



TC.

**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**GELİR DAĞILIMININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA  
ETKİSİ**

**HAZIRLAYAN**

**CENNET ARMAN**

**TEZ DANIŞMANI**

**Yrd. Doç. Dr. MESUT ÇAKIR**

**AYDIN- 2013**

**TC.**  
**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**GELİR DAĞILIMININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA**  
**ETKİSİ**

**HAZIRLAYAN**  
**CENNET ARMAN**

**TEZ DANIŞMANI**  
**Yrd. Doç. Dr. MESUT ÇAKIR**

**AYDIN- 2013**

TC.  
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE  
AYDIN

Enstitümüz İktisat Ana Bilim Dalı öğrencisi Cennet Arman tarafından hazırlanan *Gelir Dağılımının Tüketici Davranışlarına Etkisi* başlıklı tez, 08.03.2013 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

<u>Unvanı, Adı ve Soyadı</u> :	<u>Kurumu</u> :	<u>İmzası</u>
Yrd. Doç.Dr. Mesut Çakır	ADÜ	.....
Doç.Dr. İsmet Ateş	ADÜ	.....
Yrd. Doç. Dr. Şansel Özpınar	ADÜ	.....

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans Tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun ..... sayılı kararıyla ..... tarihinde onaylanmıştır.

Doç. Dr. Osman PEKER

Enstitü Müdürü

Bu tezde görsel, işitsel ve yazılı biçimde sunulan tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uyularak tarafımdan elde edildiğini, tez içinde yer alan ancak bu çalışmaya özgü olmayan tüm sonuç ve bilgileri tezde kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

Adı Soyadı : Cennet ARMAN

İmza :

**YAZAR ADI SOYADI: CENNET ARMAN**

## **GELİR DAĞILIMIN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**

### **ÖZET**

İktisat konuları içerisinde gelirin önemli bir yeri vardır. İktisadi davranışlara yön veren birçok faktör içinde gelir birçok iktisadi faktörü etkilemekte ve etkilenmektedir. Bu faktörlerden en önemlilerinden biri de tüketicilerin gelirleri ve harcama davranışlarıdır. Bu nedenle en çok araştırılan iktisat konularında biri haline gelmiştir. Bu çalışmalar tüketicilerin gelir ve harcama ilişkilerini iktisadi açıdan incelerken aynı zamanda sosyolojik ve psikolojik açıdan da incelemektedir.

Bu çalışma hanehalklarının gelir, tüketim eğilimlerini ve bunları etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik bir çalışmadır. Bu sebeple gelir ve tüketim öncelikle teorik boyutlarıyla değerlendirilmiş gelir-tüketici davranışları, tüketim harcamaları arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Aydın/Merkez’de 200 bireye anket yapılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler çeşitli demografik faktörlere ve gelir-harcama davranışlarına göre istatistiksel olarak analize tabi tutulmuştur.

Analizler sonucunda, hanehalklarının tüketim harcamalarını büyük oranda gelir dağılımından etkilendiği belirlenmiştir. Ayrıca bireylerin, tüketim harcamaları kararlarında ekonomik faktörler dışında sosyolojik ve psikolojik faktörlerin de etkili olduğu saptanmıştır. Bireylerin demografik özellikleri başta olmak üzere, eğitim düzeyleri, ikamet ettikleri yer, gelirleri, tüketim harcama eğilimleri çeşitli faktör değişkenleri, gelir-tüketim davranış ve harcamalarında etkili faktörlerdir. Bu faktörler hanehalklarının tüketim eğilimlerini önemli derecede etkilemekte ve farklılaştırmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Gelir Dağılımı, Tüketici Davranışı, Gelir, Harcama, Tüketim fonksiyonu, Hanehalkı

**NAME and SURNAME:** Cennet ARMAN

**TITLE: THE EFFECT OF INCOME DISTRIBUTION ON CONSUMERS' ATTITUDES**

### **ABSTRACT**

Income has a key position among the subject of economy. Income affects or is affected by economic factors which give guidance to economic attitudes. One of the most prominent factors is consumers' income and expenditure attitude. Because of this, economy has become one of the most searched economical subjects. These studies examine the relationship between consumer income and expenditure from the economical point of view, and at the same time from the sociological and psychological point of view.

This study is to establish the tendency of society's income, expenditure, consumption and the factors which affect them. Because of this, primarily income and consumption are considered theoretically and the relation between income - consumer attitude and consumption expenditure is evaluated. In the centre of Aydın, nearly 200 people were surveyed. The data obtained from the survey was analyzed statistically according to the various demographic factors and expenditure attitudes.

As a result of the analysis, it is stated that society's consumption expenditure is affected mostly by the income distribution. In addition, it is detected that in the decision of consumption expenditure not only economic factors but also sociological and psychological factors are effective. In particular, individuals' demographic characteristics, educational level, residence, income and consumption expenditure tendencies are effective factors on income- consumption attitudes and expenditures. These factors significantly affect and differentiate society's consumption tendencies.

**Key words:** Income distribution, consumer behaviour, income, consumption function, household

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanması sırasında yardımlarını esirgemeyen danışmanın hocam Yrd. Doç. Dr. Mesut ÇAKIR'a teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim. Ayrıca desteği ve yardımları için Yrd. Doç. Dr. Fatma ÇAKIR'a, engin tecrübesi ve hayatımda yeni bir döneme geçmemde yardımlarını esirgemeyen Prof.Dr. Halil ÇİVİ'ye, manevi destekleri esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Sevgi ÖZSOY'a, araştırmalarım boyunca bana güler yüzüyle destek olan uzman Hicran TÖLEK TOKGÖZ'E, manevi destekleri için Esmâ ACAYİP'e ve Selahattin ZENGİ'ye ve beni bugünlere getiren aileme şükranlarımı sunarım.

Cennet Arman

28.02.2013

## İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY SAYFASI.....	i
BEYAN SAYFASI .....	ii
ÖZET .....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ .....	v
EKLER LİSTESİ .....	ix
TABLolar LİSTESİ.....	x
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### KAVRAMSAL VE TEORİK AÇIDAN GELİR DAĞILIMI

1.1. GELİR DAĞILIMI KAVRAMI .....	2
1.1.1. GELİRİN ÖNEMİ.....	2
1.2. GELİR DAĞILIMI TÜRLERİ .....	4
1.2.1. Kişisel Gelir Dağılımı .....	4
1.2.2. Fonksiyonel Gelir Dağılımı .....	5
1.2.3. Sektörel Gelir Dağılımı .....	5
1.2.4. Bölgesel Gelir Dağılımı .....	6
1.3. GELİR DAĞILIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER .....	6
1.3.1. Piyasa Yapısı.....	6
1.3.2. Demografik Faktörler.....	7
1.3.3. Eğitim Düzeyi .....	7
1.3.4. Servet Dağılımı .....	7
1.3.5. Enflasyon .....	8
1.3.6. Bölgesel Gelişmişlik Farkları.....	8
1.4. GELİR DAĞILIMI EŞİTSİZLİĞİ ÖLÇÜTLERİ.....	8
1.4.1. Gelir Dağılımı Eşitsizliği Ölçütleri .....	8
1.4.2. Lorenz Eğrisi.....	9
1.4.3. Gini Katsayısı.....	10
1.5. TÜRKİYE’DE GELİR DAĞILIMI .....	10
1.5.1. Türkiye’de Gelir Dağılımı Üzerine Yapılmış Araştırmalar .....	10
1.5.2. Türkiye’de Kişisel Gelir Dağılımı .....	13
1.5.3. Fonksiyonel Gelir Dağılımı .....	14



1.5.4.Türkiye’de Sektörel Gelir Dağılımı .....	16
1.5.5.Türkiye’de Bölgesel Gelir dağılımı .....	17
1.5.6.Türkiye’de Gelir Dağılımı Eşitsizliğinin Nedenleri.....	18
1.6.GELİR DAĞILIMI TEORİLERİ.....	20
1.6.1.Gelir Dağılımı Teorileri .....	20
1.6.1.1.Klasik Gelir Dağılımı.....	20
1.6.1.1.1.Ricardo’nun Gelir Dağılımı Teorisi.....	22
1.6.1.1.2. Marx’ın Gelir Dağılımı Teorisi.....	23
1.6.1.1.3.Neoklasik Gelir Dağılımı .....	24
1.6.2. Keynesyen Gelir Dağılımı .....	25
1.6.2.1. Kalecki’nin Gelir Dağılımı Teorisi.....	26
1.6.2.2.Kaldor’un Gelir Dağılımı Teorisi .....	27
1.7.DÜNYADA GELİR DAĞILIMI .....	28
1.7.1.OECD Ülkelerinde Gelir Dağılımı .....	29
1.7.2.Az Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Gelir Dağılımı.....	30
1.7.3.Gelişmiş Ülkelerde Gelir Dağılımı .....	31

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİM, TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE GELİR-HARCAMA İLİŞKİSİ

2.1.TÜKETİM VE TÜKETİCİ HARCAMALARI .....	33
2.2. TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI .....	34
2.2.1.Tüketici Davranışlarının Yapısı .....	35
2.2.2.Tüketici Davranışlarının Özellikleri .....	36
2.3.TÜKETİCİ DAVRANIŞI KURAMLARI .....	38
2.3.1.Marjinalist Tüketim Kuramı .....	38
2.3.2.Keynesyen Tüketim Kuramı .....	39
2.3.3.M.Friedman'ın Tüketim kuramı .....	39
2.3.4.Modern Tüketim Kuramı .....	40
2.3.5.Geri Kalmama Etkisi.....	41
2.3.6.Snop Etkisi .....	41
2.3.7.Veblen Etkisi.....	41
2.4.GELİR -TÜKETİM HARCAMALARI İLİŞKİSİ.....	42
2.4.1.Tüketim Harcamalarını Etkileyen Faktörler .....	42
2.4.1.1.İktisadi Faktörler .....	42
2.4.1.2.Demografik Faktörler.....	44

