamaları göze çarpmıştır. Söz konusu cinsiyetçi yaklaşımın ortadan kaldırılması adına kadınların iş hayatına katılması teşvik edilmelidir.

- Hane halkı fert gelirleri iktisadi faaliyet kollarına göre sanayi, tarım, inşaat ve hizmet kollarında incelenmiştir. İnşaat faaliyetinde çalışan kişilerin yıllar içerisinde diğer gruplara göre daha çok kazandığı gözükmektedir. Bu sebeble sanayi, inşaat ve hizmet sekötürü gelirleri benzer olurken tarım sekötürü geliri düşük kalmıştır. Kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için ekolojik ayak izi ve su ayak izi dikkate alınarak tarım teşvik edilmelidir.

- Gelir ve yaşam koşulları araştırmasında ilk %20 lik bölümün yani geliri en düşük olan kısmın %5-6 pay aldığı, son %20 lik grubun ise ortalama %46 pay aldığı tablo 16 da yer verilmiştir. Zenginlerin daha zengin, farkilerin daha fakir olmasının engellenmesi için gelir adaletsizliği üzerine aktif çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Abdülkadir Zorlu, *Üretim ve Tüketim Teorileri,* Glocal Yayınları, Ankara 2006.

Andrea Butelmann- Francisco Gallego, *Household Saving in Chile (1988 and 1997): Testing the Life Cycle Hypothesis, (Cuadernos de economía, 38(113))*, Latin America 2001, s. 3-48.

Andrew B. Abel - Ben Bernanke ve Dean Croushore, *Macroeconomics*, *Addison Wesley*, New York 2008.

Ayşe Buğra, *Devlet-Piyasa Karşıtlığının Ötesinde: İhtiyaçlar ve Tüketim Üzerine Yazılar,* İletişim Yayınları, İstanbul 2000, s. 45-46.

Bagley, W. C. ve Perdew R.M., *Understanding Economics*, Macmillan 1951, s.77-78.

Beğlü Eke "Bir Sosyal Sınıf Belirleyicisi Olarak Meslek Faktörü", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, Cilt: 43.Sayı: 1-4*, İstanbul 1987, s. 377-379.

Besim Üstünel, *Ekonominin Temelleri*, Alfa Yayıncılık, İstanbul 1997.

Bilal Kargı, "Türkiye Ekonomisinde Sürekli Gelir Hipotezine İlişkin Kanıtlar: Zaman Serileri Analizi (2004-2012)", *Akademik Bakış Dergisi, No. 42,* Kırgızistan, Celalabat 2014, s. 1-17.

Burcu Duygan, "Aggregate shocks, idiosyncratic risk, and durable goods purchases: Evidence from Turkey's 1994 financial crisis" *EUI Finance and Consumption Program Working Paper*, Italy 2005.

Burcu Duygan, ''Welfare cost of financial crises when risk-sharing is imperfect: Evidence from Turkey'', *EUI Finance and Consumption Program Working Paper*, Italy 2006.

Burcu Duygan – Nezih Guner, "Income and consumption inequality in Turkey: What role does education play? In S. Altuğ and A. Filiztekin (Ed.), The Turkish Economy: The Real Economy", *Corporate Governance and Reform and Stabilization Policy (pp. 63-91). Routledge Studies in Middle Eastern Studies*, Italy 2007.

Burcu Özcan, (2007), "Hedonizm ve Kimlik Temeli Dayalı Postmodern Tüketim Yaklaşımı", *Sosyoloji Konferansları Dergisi, Sayı: 35*, ss. 132-147.

Cafer Unay, *Makro Ekonomi. (7. Baskı)*, Vipaş Yayınevi, Bursa 1999.

Campbell, J.- Mankiw G, "Consumption, Income And Interest Rates: Reinterpreting The Time Series Evidence", *Nber Chapters, İn: Nber Macroedonomic Annual, National Bureau Of Economic Research*, Vol. 4, No 4, 1989, Pp.185-246.

Carrol, C.d. ''A Theory of The Cosumption Function, With and Without Liquidty Constraints", Journal of Economic Perspectives, Vol.15 No. 3, 2001, Pp. 23-45.

Cengiz Yanıklar, *Tüketim Sosyolojisi*, Birey Yayınları, İstanbul, 2006.

Chaney, D. *Yaşam Tarzları*, (Çev. İrem Kutluk). Ankara: Dost Yayınları, Anakara 1999.

Deaton, A. *Understanding Consumption*, New York: Oxford University Press, Newyork 1992.

Deaton, A. ve Paxson, C. ''Saving, Growth and Aging in Taiwan. In Studies in the Economicos of Aging'', Editör: David A. Wise. *Chicago University Press*, Newyork 1994, pp. 331 357.

Dervis Kirikkaleli & Tomiwa Sunday Adebayo & Zeeshan Khan & Shahid Ali, "Does globalization matter for ecological footprint in Turkey? Evidence from dual adjustment approach", *Environmental Science and Pollution Research*, Germany 2020, https://doi.org/10.1007/s11356-020-11654-7

DPT, Kayıt dışı Ekonomi Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT: 2603 - ÖİK: 614, https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/11/08_KayitdisiEkonomioik614.pdf, Anakara 2001

Drakopoulos, Stavros A., "The Marginalization of Absolute and Relative Income Hypotheses of Consumption and the Role of Fiscal Policy", (National and Kapodistrian University of Athens), February 2020, p.10-11.

Dusansky, R., & Kalman, P. J. "The American Economic Review, ''The foundations of money illusion in a neoclassical micro-monetary model", 64(1), Washington 1974, s. 115-122.

Ebru Alakır, *Tüketim Harcamalarına Yönelik Talep Analizi: Konya Örneği,* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2010.

Enis Öksüz, *Sosyal Gelişme-Sanayileşen Türkiye İlişkileri,* (Yayınlanmamış Doçentlik Tezi), İstanbul 1980.

Enver Özkalp, *Sosyolojiye Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 6. Baskı, Eskişehir,1993.

Erdal ÜNSAL, *Makro İktisat*, 8. Baskı, İmaj Yayınevi, Ankara, 2009.

Ergül Han – Ayten Ayşen Kaya, *Kalkınma Ekonomisi, Teori ve Politika*, Nobel Yayınevi, Ankara 2013.

Erkan Işığıçok, ''Türkiye'de Gelir Dağılımı ve 1987-1994 Gelir Dağılımı Araştırmalarının Karşılaştırmalı Bir Analizi'', *Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 16 (1)*, Bursa 1998 s. 73-85.

Ersan Bocutoğlu, *Makro İktisat Teoriler ve Politikalar (8. Baskı)*, Murathan Yayınevi, Ankara 2011.

Ersoy E, Ugurlu A (2020) The potential of Turkey's province-based livestock sector to mitigate GHG emissions through biogas production. J Environ Manag 255:109858

Fama, E. F. (1965). "Random Walks in Stock Market Prices", *Financial Analysts Journal, Vol. 21, No. 5,* s. 55-59.

Fama, E. F. "Efficient capital markets: A review of theory and empirical work", *The journal of Finance,* 25(2), France 1970, p. 383-417.

Featherstone, M., *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, Birinci Basım, İstanbul, Temmuz 2013.

Fehim Bakırcı, "Tüketici Karar ve Davranışlarını Belirleyen Faktörler ve İki Grup İlde Tüketim Fonksiyonları İle Mukayesesi", (Basılmamış Doktora Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, SBE, Sivas 1999, s. 81-82.

Fevzi Yılmaz, *Enerji Verimliliği ve Karbon Ayak İzi*, 2014 http://acikerisim.fsm.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11352/2070/Y%C4%B1lmaz.pdf?sequence=1 Erişim Tarihi: 21.03.2017.

Fidan Atalay, *Tüketim Fonksiyonunu Belirleyen Faktörler Türkiye Örneği,* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın 2018.

Fotros Mohammad Hasan –Reza Maaboudi, "Income Inequality, Consumption Inequality, and Their Relationships'', *Evidence from Iranian Developing Economy, Working Papers Series*, Iran 2010, s. 11-12.