2.4.1.3.Sosyolojik ve Psikolojik Faktörler .....	45
2.5.TÜRKİYE’DE TÜKETİM VE TÜKETİM HARCAMALARI .....	46
2.5.1.Türkiye’de Tüketim Harcamaları İle İlgili Yapılan Çalışmalar.....	46
2.5.2.Türkiye’de Tüketim Harcamalarını Etkileyen Faktörler.....	48
2.5.2.1.Türkiye’deki İktisadi, Demografik ve Davranışsal Faktörlerin Tüketim Harcamaları Üzerindeki Etkisi .....	48
2.6.TÜKETİM FONKSİYONLARIYLA İLGİLİ YAPILMIŞ OLAN LİTERATÜR ÇALIŞMALARI .....	51
2.6.1.Tüketim Fonksiyonuyla İlgili Olarak Türkiye’de ve Dünyada Yapılmış Olan Literatür Çalışmalar .....	51

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### GELİR DAĞILIMININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ .....	55
3.2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KISITI.....	55
3.3.ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ.....	56
3.4.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ .....	57
3.5.ARAŞTIRMANIN ANALİZİ VE SONUÇLARI.....	57
3.5.1.Demografik Özellikler İle İlgili Analiz Sonuçları .....	59
3.5.2.Gelir, Harcama ve Hanehalkı Özelliklerine Göre Analiz Sonuçları.....	61
3.5.3.Regresyon Analizi Sonuçları .....	83
3.5.4.Faktör Analizi Sonuçları .....	87
3.5.5.Kruskal Wallis H Testi Sonuçları .....	89
SONUÇ .....	94
KAYNAKÇA.....	99
EKLER.....	107
ÖZGEÇMİŞ .....	116

## EKLER LİSTESİ

EK 1: Anket Formu.....	107
EK 2: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Gıda Harcaması İle İlişkisi.....	112
EK 3: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Barınma Harcamaları İle İlişkisi...	112
EK 4: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Giyim Harcamaları İle İlişkisi.....	112
EK 5: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Kişisel Bakım Harcamaları İle İlişkisi.....	112
EK 6: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Sağlık Harcamaları İle İlişkisi.....	113
EK 7: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Ulaşım Harcamaları İle İlişkisi.....	113
EK 8: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Eğitim Harcamaları İle İlişkisi.....	113
EK 9: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Ev hizmetleri/temizlik Harcamaları İle İlişkisi.....	113
EK 10: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Haberleşme Harcamaları İle İlişkisi.....	113
EK 11: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Mobilya, Ev aletleri ile Harcamaları İle İlişkisi.....	114
EK 12: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Sosyal ve kültürel Harcamalar İle İlişkisi.....	114
EK 13: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Lokanta Harcamaları İle İlişkisi..	114
EK 14: Tekli Regresyon Analizine Göre Gelirin Tatil Harcamaları İle İlişkisi.....	114
EK 15: Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	114
EK 16: Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	115
EK 17: Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	115

## TABLolar LİSTESİ

Tablo:1 Eşdeğer Hanehalkı Kullanılabilir Gelirlerin Lorenz Eğrisi.....	9
Tablo:2 Türkiye’de Kişisel Gelir Dağılımı.....	13
Tablo: 3 Türkiye’de Fonksiyonel Gelir Dağılımı.....	15
Tablo:4 Türkiye’de Sektörel Gelir Dağılımı (%).....	16
Tablo:5 Türkiye’de Bölgeler İtibariyle Yüzde 20’lik Kesimlerin Milli Gelirden Aldıkları Paylar.....	17
Tablo:6 Satın Alma Gücü Paritesine Göre Dünyanın En Zengin En Yoksul Ülkeleri.....	29
Tablo: 7 Dünyada Gelir Eşitsizliğinde Değişmeler-Özet.....	30
Tablo: 8 Türkiye’de Gelire Göre Sıralı %20’lik Gruplarda Tüketim Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı .....	49
Tablo: 9 Güvenirlik analizi.....	58
Tablo: 10 Güvenirlik analizi.....	58
Tablo:11Araştırmada Yer Alan Kişilerin Demografik Özellikleri.....	60
Tablo:12 Araştırmada Yer Alan Kişilerin Hanelerinde Çalışan Sayıları ve Elde Ettikleri Gelir Türlerine Göre Dağılımı.....	62
Tablo:13 Ankete Katılan Kişilerin Otomobil Sayılarının Dağılımı.....	65
Tablo:14 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Sosyal Ve Kültürel Harcamaları.....	71
Tablo:15 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Gıda Harcamaları.....	72
Tablo:16 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Barınma Harcamaları.....	72
Tablo:17 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Ortalama Gelirlerinde Tasarruf Miktarlarına Ayrırdıkları Paylar.....	73
Tablo:18 Araştırmaya Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre İhtiyacı Olmadığı Halde Alış Veriş Yapıp Yapmama Durumu.....	74
Tablo:19 Araştırmaya Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre İhtiyaçlarının Tüketim Harcamaların Da Etkili Olup Olmama Durumu.....	75
Tablo:20 Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyet Durumlarına Göre, Tüketim Harcamalarında Sosyal Çevrelerinin Etkili Olup Olmama Etkisi.....	75

Tablo:21 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelir Durumlarının, Tüketim Harcamalarında Gelir Düzeylerinin Etkisi.....	76
Tablo:22 Ankete Katılan Kişilerin Algı, Tutku Ve Alışkanlıklarının Yaş Dağılımlarına Göre Tüketim Harcamalarına Etkisi.....	77
Tablo:23 Ankete Katılan Kişilerin Tüketim Harcamalarında Aylık Hane İçi Toplam Gelirlerine Göre Satın Almayı Düşündükleri Malın Fiyatın Tüketimlerine Etkisi.....	78
Tablo:24 Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre, Tüketimlerinde Tüketmek İstedikleri Malın Kalitesinin Etkisi.....	79
Tablo:25 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre Harcamalarında İndirimlerin Etkisi.....	80
Tablo:26 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre Tüketimlerinde Kampanyaların Etkisi.....	80
Tablo:27 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre Tüketimlerinde Promosyonların Etkisi.....	81
Tablo:28 Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre Tüketimlerinde, Tükettiklerin Malın Garantisinin Etkisi.....	82
Tablo:29 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre İkamet Ettikleri Yere Etkisi.....	82
Tablo:30 Faktör analizi sonuçları.....	87
Tablo:31 Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyet Farklılıklarına Göre Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	90
Tablo:32 Ankete Katılan Kişilerin Medeni Durumlarına Göre Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	91
Tablo:33 Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	92

## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik:1 Araştırmaya Katılan Kişileri Hane İçi Aylık Ortalama Gelir Dağılımları..	62
Grafik:2 Araştırmaya Katılan Kişilerin Aylık Kişisel Ortalama Gelirleri.....	63
Grafik:3Ankete Katılan Kişilerin Kendilerini Gördükleri Gelir Gruplarının Dağılımı.....	64
Grafik:4 Ankete Katılan Bireylerin Aylık Tüketim Harcamalar.....	64
Grafik: 5 Ankete katılan kişilerin aylık gıda harcamaları.....	65
Grafik:6 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Barınma Harcamaları.....	66
Grafik: 7 Ankete Katılan Kişilerin Giyim Harcamaları.....	66
Grafik: 8 Ankete Katılan Kişilerin Kişisel Bakım Harcamaları.....	67
Grafik: 9 Ankete Katılan Kişilerin Sağlık Harcamaları.....	68
Grafik: 10 Ankete Katılan Kişilerin Ulaşım Harcamaları.....	69
Grafik:11 Ankete Katılan Kişilerin Eğitim Harcamaları.....	69
Grafik: 12 Ankete Katılan Kişilerin Ev Hizmetleri/Temizlik Hizmetleri.....	70
Grafik: 13 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Haberleşme Harcamaları.....	70
Grafik: 14 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Mobilya Ve Ev Aletleri Harcamaları.....	73
Grafik: 15 Ankete Katılan Kişilerin Tasarruf Yapıp Yapmadıkları İle İlgili Dağılımları.....	73

## GİRİŞ

Gelir dağılımı, insanoğlunun var olduğu dönemden beri sosyal adaletin ve toplumsal barışın sağlanması açısından önemli bir kavram olmuştur. İnsanoğlu var olduğundan beri aynı zamanda farklı farklı ihtiyaçlar içinde bulunmuştur. Bu ihtiyaçları karşılayacak olan tüketim malları ise, insanoğlunun ihtiyaçlarına oranla yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple iktisat bilimi içerisinde gelir ve gelir dağılımını etkileyen ve gelir dağılımından etkilenen faktörler araştırılmıştır. Gelir dağılımın, tüketim ve tüketim ile ilgili konularla yakın ilişkisi önemli bir araştırma konusu olmuştur.

Tüketici, sonsuz sayıdaki mal ve hizmet içinden kendisine en fazla faydayı sağlayacak olan mal ve hizmeti seçmede serbest olmakla birlikte elde ettiği geliri bu mal ve hizmetleri satın almasında sınırlandırmıştır. Tüketiciler gelir kısıtı altında, en fazla ihtiyaç duyduğu malı ilk önce satın alırken, en az ihtiyaç duyduğu malı en son satın alarak faydasını maksimumlaştırmaya çalışmaktadır. Gelir dağılımı ihtiyaçlara yön verirken, aynı zamanda da tüketicilerin elde ettikleri gelirin harcama grupları arasındaki dağılımını da etkilemektedir. Bu alanda Türkiye’de de birçok çalışma ve araştırma yapılmış ve yapılmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, Aydın/Merkez ilinde gelir- tüketim harcamaları ve tüketici davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Böyle bir çalışmayla, Aydın’da yaşayan 18 yaş ve üstü gelir elde eden bireylerin, gelir dağılımı-tüketim harcamaları ve davranışları arasında mutlak doğrusal bir ilişkisinin varlığı temel hipotezidir. Ancak gelir kaynaklarının, gelir dağılımının, harcama eğilimlerinin, demografik özelliklerin farklı oluşu tüketim harcamalarını ve tüketici davranışlarını farklılaştırmaktadır. Bütün bunlar, hanhalklarının yaşam standartlarını ve refah düzeylerini yansıtan bulgulara ulaşmamıza yardımcı olacaktır.