Gerdner Huhgh Ackley, *Makro Macroeconomic Theory*, Newyork: Mac Millan Company, 1961.

Gülten Kazgan, *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*, Remzi kitabevi, İstanbul 1997, s. 83-96.

Gülgün Erkan, *Dünya'da ve Türkiye'de dış ticaret sermaye şirketleri,* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Soayal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1994.

Gürsoy Akça, "Modernden Postmoderne Kültür ve Kimlik", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 15,* Muğla 2005, s. 2-24.

Halil İbrahim Yılmaz, *Türkiye'de Gelir Dağılımının Kentsel ve Kırsal Alanda Tüketim Harcamalarına Etkisi: Ekonometrik Bir İnceleme,* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.

Hall, R. E., "Stochastic implications of the life cycle-permanent income hypothesis: Theory and evidence, 86(6)", *Journal of Political Economy,* ABD Chicago 1978, s. 971-987.

Houthakker H. S., "An international comparison of household expenditure patterns, commemorating the centenary of Engel's law", *Econometrica, Journal of the Econometric Society 25(4),* Amsterdam 1957, s. 532-551.

Hüsnü Erkan, *Ekonomi Sosyolojisi*, Barış Yayınları, İzmir 2005.

Hüseyin Özer*, Türkiye'de Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Doğrusal Harcama Sistemi Yaklaşımıyla Analizi,* (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı,Yüksek Lisans Tezi,) Erzurum 1999.

Hviid, Simon Juul Kuchler, Andreas, "Consumption and Savings in A Low InterestRate Environment". *Danmarks Nationalbank Working Papers,* Copenhagen, 2017, pp. 1-35.

http://www.karbonayakizi.com/ (Erişim Tarihi: 27.11. 2021).

https://www.cekud.org.tr/wp-content/uploads/gazete/gazete-mart-2016.pdf (Erişim Tarihi: 22.04 2020).

Irving, Fisher, *Appreciation and Interest*, Macmillan, Newyork 1896.

Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliçaylı, Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2004.

Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, Altıncı Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2015, s.16-205.

Jeffrey Parker, "Macroeconomic Theory, Economics 314 Coursebook", *16 Theories of Consumption and Saving*, Newyork 2010, s. 9-11, Retrieved from https://www.reed.edu/economics/parker/s11/314/book/Ch16.pdf

Kalmaz DB, Kirikkaleli D (2019) Modeling CO 2 emissions in an emerging market: empirical finding from ARDL-based bounds and wavelet coherence approaches. Environ Sci Pollut Res 26(5):5210–5220

Kandil Magda- Ida Aghdas Mirzaie, "Consumption, Credit, And Macroeconomic Policies: Theory And Evidence From The United States, Vol. 40", *Global Economic Review* No. 3, ABD 2001, Pp. 323-360.

Keynes, J. M., *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, San Diego: Harcourt Brace, Cambridge 1991, s. 40-63.

Kotler, P.- Armstrong G.- Saunders J. –Wong V., *Principles of Marketing*, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall, England 2008, s. 131-136.

Kotler, P., & Armstrong, G., *Principles of marketing*, Pearson education, England 2010.

Krugman, Paul ve Wells, Robin. *Makro İktisat. (2. Baskı)*, Derleyen Fuat Oğuz ve diğerleri, Palme Yayıncılık, Ankara 2011.

Kundu, A. - Mukhopadhyay, C. K. ''Consumption and Income Revisit of Permanent Income Hypothesis With an Application to the Economy of Sri Lanka'', *In International Conference on Economics and Finance Research, IACSIT Press Vol.4*, Singapore 2011.

Laffer, A. *Discussion in Social Policy, Social Ethics and the Aging Society*, Editor: Neugarten, B. L. and Havighurst, R. J. Goverment Printing Office, Washington D.C. 1976.

Lefebvre H., *Modern Dünyada Gündelik Hayat* Derleyen Gürbüz, Metis Yayınları, İstanbul 1998, s.105-218.

Leontief, W. W., "The fundamental assumption of Mr. Keynes' monetary theory of unemployment'', *The Quarterly Journal of Economics 51(1),* England 1936, s. 192-197.

Levent Koçkesen, *International Encyclopedia of the Social Science,* Relative Income Hypothesis, 2nd Edition p. 153-159

Loayza, N., Schmidt-Hebbel K. ve Servén L., (2000), "Saving in Developing Countries", *An Overview, The World Bank Economic Review*, 14(3), 393-414.

Lodziak C., *İhtiyaçların Manipülasyonu-Kapitalizm ve Kültür*, (Çev: Berna Kurt), 2003.

Lorenzo Vidino, Jon Lewis, Adrew Mines, '' Dollars for Daesh: The Small Financial Footprint of the Islamic State's American Supporters'' *CTC Sentinel*, United States 2020, p. 2-7

Lugilde, A., Bande, R., & Rıveıro, D., "Precautionary Saving: A Review Of The Theory And The Evidence No. 77511". University Library Of Munich, Germany 2017.

Magrabi, F. M., Chung, Y. S., Cha, S. S. & Yang S. J., *The Economics of Household Consumption*, Greenwood Publishing Group, New York 1991.

Mahfi Eğilmez, *Örneklerle Kolay Ekonomi*, İstanbul: Remzi Kitabevi, İstanbul 2014, s.20-25.

Mahfi Eğilmez,*Makro Ekonomi,* Remzi Kitapevi, İstanbul 2009.

Malkiel, B. G. (2003). "The efficient market hypothesis and its critics", *The Journal of Economic Perspectives*, 17(1), 59-82.

Mankiw, N. G., *Makroekonomi. 6. Baskı*, (çev. Ömer Faruk Çolak), Efil Yayınevi, Ankara 2010.

Marcuse, H., *Tek Boyutlu İnsan: İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler*, Çev. Aziz Yardımlı, İDEA Yayınları, İstanbul 1986.

Mehmet Ali Aydemir, ''Tüketim: Modern Dünyanın Kültürel Göstereni'', *Kültür Sosyolojisi, Editör: K. Alver, N. Doğan. Ankara: Hece Yayınları*, Ankara 2007.

Mehmet Şengür & Sami Taban, "Türkiye'de Hanehalkı Tasarruflarının Gelir Dışındaki Belirleyicileri" *Optimum: Journal of Economics & Management Sciences/Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *3(1)*, 2016.

Meliha Düzgün, "Popüler Kültür ve Ürünlerin Oluşumunda Medyanın Rolü", *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Popüler Kültür ve Gençlik, Sayı 57*, Ankara 2004, s. 152.

Melson, L. G., *Family and environment: An ecosystem perspective*, Burgess Pub. Co., 1980.

M. Merih Paya, *Makro İktisat*, Filiz Kitabevi, İstanbul 1997.

Modigliani, F., "Life Cycle, Individual Thrift and the Wealth of Nations", *The American Economic Review*, 76(3), 1986, s. 297-313.

Modigliani, F. and Brumberg, R., "Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data", *The Collected Papers of Franco Modigliani*. 1954, http://www.novasbe.unl.pt (17 Ocak 2018).

Muammer Yaylalı ve diğerleri, "Üniversite Gençliğinin Gelir-Harcama Kalıpları Araştırması", Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları, Yayın No:957, 2006

Muazzez Babacan – Ferah Onat, "Postmodern pazarlama perspektifi", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1), İzmir 2002, s. 11-20.

Muellbauer, J. N. and Lattimore, R., "The Consumption Function: A Theoretical and Empirical Overview in Pesaran, H. and Wickens, M.R. (eds) Handbook of Applied Econometrics", 1994.

Murat Kıyılar, "Etkin Pazar Kuramı ve Etkin Pazar Kuramının İMKB'de İrdelenmesi-Test Edilmesi", *Ankara: SPK Yayın No:86,* Ankara 1997.