Bu doğrultuda yapılan çalışmada, birinci ve ikinci bölümde gelir dağılımı ve tüketim kavramları teorik boyutuyla ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise, gelir dağılımını etkileyen, gelir dağılımından etkilenen tüketim harcamaları ve tüketici davranışları arasındaki ilişki istatistiksel olarak analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın genelinde gelir-tüketim ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **KAVRAMSAL VE TEORİK AÇIDAN GELİR DAĞILIMI**

#### **1.1. GELİR DAĞILIMI KAVRAMI**

Gelir dağılımındaki adaletsizlik ve yoksulluk günümüzde dünyanın karşılaştığı en ciddi sorunlardandır. Küreselleşmenin hızlanmasıyla başlayan değişim sürecinde gelir dağılımı sorunu sıradan bir iktisat sorunu olmaktan çıkmış, politik ve sosyal bir sorun olarak görülmeye ve genelde yoksulluk sorununa bağlanmaya başlanmıştır. Bu çerçevede “gelir yoksulluğu”, “sosyal imkân yoksulluğu” ve “insanî yoksulluk” gibi yeni kavramlar ortaya atılmıştır. Diğer taraftan, gelirin kişisel, fonksiyonel, faktörel ve bölgesel dağılımını gösteren çalışmalar, eskiden olduğu gibi gelir eşitsizliğinin değişimini izlemekte kullanılmaya devam etmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı [DPT] 2001). Küreselleşmenin etkisiyle de gelir dağılımı her ülkenin çözmek için uğraş verdiği bir ekonomik sorun haline dönüşmüştür.

Gelir dağılımı, bir ekonomide belli bir dönemde yaratılan gelirin bireyler, toplumsal gruplar ve üretim faktörleri arasında bölüşülmesi şeklinde tanımlanabilir. Ülkeler için önemli olan gelir eşitsizliği farkının azaltılmasıdır.

Mal ve hizmet üretimine katılan işgücü ve sermayenin, bu süreçte yaratılan değer artışını kendi aralarında nasıl bölüşecekleri, teknik, ekonomik ve siyasal boyutları olan, çok yönlü ve karmaşık bir konudur (Kepenek ve Yentürk, 2007: 539). Toplumda sosyal adaletin gerçekleşmesi toplumsal huzur ve adalet için oldukça önemlidir. Kesimler arasındaki gelir farklılıklarının fazla olması devlet hizmetlerinden yararlanma durumlarını etkileyecektir.

##### **1.1.1. GELİRİN ÖNEMİ**

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik sorunları her zaman süregelmiştir. Yüksek işsizlik, yüksek enflasyon, yüksek cari açık ülkelerin ekonomik problemlerinden bazılarıdır. Ekonomistler bu problemlere, bir de gelir dağılımı ve gelir eşitsizliği sorununu gündeme getirmiştir. Devletler, ekonomi uzmanları, akademisyenler bu konu üzerinde birçok araştırma yapmaktadır. Gelirin nasıl daha adil olabilir ve asgari yaşamını sağlayacak kadar payı nasıl alabilir



araştırmaktadır. Bu durumda en çok yapılması gerekenler devlet müdahalesi ile adaletin sağlanmaya çalışılmasıdır. Mülkiyet sahibi olanlar için ve yönetenler geliri elinde bulundurduklarından dolayı bölüşümü adaletsizce ya da eşitsizliği sağlamada durumun aciliyetini anlamayabilirler. İşte bu durumda ekonomik veriler ve ülkeler arası gelir dağılımı karşılaştırılmalarıyla sorunun büyüklüğü fark edilmektedir.

İnsanoğlu varoluşundan bu yana gerek ihtiyaçları gerekse yaradılışı gereği üretken olmuştur. Ekonomik hayatın tarım ve hayvancılıkla geçirildiği dönemlerde takasla ekonomik faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Buda gelir diye bir kavramın olmadığına göstergesidir. Para ekonomik hayatta yerini almasıyla durumlar değişmiştir. İşte o zaman adaletsizlikler, zenginler, fakirler, yoksullar ortaya çıkmıştır. Buda beraberinde çeşitli iktisat politikalarını, devlet müdahalelerini doğurmuştur.

Bir ülkede sosyal barışın sağlanması ve korunması toplumsal amaçların en önemlilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu amacın gerçekleştirilmesi ise önemli ölçüde gelir dağılımının adil olmasına ve asgari gelir düzeyinin belli bir seviyenin altına düşmemesine bağlıdır. Adil gelir dağılımı, sübjektif olarak değerlendirilebilen bir kavram olması nedeniyle tanımlanmasında güçlüklerle karşılaşmaktadır. Gelir grupları arasında büyük uçurumların olmadığı dağılım adil gelir dağılımı olarak tanımlanabilir. Sosyal barışın sağlanması adil gelir dağılımını zorunlu kılmaktadır. Ancak gelir dağılımında adaletin sağlanması kendiliğinden gerçekleşmeyeceği için gelir dağılımına devlet müdahalesi sosyal devletin bir gereği olarak kabul edilmektedir (Şahin, 2000: 449). İktisat kuramı için bir ülkenin gelir dağılımı, refahının bir göstergesi ise önem arz etmektedir.

Gelir dağılımı araştırmaları, marjinal faydanın sağlanması açısından da son derece önemlidir. Ekonomiyi yönetenlerin, yani iktidarların sosyal politika belirlerken marjinal faydayı dikkate almaları, yapılacak sosyal harcamalardan, optimum yarar sağlanması açısından oldukça önemlidir. Belirli bir malın, onu tüketen belirli bir kişiye marjinal faydası, tüketilen son birimin toplam faydaya yaptığı ilave faydadır. Bir gereksinme ne kadar şiddetliyse, o gereksinmeyi karşılamaya yarayan mal ya da hizmetin sağladığı fayda o kadar büyük olacaktır. Nasıl bir gereksinme karşılandıkça şiddeti azalıyorsa, bir kimsenin sahip olduğu mal

miktarı da arttıkça o malın kişiye sağladığı fayda azalmaktadır. Şu halde, bir kişiye sahip olduğu her hangi bir malın ilk biriminin sağladığı fayda, aynı malın ikinci biriminkinden daha büyüktür. Azalan son birim yararı yasasına göre, geliri yüksek olan bir kişinin, gelirinin daha da artması, gelirinin artan kısmına çok fazla ihtiyaç duyulmaması nedeniyle, o kişiye önemli bir katkı sağlamaz. Gelir artmaya devam ettiği sürece, gelirin faydası azalmaya devam edecektir. Marjinal faydanın azalışı kuralı tüketilen her mal ve her tüketici için, her mekânda geçerlidir. Bu yönsemeye, evrensel olduğunu belirtmek için “azalan marjinal fayda yasası” adı verilir.” (Durna, 2011: 6).

Dünyanın tüm ülkelerinde gelir dağılımı adaleti önemlidir, ama en çok da geri kalmış ülkelerde önemlidir. Çünkü bu ülkelerde kişi başına gelir zaten çok düşüktür. Gelir dağılımı adaletsiz olunca, o ülkelerde yaşayan insanların çoğunluğu, o çok düşük olan gelirin de çok altında bir gelirle yaşamak zorunda kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerdeki bu adaletsiz durum, kısa zaman içinde, tam olarak düzeltilmese de, hiç değilse yumuşatılma olanağı vardır. Ancak, “olanaklı olan, onu gerçekleştirmeye girişen olmayınca, hiçbir zaman gerçek olmaz” (Durna, 2011: 8).

## **1.2. GELİR DAĞILIMI TÜRLERİ**

### **1.2.1. Kişisel Gelir Dağılımı**

Kişisel gelir dağılımı toplam gelirin; toplumu meydana getiren bireyler, aileler ve gruplar arasındaki dağılımını ifade etmektedir. Kişisel gelir dağılımı bireysel ve statiktir. Kişisel gelir dağılımında, gelirin fertler ya da haneler arasındaki dağılımı ön plandadır. Milli gelirin belirli dönemlerde, ekonomik faaliyetler dikkate alınmaksızın bireyler arasında nasıl dağıtıldığını, kişisel gelir dağılımı ortaya koymaktadır (Şahin, 1997: 387). Kişisel dağılım bu nedenle sınıfsal açıdan nötr sayılır. Hanehalkının yüzdelere ayrılması ya da dilimlenmesi, veri elde edebileceği ölçüde istenildiği gibi yapılabilir. Bununla birlikte beşli ayırım olarak adlandırılan %20’lik bölümlene, en yaygın biçimde kullanılan yaklaşımdır (Ay, 2004: 86).

Bir ülke için kişisel gelir dağılımı oldukça önemlidir. Kişisel gelir dağılımı farklılıklarının minimum olduğu ülkelerde sosyal, siyasal ve en önemlisi ekonomik

hayatta kaoslar azalma eğilimlidir. Bu yüzden bireyler arası ve tüketiciler arası gelir eşitsizlikleri incelenmek isteniyorsa kişisel gelir dağılımından yararlanır.

### **1.2.2. Fonksiyonel Gelir Dağılımı**

Bilindiği gibi üretimde kullanılan girdiler, üretimdeki işlevlerine göre emek, sermaye, toprak ve girişimcilik diye adlandırılmaktadır. Bir ülkede gelirin bu gruplara göre dağılımına fonksiyonel gelir dağılımı denilmektedir (Eren, 2010: 90).

Fonksiyonel gelir dağılımında emeği ile para kazanan ücretliler ile diğer üretim araçları ile faiz, rant, kâr elde edenler karşılaştırılmaktadır. Bu sebeple fonksiyonel gelir dağılımı kaba hatlarıyla bir sınıflamayı gösterebilir.

### **1.2.3. Sektörel Gelir Dağılımı**

Gelirin sektörel dağılımı, bir ekonomide yaratılan toplam hâsılanın iktisadi faaliyet kollarına göre dağılımını ifade eder (DPT, 2001: 19). Tarım, sanayi, hizmet ve diğer sektörlerin milli gelirden aldıkları payları gösteren sektörel gelir dağılımı, o ülkenin ekonomik gelişimi açısından en doğru bilgileri verir. Başka bir ifadeyle, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin ulusal gelirden aldıkları payları, bunların uzun vadedeki seyirlerini, ulusal gelir dağılımındaki değişikliklerin hangi sektörlerin lehine ya da aleyhine geliştiğini ortaya koyar (Şit, 2008: 15).