Murat Nişancı, "Gelir Grupları İtibariyle Harcama Kalıpları: 1987-1994 Türkiye Kentsel Kesim Verileri", *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2002, 17/1, s.127- 139.

Musa Öztürk, "Kapitalizmin Arzu Üzerinden Üretimi ya da Arzunun Nesneleş (tiril) mesi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(44), 2013, s.151-180.

Müberra Babaoğul – Arzu Şener, "Tüketici Yazıları-1", *Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici Pazar Araştırma Danışma Test ve Eğitim Merkezi Yayınları*, Ankara 2007, s. 127-152.

Neale, J., *Küresel Isınmayı Durduralım, Dünyayı Değiştirelim!,* Çev. Doğan Tarkan, Yordam Kitap, İstanbul 2009.

Nilüfer Göle, *Modern Mahrem*, 4.Baskı, Metis Yay, İstanbul 1993.

Noel, H., *Basics Marketing 01: Consumer Behaviour (Vol. 1),* AVA Publishing SA., Switzerland 2009.

Nuran Öze, "Kültür, Tüketim Kültürü ve Halkla İlişkiler: Kuzey Kıbrıs, Telsim (Vodafone Kıbrıs) Örnek Olay İncelemesi", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2014, Sayı: 8, s.56-82.

Nurdan Aslan, *Makro İktisat*, İkinci Sayfa Yayınevi, İstanbul 2008, s. 81-82.

Nur Onur, *Moda Bulaşıcıdır*, Epsilon Yayınları, İstanbul 2004.

Orhan Hançerlioğlu, *Felsefe Sözlüğü*, Remzi Kitabevi, 1290. Cilt / Varlık Yayınları, İstanbul 1975.

Osman Tatar, "Uluslararası Karbon Ticareti ve İzmir'in Karbon Ayak İzi'nin Belirlenmesi", 2010, Power Point Sunu Kaynak: http://www.depokur.com/_uploads/2014111716115766.pdf (Erişim Tarihi: 17 Eylül 2015).

Ozan Bekiroğlu, "Sürdürülebilir Kalkınmanın Yeni Kuralı: Karbon Ayak İzi. II. Elektrik Tesisat Ulusal Kongresi Bildirisi", İstanbul 2011, s. 1 http://www.emo.org.tr/etkinlikler/etuk/etkinlik_bildirileri_detay.php?etkinlik kod=161&bilkod=4921, Erişim Tarihi: 26.12.2021

Ömer Aytaç, "Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskacında Boş Zaman", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 11*, Kocaeli 2006, s. 27-53.

Ömer Faruk Çolak- Harun Öztürkler, "Tasarrufun Belirleyicileri: Küresel Tasarruf Eğiliminde Değişim ve Türkiye'de Hane Halkı Tasarruf Eğiliminin Analizi", *Bankacılar Dergisi Cilt. 82, Sayı.1*, Anakara 2012 s. 1-43.

Ömer Limanlı, *Türkiye'de Hane Halkı Gelir Eşitsizliğinin Mikro Ekonomik Belirleyicileri*, (Doktora Tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri, Trabzon 2014.

Önder Demirezen, *Türkiye'de Kredilerin Özel Tüketim 90 Harcamalarına Etkisi*, (Uzmanlık Tezi), Kalkınma Bakanlığı Yayın No:2941, Ankara 2015, s.18.

Özge Korkmaz, ''Üniversite Öğrencilerinin Harcamalarının İl Ekonomisine Katkısı: Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Analiz'', *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 29, Sayı: 2*, Erzurum 2015, s. 233-250.

Özge Mumcu, *Küresel tüketim kültürü ve Türkiye*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Ankara Üniversitesi, 2006 .

Özhan Uluatam, *Makro İktisat (7. Bask*ı), Savaş Yayınları, Ankara 1993.

Palgrave, R. H. I., *The new Palgrave: a dictionary of economics (Vol. 1),* Macmillan, 1987.

Pelin Ertekin, *Sürdürülebilir Kaynak Kullanımına Yönelik Çevre Eğitimi Uygulamalarının İlköğretim Öğrencilerinin Karbon Ayak İzi Konusunda Bilinçlenmeleri Üzerine Etkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla 2012, s. 9-10.

Penpece, D., "Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi", 2006, (Çevrimiçi) http://kutuphane.ksu.edu.tr/e-tez/sbe/ T00579/dilek_penpece_tez.pdf, 2006.

Pistaferri, L., "Superior Information, Income Shcks, and the Permanent Income Hypothesis", *Review of Economics and Statistics, Vol. 83, No:3*, 2001, s. 465-476.

Rana Aslanoğlu, *Kent Kimlik ve Küreselleşme*, Aşa Yayınevi, Bursa 1998.

Recai Çınar - İhsan Çubukçu, ''Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları – Karşılaştırmalı Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt: 13, Sayı: 1*, Erzurum 2009, s. 277-300.

Recep Bildik, "Hisse Senedi Piyasalarında Dönemsellikler ve İMKB Üzerine Ampirik Bir Çalışma", *İstanbul: İMKB Yayınları*, İstanbul 2000.

Recep Tarı, ve Ferhat Pehlivanoğlu, "Kocaeli İlinde Tüketici Davranışlarının Gelir-Harcama Grupları İlişkisi Açısından Analizi (Tüketim Harcamaları Profili)", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 13 Sayı 1*, 2007, s. 192-210.

Recep Tarı, Şadan Çalışkan, Yüksel Bayraktar, "Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir Ve Tüketim İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.11, Sayı.1*, 2006, s.168–179. kosbed.kou.edu.tr/sayi11/gelirvetuketim.pdf

Reinhart, C. M., Vegh, C. A., "Nominal Interest Rates, Consumption Booms, and Lack of Credibility: A Quantitative Examination", *Journal of Development Economics, Vol. 46, No. 2,* 1994, pp. 357-378.

Ritzer, G., *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Çev. Sen Süer Kaya, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2000.

Robert Bocock, *Tüketim*, Çev. İrem Kutluk, İkinci Basım, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, Anakara 2005, s.58-61.

Robert Bocock, *Tüketim*, Çev. İrem Kutluk, Dost Kitabevi, Ankara 2014, s. 52-53

Sablik, T., "Life Cycle Hypothesis Focus, Third/Fourth Quarter 8-8", 2016.

Sachs, J. D. ve Larrain, F. B., *Macroeconomics in the Global Economy,* New Jersey Prentice-Hall 1993.

Sami Taban ve Muhsin Kar, *Kalkınma Ekonomisi*, 2.Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa 2015

Sarup, M., *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm,* Çev. Abdulbaki Güçlü, Bilim ve Sanat Yayınları, 1997.

Seda Ç. Mengü, "Tüketimle Edinilen Yanılsanmış Seçkinlik" *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 21(21),* 2005, s. 155-160.

Seda Şengül, "Türkiye'de Gelir Gruplarına Göre Gıda Talebi", *ODTÜ Gelişme Dergisi 31*. S.115-148.

Seyit Cilasun- Murat Kırdar, "Türkiye'de hane halklarının gelir, tüketim ve tasarruf davranışlarının yatay kesitlerle bir analizi", *İktisat İsletme ve Finans*, 24 (280), İstanbul 2009, s. 9-46.

Shafir, E., Diamond, P., & Tversky, A., "Money illusion", *The Quarterly Journal of Economics, 112(2),* 1997, s. 341-374.

Simge Ünlü - Muhammet Filan, "Veblen'in gösterişçi tüketim kavramı çerçevesinde sosyal medya: Instagram influencer'ları üzerine bir analiz", *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 6(12),* 2021, s.39-55.

Singh, B. ve Kumar, R. C., "The Relative Income Hypothesis-A Cross Country Analysis", R*eview of Income and Wealth 17(4),* 1971, s. 341-348.

Sizege, Ç., *Türkiye'de Hanelerin Tüketim Harcamaları: Panel Verilerle Talep Sisteminin Tahmini*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.