Sektörel gelir dağılımının incelenmesindeki amaç genellikle gelir dağılımındaki adaletsizliğin saptanmasından farklıdır. Bu tür dağılımla ülkedeki ekonomik sektörlerin oransal büyüklükleri ve yıldan yıla gösterdikleri gelişmeler kolaylıkla saptanabilir. Sektörel gelir dağılımının ekonomik gelişmişlik düzeyi hakkında vereceği en önemli ipucu da tüm dünya genelinde görülen sektörel gelir dağılımı oranlarıdır. Nitekim azgelişmiş ülkelerde tarımın sektörel gelir dağılımından aldığı pay çok yüksek olurken, yarı gelişmiş ülkelerde sanayi sektörü en büyük payı almakta, tam anlamıyla gelişmiş ülkelerde ise, en büyük pay hizmetler sektörünün olmaktadır (Sarı, 2002: 46).

#### **1.2.4. Bölgesel Gelir Dağılımı**

Bölgesel gelir dağılımı bir ülkede yaratılan gelirin coğrafi olarak dağılımını göstermektedir. Genellikle ülkelerin bütün bölgeleri aynı derecede kalkınmış değildir. Ülke coğrafyası içerisinde bazı bölgeler gelirden fazla pay alırken bazı bölgelerde yeteri kadar pay alamamakta ve geri kalmaktadır. Bölgesel gelir dağılımı adaletinin sağlanması için bölgelerin gelir ve istihdam yapılarının analiz edilerek her bölgenin kendi yapısal özelliklerine uygun çözümler üretilmesi gerekmektedir (Öztürk, 2009: 19-20).

Bölgesel ya da coğrafi gelir dağılımı, kişisel gelir dağılımının bir alt bölümü olarak değerlendirilebilir. Bir ülkenin farklı bölgelerine ait milli gelirden ne oranda pay aldıklarını göstermektedir. Bölgesel gelir dağılımı, ülke içinde gelişmişlik düzeyini karşılaştırmada önemli bir araçtır. Ayrıca, çeşitli bölgeler arasındaki kişi başına isabet eden gelir farklılıklarını bulmaya yarayan bir gelir dağılım türüdür (Hepaktan ve Akkaya, 2001: 43).

### **1.3. GELİR DAĞILIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Belirli bir ülkede gelir dağılımını etkileyen birçok sosyal, ekonomik etken mevcuttur. Gelir dağılımı ekonominin hemen hemen tüm olaylarından etkilenmekte ve toplumun tüketimini, harcamalarını hatta zevk ve tercihlerini bile yönlendirmektedir. Bu yüzden gelir dağılımını etkileyen her bir faktörün iyi analiz edilmesi şarttır. Bu faktörlerin iyi analiz edilmesi eşitsizliği azaltmada önemli rol oynayacak hanehalklarının refah seviyelerinin iyileşmesinde yardımcı olacaktır. Piyasa yapısı, demografik faktörler, eğitim düzeyi, servet dağılımı, enflasyon ve bölgesel gelişmişlik farklılıkları gelir dağılımını etkileyen unsurlar olarak sıralanabilir.

#### **1.3.1. Piyasa yapısı**

Bir ekonomide mal ve faktör piyasalarında tam rekabet koşullarında daha çok aksak rekabet koşulları geçerlidir. Aksak rekabet koşullarının görüldüğü piyasalarda faaliyet gösteren firmalar, üretimlerini suni olarak azaltarak fiyatlarını yükseltmek

suretiyle aşırı kâr elde edebilmektedirler. Bu durum ise gelir dağılımını monopolcü ve oligopolcü firma sahipleri lehine değiştirmektedir (Metin, 2012: 94).

### **1.3.2. Demografik faktörler**

Nüfus artışı, göçle birlikte ülkelerde gelir dağılımını etkileyen önemli faktörler haline gelmiştir. Nüfus artış hızıyla beraber yatırımların gerçekleştirilememesi işsizliği meydana getirmiştir. Bu nedenle toplumda gelir elde edemeyen gruplar arasında eğitim, sağlık hizmetlerinden yararlanmaları zorlaşmıştır. Göç alan yerlerde de aynı durumlarla karşılaşılır. Hane halkları asgari yaşamlarını karşılayacak gelire sahip olmada dahi zorlanırlar.

### **1.3.3. Eğitim düzeyi**

Gelir dağılımını etkileyen önemli faktörlerden bir diğeri de bireyin küresel anlamda geçerli bilgi, beceriye sahip olup olmadığıdır. Eğitim, bölüşüm dengesizliğinin azaltılmasında etkin bir politika aracı olmasına rağmen eğitimde fırsat eşitliğini sağlayan bir politika yoktur. Çünkü iyi bir eğitim için yüksek gelir gerekmektedir. Kırsal kesimde eğitim düzeyinin düşük olduğunu göz önüne aldığımızda, sektörel gelir eşitsizliği nedeniyle düşük eğitilmiş bireyler kırsal kesimden kente göç etmekte ve ucuz emek olarak istihdam edilmektedir. Ve sektörel gelir eşitsizliği fonksiyonel dağılımı da olumsuz yönde etkilemektedir (DPT, 2001: 63-64).

Az gelişmiş ülkelerde bitirilen öğretim aşamasından beklenen özel getiri miktarı, öğretim kademesinin öğrenciye maliyetinden çok daha fazla artmaktadır. Bu ülkelerde, beklenen fayda ile maliyet arasındaki farkın en yüksek düzeye çıkarılması için olduğunca fazla eğitim aşamasının kat edilmesi gerekmektedir (DPT, 2001: 64).

### **1.3.4. Servet Dağılımı**

Gelir dağılımında farklılık yaratan diğer bir faktör servet dağılımıdır. Gelişmekte olan ülkelerde toprağın büyük kısmının belirli bir kesimin elinde toplanması farklılıkları belirginleştirmiştir.

Gelir dağılımında servete bağlı olarak ortaya çıkan dengesizliklerin giderilmesinde arazi, bina ve servetler üzerinden alınan dolaysız vergiler önem kazanmaktadır. Servetin değerinin artması sonucu gelir dağılımının servet sahibi lehine bozulması, servet üzerinden alınan dolaysız vergilerle bir ölçüde giderilmiş olmaktadır. Aksi halde, servet dağılımındaki dengesizliğe bağlı olarak gelir dağılımındaki adaletsizlik daha da artmaktadır (DPT, 2001: 63).

### **1.3.5. Enflasyon**

Enflasyon, ekonomide kısaca fiyatlar genel seviyesinin sürekli yükselmesidir. Bir ekonomide yüksek enflasyon söz ise gelir dağılımında eşitsizliklerin olduğu görülür. Geliri yüksek olan servet sahibi kişiler enflasyondan etkilenmezken, sabit geliri kişiler elde ettikleri gelirle aynı kullandıkları mal ve hizmetleri kullanmada zorluklar çekeceklerdir.

### **1.3.6. Bölgesel Gelişmişlik Farkları**

Bir ülkede ekonomik gelişme, ülke içindeki her bölgede ya da bölge içindeki tüm yerleşim merkezlerinde aynı anda başlamamaktadır. Ekonomik gelişmelerin doğasında dengesizlik vardır. Önce, gelişmeye uygun koşullara sahip merkezler gelişir. Dolayısıyla her ülkede, bölgeler arasında, ekonomik gelişme ile birlikte ortaya çıkmış az ya da çok yoğunlukta sosyo-ekonomik gelişmişlik farkları vardır. Gelişmiş bölgelerde istihdam olanakları fazla, ücretler yüksektir. Geri kalmış bölgelerde ise işsizlik oranı yüksek, ücretler düşüktür. Mevcut işletmeler daha çok, yöreye hitap eden ve emek-yoğun teknolojiyle çalışan küçük işletmelerdir. Bölgelerarası gelişmişlik farkı, kişisel gelir farklılıklarının en önemli nedenlerinden birini oluşturmaktadır (Dinler, 2003: 280-281).

## **1.4. GELİR DAĞILIMI EŞİTSİZLİĞİ ÖLÇÜTLERİ**

### **1.4.1. Gelir Dağılımı Eşitsizliği Ölçütleri**

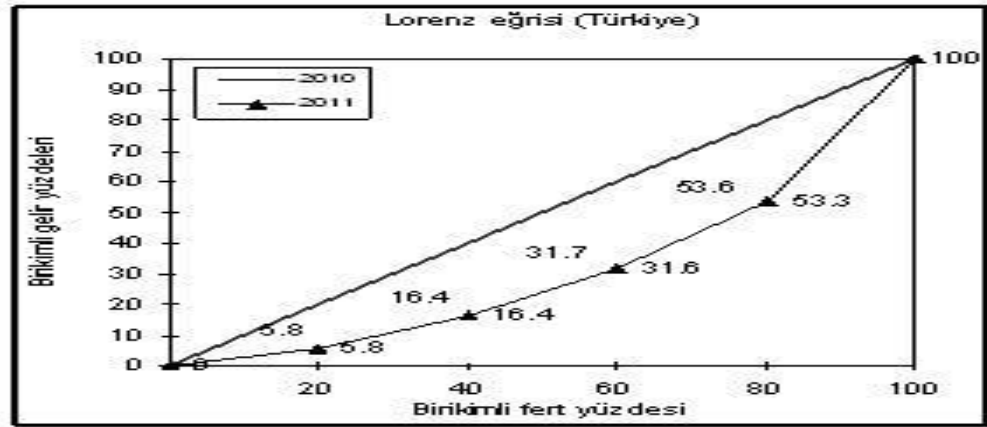
Gelir dağılımı üzerinde durulması gereken önemli bir nokta da, gelir dağılımı eşitsizliğinin ne şekilde ölçülebileceğidir. Ölçümleme ile ilgili olarak ekonomi kuramında en çok kullanılan iki araç Lorenz eğrisi ile Gini katsayısı ya da oranıdır.

Bu iki araç yardımıyla zaman içinde ülkede gelir dağılımının nasıl değiştiğini izlemek ve ülkelerarası karşılaştırmalar yapmak mümkündür (Karluk, 2009: 71).

### 1.4.2. Lorenz Eğrisi

Lorenz eğrisi, belli bir dönemde ekonomide yaratılan reel gelirin yüzde olarak kişisel bölüşümünü gösteren bir eğridir. Bir karenin yatay ekseninde nüfus dilimleri birikimli ve yüzde olarak, dikey ekseninde ise kişilerin (hanehalkının) gelir dilimleri yine birikimli ve yüzde olarak gösterilebilir. Her eşit nüfus diliminin ulusal gelirden aldıkları paylar işaretlendiğinde, geometrik olarak Lorenz eğrisi bulunur (Karluk, 2009: 71).

Tablo:1 Eşdeğer Hanehalkı Kullanılabilir Gelirlerin Lorenz Eğrisi



Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/>

Orijinle karşı köşeyi birleştiren 45 derecelik doğru eş bölüşüm doğrusudur ve gelirin tam olarak eşit dağıldığı bir durumu göstermektedir. Eş bölüşüm doğrusu mutlak eşitlik doğrusu şeklinde de ifade edilebilir. Bir ülkede gelir dağılımında eşitsizlik varsa, mutlak eşitsizlik doğrusu yanında fiili dağılımı gösteren ikinci bir eğri çizilir. Kişisel gelir dağılımı eşitlikten uzaklaştıkça fiili gelir dağılımını gösteren eğri de (Lorenz Eğrisi) eşitlik doğrusundan uzaklaşır (Metin, 2012: 92).

TÜİK hanehalkı araştırması 2011'e göre, ortalama yıllık hanehalkı kullanılabilir geliri 24 343 TL'dir. Türkiye'de hanehalkı başına düşen ortalama yıllık kullanılabilir gelir 24 343 TL iken, ortalama yıllık eşdeğer hanehalkı kullanılabilir gelir ise 10 774 TL'dir. İstanbul Bölgesi 14 873 TL ile ortalama yıllık eşdeğer

hanehalkı kullanılabilir geliri en yüksek olan bölge durumundadır. Bunu, 12 924 TL ortalama gelir ile Ege Bölgesi izlemektedir. En düşük ortalamaya sahip bölge ise 5 418 TL ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir. Toplam gelir içinde en fazla pay maaş-ücret gelirlerine aittir. Maaş-ücret gelirleri % 44,8'lik oranla toplam gelir içerisinde en fazla paya sahiptir. Bunu % 21,4 ile müteşebbis gelirleri ve % 19,4 ile sosyal transferler izlemektedir. Sosyal transferlerin % 92'sini emekli ve dul-yetim aylıkları oluşturmaktadır. Emekli ve dul-yetim aylıkları toplam gelir içinde % 17,8'lik paya sahip iken, diğer sosyal transferlerin payı % 1,5'dir. Müteşebbis gelirlerinin ise % 68,2'si tarım-dışı gelirlerden oluşmaktadır.

### **1.4.3. Gini Katsayısı**

Gelir dağılımı eşitsizliğini değerlendirmede diğer bir göstergede Gini katsayısıdır. Gini katsayısı mutlak eşitlik doğrusu ile Lorenz eğrisi arasında kalan alanın mutlak eşitlik doğrusu altında kalan üçgenin alanına oranını ifade eder. Yüzde yüz gelir dağılımı eşitliği halinde Gini katsayısı sıfır değerini alır. Gini katsayısı bire yaklaştıkça gelir dağılımı eşitsizliğinin arttığı anlaşılır (Şahin, 2006: 570).

TÜİK, hanehalkı araştırması 2011'e göre Gini katsayısı 0,404 olarak tahmin edilmiştir. Gelir dağılımı eşitsizlik ölçütlerinden Gini katsayısı bir önceki yıla göre 0,002 puan artış ile 0,404 olarak tahmin edilmiştir. Katsayı, kentsel yerleşim yerleri için 0,394, kırsal yerleşim yerleri için ise 0,385 olarak tahmin edilmiştir.

## **1.5. TÜRKİYE'DE GELİR DAĞILIMI**

### **1.5.1. Türkiye'de Gelir Dağılımı Üzerine Yapılmış Araştırmalar**

Türkiye'de gelir dağılımı üzerine araştırma yapmak isteyen her araştırmacıyı önemli sorunlar beklemektedir. Bu sorunların en önemlisi veri yetersizliğidir. Sağlıklı ve iyi sonuçlar alabilmek için iyi bir veri tabanı oluşturmak önemlidir. Araştırma yapılan alanlarda zaman serilerinin olmaması bir sorundur. Türkiye'de 1960'lı yılların başından itibaren belli dönemlerde gelir dağılımı ile ilgili araştırmalar yapılmış, bu araştırmalara kaynak oluşturan veri oluşturma sürecindeki eksiklikler, Türkiye'de gelir dağılımı araştırmalarını engellemiştir.



Türkiye’de gelir dağılımına yönelik ilk çalışma 1963 yılında DPT Gelir Dağılımı Araştırması ile başlamıştır. Daha sonra 1973, 1986, 1987, 1994, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 ve 2008 yıllarında yapılmıştır. Bu anketlerden ilk ikisi DPT’ye daha sonrakiler TÜİK’ aittir. 1963 Yılı Gelir Dağılımı araştırması vergi kayıtlarına bağlı kalınarak yapılmıştır. Daha sonraki araştırmalar ise bireysel gelir dağılımını tespit eden çalışmalardır ( Karluk, 2009 ).

1963 yılını kapsayan ve Türkiye’de bu konuda yapılan ilk çalışma da nüfusun en düşük gelirli %20’lik kesimi, gelirin %4,5’ini, nüfusun en yüksek gelirli kesimi ise gelirin %57’sini almaktadır. Gelirin yarıdan fazlası nüfusun %20’si tarafından kullanılmaktadır. 1963’ten 1987’ye kadar yapılan araştırmalarda, söz konusu kesimlerin paylarında sınırlı bir şekilde düşme ve yükselme olmakla birlikte, 1987 DİE Gelir Dağılımı araştırmasında, aynı kesimlerin sırayla gelirdeki payı %5.2 ve %49.9 olmuştur. Gelir dağılımındaki çarpıklığı gösteren Gini katsayısı 1963 yılında 0.55 iken 1987 yılında ancak 0.43’e inebilmiştir. En düşük gelirli %60’lık nüfusun 1987 yılında ulusal gelirin %28.91’ni almasına karşılık, en yüksek gelirli %5 nüfusun ulusal gelirin %23.01’ne sahip olması, Türkiye’de gelir dağılımındaki iyileşmenin, gelişmiş ülkelerin gelir dağılımından elde ettikleri başarılarının yarım yüzyıl daha gerisinde olduğunun bir göstergesidir (Karluk, 2009: 84).

1968 yılı gelir dağılımı araştırmasında, Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü tarafından 1968 yılında yapılan “Aile Yapısı ve Nüfus Sorunları”konulu araştırmada yer alan hanehalkı gelir bilgileri esas alınmıştır. Bu çalışma, 1963 yılı çalışmasından farklı olarak, Türkiye çapında köy-kent ve bölge düzeyinde temsil kabiliyeti olan 2.511 hanehalkı üzerinde uygulanan bir ankete dayanmaktadır. Gelir rakamlarının tespitinde kentlerde kişilerin beyanlarına itibar edilirken, köylerde toprak, ürün ve hayvancılık durumlarına göre tahmin yapılmıştır. Bu çalışmaya eşli 45 yaşından küçük evli erkekler dâhil edildiğinden hane halklarının yüzde 17.2’si örneklem dışı bırakılmıştır. Çalışma, Türkiye’de alandan veri toplanması yoluyla gelir tespitini yapan ilk çalışma olması nedeniyle önemli bulunmaktadır (Kurtipek, 2011: 65).

1973 yılı gelir dağılımı araştırmasında, Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü tarafından yapılan “Türkiye’nin Nüfus Yapısı ve Nüfus Sorunları” araştırmasının hanehalkı gelir verileri kullanılmıştır. Çok aşamalı kümeli tesadüfi örnekleme metodu ile metropol alanlardan 1.500, kentsel alanlardan 3.500, kırsal alanlardan ise 1.500 olmak üzere toplam 6.500 hane esas alınmıştır. Seçilen 6.500 haneden sorulara verdiği cevaplar kullanılabilir nitelikte olan 4.658’inin cevapları araştırmanın temel verilerini oluşturmaktadır. Örnek yerler kapsamında İstanbul, Ankara, İzmir metropoliten olarak kabul edilmiş, bunlar dışındaki bölgeler kentsel ve kırsal olarak ayrılmış, kentsel alan alt tabakalara ayrılırken, kırsal alanda bu ayrıma gidilmemiştir. Tarım dışı gelirlerin hesabı kişilerin gelir bildirimlerine dayandırılmış, tarım gelirleri ise tarımla uğraşanların sahip oldukları hayvanlar, toprağın miktarı gibi sorulara verilen cevaplardan yararlanılarak hesaplanmıştır (Kurtipek, 2011: 66).

1978 ve 1983 yılları gelir dağılımı araştırmaları Prof. Merih Celasun tarafından yapılmıştır. Bu çalışma bir ekonometrik model üzerinden çözümlenmiştir. Çalışmada, DPT’nin 1973 yılı araştırmasında eksik tahmin edildiği söylenen tarım dışı gelirler ve tarımsal nüfusa ilişkin düzeltmeler yapılarak 1973, 1978 ve 1983 yılları gelir eşitsizliği ölçüleri için tahminde bulunulmuştur (Kurtipek, 2011: 66).

1986 yılı gelir dağılımı araştırması TÜSİAD tarafından, örnekleme seçilen 1.444 hanehalkı reisiyle yüz yüze mülakat yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmanın “Türkiye’de Hane Geliri, Hanehalkı Harcamaları ve Hayat Standardı” bölümü, bir gelir dağılımı çalışmasıdır. 1973 DPT çalışmasının bulgularıyla paralellik göstermektedir (Kurtipek, 2011: 66-67).

DİE’nin 1987 araştırmasına göre, kırsal kesimde ortalama gelirler, şehir kesimindeki ortalama gelirden, her dilimde değişmekle beraber ortalama %80 oranından daha azdır. Buna karşılık kırsal kesimde gelir dağılımı, kendi içinde şehir kesimine göre oldukça eşit dağılmıştır. Türkiye’de hanehalkının en üst gelir grubunda bulunan %10’luk kesimi, 1987 yılında toplam gelirin %34’ünü almaktadır. DİE 1987 yılından sonra 1994 yılında hanehalklarının tüketim ve gelirlerini ölçmeye yönelik bir çalışma daha yapmıştır. 1994 Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi, daha önce uygulanan anketlerden farklı bir yöntemle tüketim harcamaları ve gelir dağılımı amaçlarına yönelik olarak iki ayrı anket şeklinde düzenlenmiştir. Buna

göre, çalışmanın ikinci aşamasında “Hanehalkı Gelir Dağılımı Anketi” uygulanmıştır. Gelir dağılımı anketi, Türkiye’yi temsilen seçilen 62 kentsel,174 kırsal yer olmak üzere toplam 236 yerleşim yerinde 26.256 örnek hanehalkı ile görüşme yapılarak uygulanmıştır (Kurtipek, 2011: 67).