Süleyman Uyar, "Karbon (Sera Gazı) Muhasebesi", Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi, *İSMMMO Mali Çözüm, Hakemsiz Yazılar, Mayıs-Haziran* 2011.

Şadan Çalışkan, ''Türkiye'de Gelir Eşitsizliği ve Yoksulluk'' *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Sayı 59*, Kocaeli 2010, s. 89-132.

Şadan Çalışkan, *Kocaeli İlinde (Kır-Kent Ayrımında) Hane Halkı Tüketim Harcamalarının Analizi*, (Doktora Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli 2003.

Şafak Kaypak, "Ekolojik Ayak İzinden Çevre Barışına Bakmak'', *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi* s. *6 (1),* Hatay 2013, s. 154-159, ISSN: 1308-0040.

Şevki Özbilen, *Maliye politikası*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları, 1998, s.373.

Tevfik Çavdar, *İktisat Kılavuzu*, Milliyet Yayınları, İstanbul 1972.

Thaler, R. H., "Irving Fisher: Modern Behavioral Economist", *The American Economic Review. 87(2),* 1997, s. 439-441.

Tsenkwo, J.B., "Testing Nigeria's Marginal Propensity to Consume (MPC) Within the Period 1980-2004", *Journal of Innovative Research in Management and Humanities, 2(1),* April 2011

Tufan Samet Özdurak, *Hysteresis Makro İktisat Kpss ve Kurum Sınavları*, 2008, s.229-236.

Tokgöz, E. (2007). Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi (1914-2007). 8. Baskı.

Uğur Bakır – Murat Çelik, "Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu ve Yıkıcı Reklamlar", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Sayı 7(4),* Konya 2013, s. 46-63.

Umut Omay, *Emeğin Kültür ve Manipülasyon Teorisi*, Beta Yayınları, İstanbul 2009

Van Rijckeghem, C., & Üçer, M., "The evolution and determinants of the Turkish private saving rate: What lessons for policy?", *Paper presented at ERF Conference*, İstanbul 2008.

Vehbi Emre Oflaz, *Türkiye Tüketim Harcaması Esneklik Tahminleri - 2003,* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.

Veysel Bozkurt, *Prütanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği*, Alesta Basım Yayım Dağıtım, Bursa 2000.

Yalçın Kırdar, *Postmodern Pazarlama ve Tüketim Kültürü*, Moss Yayıncılık, İstanbul 2012.

Yavuz Odabaşı, & Gülfidan Barış, *Tüketici Davranışı*, MediaCat Kitapları, İstanbul 2002.

Yavuz Odabaşı, *Tüketim Kültürü*, *3. bs.*, Sistem yayıncılık, Kasım 2009.

Yavuz Odabaşı, *Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici*, MediaCat Yayınları, Birinci Basım, İstanbul 2004.

Zafer Yükseler ve Ercan Türkan, *Türkiye'de Hane Halkı: İşgücü, gelir, harcama ve yoksulluk açısından analizi,* TÜSİAD-T/2008-03/455, 2008.

Zeynep Kaban, *Tüketim İletişimi: Süreçler, Algılar ve Tüketici*, Pales Yayınları 1.Baskı, İstanbul 2014.

Zuhal Özer, "Ekolojik Ayak İzleri", *Bilim ve Teknik Dergisi*, *S. 419*, Ekim 2002, s. 82-84.

Zygmunt Bauman, *Sosyolojik Düşünmek,* (Çev. Abdullah Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2004.

William H. Branson, *Makro İktisat Teorisi ve Politikası*, Derleyen İbrahim Kanyılmaz, Alfa Yayınları, İstanbul 1995.

William S. Brown, *Macroeconomics,* USA: Prentice Hall College Div., 1988.

Wolpin, K. I., A "New Test of the Permanent Income Hypothesis: The Impact of Weather on the Income and Consumption of Farm Households in India", *International Economic Review,* 1982, s. 583-594.

WWF, *Türkiye'nin Su Ayak İzi Raporu*, 2014, http://awsassets.wwftr.panda.org/downloads/su_ayak_izi_raporweb.pdf (Erişim Tarihi: 07 Mayıs 2015