2002-2005 yılları arasında da gelir dağılımı istatistikleri hanehalkı bütçe araştırmasından üretilmiştir. 2006 yılından itibaren ise, gelir dağılımı yanında yaşam koşulları, gelire dayalı göreceli yoksulluk ve sosyal dışlanma konularında bilgi derlemek üzere “Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması” isimli yeni bir çalışma başlatılmıştır. (TÜİK, 2009).

### 1.5.2. Türkiye’de Kişisel Gelir Dağılımı

Kişisel gelir dağılımı bireylerin milli gelirden aldıkları payları ifade etmektedir. Kişisel gelir dağılımı; bireylerin tek tek milli gelirden aldığı payı ifade eden kişi başına düşen GSMH şeklinde açıklanabileceği gibi, %5’lik, %10’luk ya da %20’lik hanehalkı grupları olarak da açıklanmaktadır. Tablo 2’de Türkiye’de 2006-2011yılları arasında %20’lik dilimler itibariyle gelir dağılımı analiz edilmeye çalışılmıştır.

Tablo:2 Türkiye’de Kişisel Gelir Dağılımı

Yüzde 20’lik gruplar	Türkiye					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Toplam</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Birinci yüzde 20</b>	5,8	6,4	6,4	6,2	6,5	6,5
<b>İkinci yüzde 20</b>	10,5	10,9	10,9	10,7	11,1	11,0
<b>Üçüncü yüzde 20</b>	15,2	15,4	15,4	15,3	15,6	15,5
<b>Dördüncü yüzde 20</b>	22,1	21,8	22,0	21,9	21,9	21,9
<b>Beşinci yüzde 20</b>	46,5	45,5	45,3	46,0	44,9	45,2
<b>Gini Katsayısı</b>	0,403	0,387	0,386	0,394	0,380	0,383

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>

Kişisel gelir dağılımında, ülke nüfusu genelde beş eşit parçaya bölünür. Bu bölümlenme, veri sağlanabildiği ölçüde daha da artırılabilir. Her bir parça nüfusun %20'sini temsil eder. %20'ye düşen ulusal gelir hesaplanarak, hanehalkının yüzde dağılımı gelirin yüzde dağılımı karşılaştırılır. Bu yöntemde, hanehalkının toplumun hangi kesimlerini (zengin-fakir) temsil ettiği belli değildir. Dolayısıyla sermaye sahibi, işçi, memur, çiftçi, sanatkâr gibi toplumun belli sınıfları arasında tarafsız bir dağılım öngörür (Karluk, 2009: 83).

Tablo 2'de 2006-2011 yılları arasında %20'lik gruplar halinde gelir dağılımları gösterilmiştir. Birinci yüzde yirmilik grup toplam gelirden en az pay alan grup ile beşinci yüzde yirmilik toplam gelirden en fazla pay alan gruplar arasında derin gelir eşitsizlikleri göze çarpmaktadır. Ancak, hanehalklarının ilk ve son yüzde yirmilik grupları arasında derin farklar bulunmaktadır. Tablo 2'ye bakıldığında, 2006 yılı hanehalkı bütçe araştırma ilk dört yüzde yirmilik gruplar arasında gelir farklılıkları azdır. Birinci %20'lik kesim toplam gelirden aldığı pay 2006 yılında 5,8, 2007 ve 2008 yılında 6,4 2009 yılında 6,2, 2010 ve 2011 yıllarında ise 6,5'tir. Son beş yılda hanehalklarının kullanılabilir gelirlerinde değişiklikler az yaşanmıştır. Ancak birinci ve beşinci %20'lik gruplar arasında farklar yaklaşık yedi kattır. Ülkemizde milli gelirden pay alan hanehalkları arasında eşitsizlik mevcuttur. Bu durumda gelir dağılımında bir iyileşme de görünmemektedir. Tabloya göre, 2011 yılında 2006 yılına göre iyileşme vardır.

### **1.5.3. Fonksiyonel Gelir Dağılımı**

Fonksiyonel gelir dağılımı üretim sonucunda meydana gelen gelirin dağılımıdır. Gelirin ne kadarının ücretlilere maaş, ne kadarının faiz, rant olarak bölüştüğünü açıklar. Fonksiyonel gelir dağılımı ülkelerin gelişmişlik düzeyleri hakkında da bilgi verir.

Örneğin gelişmiş ülkelerde, ekonomik kalkınmanın başlangıç dönemlerinde tarım kesimi, ulusal gelirden en büyük payı alırken gelişme seviyesi yükseldikçe ücretlilerin payı artmaktadır. Gelişme yolunda ülkelerde ise, kesiminin ulusal gelirdeki payı önemini korurken, ücretlilerin geliri, ücretlilerin geliri nispi olarak daha düşük kalmaktadır. Genellikle gelişme yolunda olan ülkeler, kendi yapılarından kaynaklanan bir faktörel dengesizlik içindedirler. Bu ülkelerde emek arzının

fazlalığına karşılık, sermaye kıt bir üretim faktörüdür. Bu durumda piyasalara müdahale edilmez ise, emek ve sermaye piyasalarında arz ve talep şartları içinde faktörlerin fiyatları(ücret ve faiz seviyesi),bu faktörlerin kıtlık derecesine göre belirlenir. Eğer uygulanan ekonomi politikaları faktör piyasalarını etkiliyorsa, oluşan fiyatlar faktörlerin gerçek değerini vermez ve üretim faktörlerinin gelir etme oranları değişebilir (Karluk, 2009: 90-91).

Tablo 3'te Türkiye'de eşdeğer hanehalkı kullanılabilir gelire göre, yüzde 20'lik gruplar ve gelir türlerine göre yıllık gelirin dağılımı (dikey %) gösterilmiştir. Fertler eşdeğer hanehalkı kullanılabilirine göre küçükten büyüğe göre sıralanarak 5 gruba ayrıldığında 'Birinci %20'lik grup' geliri en düşük olan grubu, 'Beşinci %20'lik grup' ise geliri en yüksek olan grubu tanımlamaktadır.

Tablo: 3 Türkiye'de Fonksiyonel Gelir Dağılımı

	Birinci %20			İkinci % 20			Üçüncü %20			Dördüncü %20			Beşinci %20		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
<b>Maas-Ücret</b>	25,5	25,3	26,4	40,0	37,5	42,3	42,8	43,7	43,3	45,8	44,0	46,4	43,8	46,6	46,7
<b>Yevmiye</b>	21,5	20,6	22,4	9,7	10,2	9,5	5,1	5,4	4,8	2,7	2,7	2,7	0,8	0,6	0,7
<b>Müteşebbis</b>	23,4	23,6	24,7	20,9	21,7	20,7	18,7	17,1	17,9	16,0	18,2	18,3	22,3	21,3	23,6
<b>Tarım</b>	14,5	14,7	14,4	10,1	10,8	10,0	7,1	7,2	7,5	5,7	6,9	7,2	3,1	4,2	5,1
<b>Tarım Dışı</b>	8,9	8,9	10,3	10,8	10,9	10,6	11,6	9,9	10,4	10,3	11,3	11,1	19,3	17,1	18,4
<b>Gayrimenkul</b>	1,9	1,3	1,2	1,7	1,7	1,4	2,5	2,0	2,0	3,6	3,2	3,2	7,1	6,0	5,4
<b>Menkul Kıymet</b>	2,8	2,9	2,0	3,2	3,0	2,3	3,8	3,2	2,9	4,7	3,7	3,1	6,7	5,6	4,8
<b>Sosyal Transferler</b>	15,9	18,8	16,1	19,3	20,4	18,5	22,9	24,4	24,9	23,6	24,8	23,2	17,3	17,6	16,7
<b>Emekli, Dul ve Yetim Aylıkları</b>	9,1	9,1	9,5	16,4	16,3	15,6	21,4	22,2	23,0	22,6	23,3	21,8	16,8	17,0	15,9
<b>Diğer Sosyal Transferler</b>	6,8	9,6	6,6	2,8	4,2	2,6	1,5	2,2	1,9	1,0	1,5	1,3	0,5	0,7	0,8
<b>Hanelerarası Transferler</b>	8,0	6,4	6,2	4,8	5,0	4,8	4,0	3,9	3,9	3,4	3,2	3,0	2,0	2,2	2,1
<b>Diğer Gelirler</b>	1,1	1,1	0,9	0,4	0,4	0,4	0,2	0,3	0,3	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
<b>Toplam</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: TÜİK, Gelir Ve Yaşam Koşulları Araştırması, 2006-2011

Tablo 3'e bakıldığında, ülkemizde en yoksul yüzde yirmilik grupta maaş-ücretliler toplam gelirden en fazla paya sahip olan gelir türüdür. En yoksul gelir grubunda maaş-ücretlilerden sonra müteşebbis gelirleri oluşturmaktadır. Önemli bir nokta ise 2011 yılında yevmiye gelirleri yüzde 22,4 en yoksul kesimde yüksek bir oranı oluşturmaktadır. Bu oran hiçbir gelir grubunda bu kadar fazla değildir. Düzensiz geliri açıklayan yevmiye gelirlerinin bu grupta yüksek olması şaşırtıcı bulunmamalıdır. Ayrıca Tablo 3'de göze çarpan önemli bir hususta sosyal transferlerde az daha olsa düzenli iyileşmelerdir.

En zengin kısmı ifade eden beşinci yüzde yirmilik grupta ise tarım dışı müteşebbis gelirleri, menkul ve gayrimenkul gelirleri toplam gelir içindeki payı diğer gelir gruplarına göre önemli ölçüde yüksektir. Birinci ve beşinci (en alt ve yüksek) gelir gruplarından orta gelirli gruplara gidildikçe emekli, dul ve yetim aylıklarının toplam gelirden aldıkları paylar artmaktadır. Birinci yüzdalık dilimde 2011 yılında yüzde 9,5 iken aynı yılın ikinci yüzde yirmilik grubunda yüzde 15,6'a yükselerek bu grup için önemli bir gelir kaynağı olduğunun göstergesidir.

#### 1.5.4. Türkiye'de Sektörel Gelir Dağılımı

Sektörel gelir dağılımı analizi yapılırken tarım, sanayi ve hizmetler sektörü olmak üzere 3 sektörden bahsedilir. Tarım ve sanayi dışında kalan tüm sektörler hizmetler olarak isimlendirilmektedir. Bu sebeple sektörel gelir dağılımı analizi yapmak kolaydır.

Tablo:4 Türkiye'de Sektörel Gelir Dağılımı (%)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler	Toplam
2006	10,0	26,5	61,0	100
2007	8,9	26,8	61,9	100
2008	9,3	26,7	62,3	100
2009	10,1	26,1	63,4	100
2010	9,5	27,0	63,1	100

Kaynak:TÜİK,Ekonomik Göstergeler (2012-2), 2012, s.656, www.tuik.gov.tr

Tablo 4’te ana iktisadi faaliyet kollarının GSYH içindeki payları 1998 sabit fiyatlarıyla gösterilmiştir. Tarım sektörünün payı diğer sektörlere göre oldukça azdır. Ülkemizde daha çok sanayi ve hizmetler sektörü ağırlıklıdır. 2010 yılında tarım sektörü yüzde 9,5, sanayi yüzde 27,0 ve hizmetler sektöründeki payı yüzde 63,1’dir. Ülkemizde son beş yılda sektörel gelir dağılımında sektörler arasında değişimler oldukça azdır. Ancak Türkiye’de 1980 yılına kadar tarım kesimi GSYH’daki payı diğer sektöre oranla daha yüksektir. 1980’den sonra ülkemizde sektörler arasında ve ülkede yapısal bir değişim olduğunun göstergesidir.

### 1.5.5. Türkiye’de Bölgesel Gelir dağılımı

Türkiye coğrafi yapısının getirdikleri sebebiyle iklim çeşitliliği, yer altı yer üstü kaynakları zengin bir ülkedir. Doğusuyla batısıyla farklı koşullara sahiptir. Bu sebeple kişiler arasında sanayi, tarım, ticaret, hizmet, haberleşme, ulaştırma, sağlık, demografik göstergeleri arasında farklılıklar mevcuttur.

Tablo:5 Türkiye’de Bölgeler İtibariyle Yüzde 20’lik Kesimlerin Milli Gelirden Aldıkları Paylar

	İlk %20			Son %20			Gini Katsayısı		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
TR1 İstanbul	7,5	7,5	7,5	43,1	43,7	43,9	0,363	0,373	0,371
TR3 Ege Marmara	6,5	6,6	6,3	45,5	45,6	47,0	0,381	0,387	0,397
TR4 Doğu Marmara	7,2	7,9	8,2	43,9	40,8	40,6	0,368	0,341	0,326
TR5 Batı Anadolu	6,4	6,8	6,7	45,4	42,6	43,4	0,408	0,367	0,374
TR6 Akdeniz	6,8	6,9	6,6	46,0	46,3	46,6	0,403	0,397	0,404
TR7 Orta Anadolu	6,4	7,0	6,7	46,9	44,2	43,2	0,395	0,362	0,366
TR8 Batı Karadeniz	6,4	7,1	7,5	45,2	41,9	41,0	0,382	0,348	0,335
TR9 Doğu Karadeniz	6,7	7,6	7,5	44,2	40,3	41,1	0,359	0,327	0,327
TRA Kuzeydoğu Anadolu	6,2	6,4	6,8	45,4	44,0	44,3	0,407	0,404	0,390
TRB Ortadoğu Anadolu	6,6	6,4	6,4	45,1	44,9	44,8	0,415	0,417	0,427
TRC Güneydoğu Anadolu	6,2	6,5	6,5	47,0	45,2	45,0	0,411	0,404	0,396

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>, 2006-2011 GYKA

Bölgeler arası dengesizlik ekonomik gelişme süreci içinde farklı durumlar alabilmektedir. Konu ile yapılan bilimsel çalışmalar ve gözlemler sonucu görüşler ortaya atılmıştır.

Bu görüşlerden birisine göre, bölgelerarası dengesizlik zamanla azalır. Çünkü kalkınma er-geç ülke düzeyine yayılır, gelişmiş bölgeler gerice bölgeler kalkınmadan nasibini alırlar. Bu konudaki diğer bir görüşe göre, bölgeler arası dengesizlik piyasa ekonomisi sisteminde artma eğilimi gösterir. Gelişmekte olan ülkeler durgun, dezavantajlı bölgeler üzerinde olumsuz etkiler yaparlar. Üretim faktörleri durgun bölgelerden gelişen bölgelere doğru yer değiştirir. Öncelikle nitelikli işgücü ve sermaye gelişen bölgelere transfer olur. Daha az kaynak kullanan gerice bölgelerin nispi fakirliği derinleşir. Bu görüş taraftarlarına göre, bölgesel dengesizliğin azalması için gerice bölgelere devlet kanalıyla kaynak aktarılmalı, özel girişimciler bu bölgelere yatırım yapmaları için özendirilmelidir (Şahin, 2006: 579-580).

Tablo 5’te TÜİK, Gelir Ve Yaşam Koşulları Araştırmasına göre Türkiye’de bölgeler arası gelir dağılımı gösterilmiştir. 2009 yılında Doğu Karadeniz bölgesi 0,35 Gini katsayısıyla gelir eşitsizliğinin en düşük olduğu, Orta doğu Anadolu bölgesi 0,41 Gini katsayısıyla gelir eşitsizliğinin en yüksek olduğu bölge olmuştur. 2009, 2010 ve 2010 yılları gelir eşitsizliğinin en az olduğu Doğu ve Batı Marmara, en yüksek olduğu bölge ise Ortadoğu Anadolu bölgesidir. Tablo 5’ten anlaşılacağı üzere Türkiye geneli için Gini katsayısı 0,36 ve üstüdür. Doğu Karadeniz bölgesinde Gini katsayısı 2010’da 0,32 ve 2011’de 0,32’dir. Doğu Marmara’da sonra Doğu Karadeniz bölgesi gelir dağılımının en adil olduğu bölgedir. Bölgesel gelir dağılımı arasındaki derin farkı rakamlardan anlamak mümkündür. Bu yüzden gelir dağılımı sorunu ulusal bir sorun değil aynı zamanda bölgesel bir sorundur.

### **1.5.6. Türkiye’de Gelir Dağılımı Eşitsizliğinin Nedenleri**

Bir ülkedeki gelir dağılımı; hane halklarının, firmaların, organizasyonların ve devletin çok sayıdaki kararları sonucunda şekillenmektedir. Gelir eşitsizliğine ve zaman içindeki değişimine etki eden neredeyse sonsuz sayıda mikro düzeyde neden düşünülebilir. Nitekim gelir dağılımı ve gelir eşitsizliği konusundaki çalışmalara bakıldığında da bu durum görülmektedir. Gelir dağılımı üzerine yapılmış olan



çalışmalar gelir eşitsizliğine yol açan farklı faktörler üzerine yoğunlaşmaktadır (Arabacı, 2007: 7).

Türkiye’de gelir dağılımıyla ilgili 1960 yılından beri hazırlanmakta olan beş yıllık kalkınma planları hazırlanmaktadır. Bu kalkınma planlarında gelirin dengesiz dağılımı üzerinde durularak ve düzeltilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Türkiye’nin coğrafi yapısındaki farklılıklarda gelir dağılımının adaletsiz dağılımını tetiklemiştir. Türkiye’de coğrafi farklılıklar, kişilerin çalışma şartları ve ücretleri, ülkenin ekonomik durumu gelir dağılımı adaletsizliğine sebep olmuştur. Reel servet ve beşeri sermayenin adaletsizce belli kesimler elinde toplanması Türkiye’de gelir adaletsizliğine sebebiyet vermektedir. En yoksul ve en zengin kesim arasındaki farkın sebebidir.

Bağımlı çalışanlar için en önemli ve çoğu zaman da tek gelir kaynağı ücret (ya da maaş) geliridir. Bu nedenle bağımlı çalışanlar için, ücretler arasındaki farklar gelir eşitsizliğinin en önemli nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Ücretler arasındaki farklar birçok nedenden dolayı oluşabilir. Örneğin yapılan işin cinsine, sürekliliğine, içerdiği tehlikelere ve ağır bir iş olup olmadığına bağlı olarak ücretler farklılaşmakla beraber kişinin aldığı eğitim, iş tecrübesi ve işten ayrılma sıklığı da ödenecek ücret düzeyini etkiler (Parasız, 2000: 183-189). Türkiye’de ise bağımlı çalışanların aldıkları ücretlerin artışlarının enflasyon seviyesinin altında tutulması gelir dağılımı adaletsizliğinin başka bir önemli nedenidir.

Sosyal norm ve gelenekler de Türkiye’de gelir adaletsizliğinin bir başka nedenidir. Doğudan batıya doğru gidildiğinde gelenek göreneklerin değişmesi kadının çalışma hayatındaki yerini alamaması da ailelerin gelir seviyelerini azaltmıştır. Ayrıca bilinçsiz doğum oranları, ailenin gelirini aşan nüfusu bu bölgelerde fakirlik içinde yaşayan bölgelere sebebiyet vermiştir. Bu bölgelerde eğitim seviyesinin düşüklüğünden kaynaklanan vasıfsız işçilerin varlığı ücretleri aşağı çekmiş emekçilerin gelirlerinin aleyhine olmuştur.

Gelir dağılımını etkileyen diğer faktörlerde işsizlik, ekonomik büyüme ve enflasyondur. İşsizlikte enflasyonda gelir dağılımını etkiler ancak işsizlik doğrudan etkilerken enflasyonun etkisi açık değildir. Ülkemizdeki işsizlik kronikleşmiş bir makro ekonomik sorundur. Üniversite mezunlarının artışı, iş beğenmemeleri gibi

sebeplerden dolayı gelir elde edememeleri ülkemizde önemli bir sorundur. Ücretlerin enflasyonun altında belirlenmesi bireylerin satın alma güçlerini etkilemiştir. Bunun sonucu olarak yine gelir dağılımı ve tüketimlerinde adaletsizlik gerçekleşmiştir.

## **1.6. GELİR DAĞILIMI TEORİLERİ**

### **1.6.1. Gelir Dağılımı Kuramları**

Gelir dağılımı, ekonomik faaliyetler sonucu ortaya çıkan üretim faktörlerinden bireylerin aldıkları pay ise, bu konuda pek çok görüş atılmıştır. Birbirinden farklı kuramları bir noktada birleştiren konu ise gelir dağılımında ciddi bir eşitsizliğin olduğudur.

Sanayileşme ve sonrasında emek ile sermaye arasındaki paylaşımından kaynaklı sosyal sorunlar, ekonomik araştırmalarda gelir dağılımı kuramlarının ön plana geçmesine sebep olmuştur. Gelir dağılımı, bazen makro bazen mikro seviyede yorumlanmış ve çeşitli kuramlar geliştirilmiştir. Gelir dağılımı politikalarının sorunlarına cevap verebilmek için önce gelir dağılımı kuramlarının bilinmesi gerekmektedir (Çetin, 2011: 209).

#### **1.6.1.1. Klasik Gelir Dağılımı**

İktisadi ilişkilerin ilk kez bilimsel bir nitelik kazanması klasik iktisat kuramı ile gerçekleşmiştir. Bir ahlak felsefesi profesörü olan Adam Smith'in 1776'da yayınlanan "*Ulusların Zenginliği*" adındaki eserinde ekonominin işleyiş kurallarına genel bir bakış açısı getirilmiş, bireysel çıkarlar ve toplum çıkarları arasında bir bağ olduğu iddia edilerek ekonomide görünmez el mekanizması ve özgürlük ilkelerinin gerçekleşmesi ile arzulanan toplumsal refaha ulaşılacağı belirtilmiştir. Adam Smith'e göre, insanın doğasında var olan zenginleşme arzusu, toplumsal kabul görme isteği ile birleşir, insanlar ulaşabilecekleri en üst noktaya ulaşabilmek amacıyla birbirleriyle rekabete girerler. Bu da insan doğasında bulunan bir özellik olarak gösterilmektedir (Savaş, 2000).

Adam Smith oluşturduğu değer kuramında kullanım değeri ile değişim değeri kavramlarını ayrı olarak tanımlamıştır. Bu kurama göre kullanım değeri olan her malın değişim değeri, değişim değeri olan her malın da kullanım değeri olmayabilir.

Smith daha çok değişim değeri üzerinde yoğunlaşmış, bu değeri belirlemek için ise mal ile malın üretimindeki kullanılan emek miktarı arasında bir ilişki kurmuştur. Emek-değer kuramı adını verdiği bu kuramına göre bir malın değeri, kendisiyle değiştirilecek bir malın üretimi için gerekli olan emek miktarı ile ölçülür. Bir değer ölçüm aracı olarak tanımlanan emek, aynı zamanda değerin yaratılmasını da sağlamaktadır. A.Smith değeri ölçerken zaman zaman malların içerdiği işgücü miktarı, zaman zaman da bu malların üretiminde kullanılan dolaysız işgücüne ödenen ücretin satın alabileceği malların değeri kavramlarını kullanmış, bu iki kavramı özdeğleştirmiştir (Savaş, 2000: 278-280).

Adam Smith, oluşturduğu gelir dağılımı kuramında üç büyük sosyal sınıf olarak tanımladığı emekçiler, kapitalistler ve toprak sahiplerinin ücret, kâr ve rant olarak kazandıkları gelir paylarını elde etme mekanizmalarını tanımlamaya çalışmıştır. İşveren ile emekçilerin pazarlık güçlerine göre belirlenen ücretlerin minimum sınırının geçimlik düzey (asgari geçim düzeyi) olduğu, ayrıca piyasadaki arz ve talep miktarlarına göre ücretlerin ayarlanacağını belirtmiştir. Emek talebi ise, bu kurama göre, işverenlerin sermaye birikimi ve tasarruf miktarlarıyla orantılı olarak belirlenen ücret fonuna göre ortaya çıkmakta, bir ekonomideki gelir ve sermaye birikimi arttıkça emek talebi de yükselmektedir. Smith, emek talebinin ve buna dayalı olarak ücret artışının temel sebebini, milli gelirin artmasında görmektedir. Ücretlerin yükseldiği dönemlerde ise nüfus artışları olmakta, bu da emek arzını arttırmakta, ücretlerin düştüğü dönemlerde ise nüfus artışları sınırlanmaktadır. Smith, ücretlerin yüksek olduğu dönemlerde fertlerin çalışma motivasyonlarının yükseleceğini, iş bölümünün gerçekleşmesi ile birlikte hayat standartlarının gelişeceğini iddia etmektedir (Savaş, 2000: 285-286).

Kârın elde edilmesini sağlayan sermayeyi sabit ve değişir sermaye olarak ikiye ayıran Smith, bunların organize edilmesi ile kazanılan gelirin tasarruf edilmek suretiyle sermaye birikimi sağlanacağını öne sürmüştür. Yapılan tasarruf sonucunda ücret fonunun da genişleyeceğini belirtmiş, ancak ücretler ile kâr arasında ters bir ilişki bulunduğunu, ücretlerin yükselmesi sonucunda kâr oranının azalacağını, diğer taraftan, düşük ya da yüksek ücret ve kârların, düşük ya da yüksek fiyatların sebebi olduğunu iddia etmiştir. Sahibi buldukları toprakların üzerinde üretim yapılması sonucu toprak sahiplerinin elde edeceği gelir olarak tanımlanan rantın ise yüksek

fiyatların bir nedeni değil sonucu olduğu öne sürülmüştür. Rantın büyüklüğünü belirleyen olgular ise toprak verimliliği ve mevki olarak açıklanmıştır (Savaş, 2000: 287-288).

#### 1.6.1.1.1. Ricardo'nun Gelir Dağılımı Kuramı

Klasik iktisatçılardan gelir dağılımı sorununa en fazla önem veren Ricardo'dur. Smith konuyla ilgili olarak emek talebi ile toplam ücret ödemeleri arasındaki ilişkiyi açıklamıştır. “*İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi*” adlı kitabın yazarı Keynes, kitabın ilk sayfalarındaki dipnotuna, Ricardo'nun 9 Kasım 1820 tarihinde Malthus'a yazdığı mektubundan şu pasajı aktarmıştır:

*“Size göre iktisat bilimi, zenginliğin nedenlerini ve mahiyetini araştırmaktadır; bana göre ise iktisat bilimine, üretime katılan sınıflar arasında toplam ürünün dağılımını belirleyen kanunları inceleyen bir bilim demek, daha doğrudur... Gün geçtikçe, birinci tanımın boş ve aldatıcı olduğuna, ikincinin ise bilimin gerçek amacını belirttiğine daha çok inanmaktayım.”*

Ricardo, uzun dönemde, emek, sermaye ve topraktan oluşan üç üretim faktörünün fiyatlarını (gelir paylarını) açıklamaya çalışır. Faktörlerden her birinin aldığı fazla pay, bir diğerrinin aleyhine gerçekleşmektedir. Faiz ile kâr kendi sınırlarını çizmemiş, birbirinden ayrılmamıştır (Çetin, 2011: 210-211).

Ricardo'nun gelir dağılımı kuramında ekonomi endüstri ve tarım olmak üzere kabaca iki kesime ayrılır. Ekonominin genel gelişimi açısından önemli olan kesim tarım kesimidir. Kuramı, üç ana varsayıma dayanır. Bu varsayımlardan ilkinine göre, tarım arazisi sınırsız olmadığından ve aynı kaliteye sahip olmadığından, tarım azalan verimler yasasına tabidir. İkinci varsayım (Maltus Yasası), ücretlerin asgari geçim düzeyinin üstüne çıkması halinde nüfusun hızla artacağını ve bu düzeyin altına düşmesi durumunda ise azalacağını öngörür. Son olarak, iktisadi gelişmede anahtar bir role sahip olan sermaye birikimi için kâr son derece önemli bir unsurdur (Aktan ve Vural, 2002: 1).

Ricardo, kar ve rant arasındaki bölüşümün, buğday üretiminde zaman içinde daha verimsiz topraklarda üretime geçirdikçe kötüleşen emek üretkenliği dolayısıyla rantın yükselmesi ve karın düşüşü ile sonuçlanacağını belirtmektedir. Kar ise artıktır. Satış fiyatından iki faktörün payı çıkınca kalan artı (kar) ya da eksi (zarar) girişimciye kalır. Ekonomide ücretler ve rantlar sürekli arttığından karlar düşme eğilimi gösterir. Bu gelişme sonucu karlar sıfır olursa ekonomi durgunluğa sürüklenir. Bu görüşleri ile Ricardo kötümser bir iktisatçı olarak kabul edilmektedir. Ekonominin bütünündeki sermaye birikimi tarımda giderek daha az verimli toprakların kullanılmasına, bu da işgücünün verimliliği ile kar oranının düşmesine yol açmaktadır. Kar, bir yandan birikimin kaynağını, diğer yandan da amacını meydana getirdiği için kar oranındaki düşüş, giderek birikim oranının azalmasına ve sonunda da birikimin ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Diğer bir ifade ile sermaye birikimi karların düşmesine, bu da birikimin ortadan kalkmasına neden olmakta ve kapitalizm uzun dönemde karın ve birikimin mevcut olmadığı, nüfusun değişmediği durgun bir duruma ulaşmaktadır. Ricardo'nun modeli sermaye birikimi ile bölüşümün karşılıklı ilişkileri üzerine kurulmuştur: kar sermaye birikiminin kaynağı olmakta, sermaye birikimi ise bölüşümü ve karı belirlemektedir. (<http://calismatoplum.org/sayi24/ozturk.pdf>, 2013).

Son olarak Ricardo analizinde; gelir dağılımından son payı sermaye almaktadır. Yine bu modelde kâr, bir bakiye niteliğindedir. Ücret ödemeleri ve kiralar toplam gelirden düşüldükten sonra geriye kalan miktardır. Kâr, klasik sistemde ekonomik gelişmenin temel kaynağı olan net yatırımı, yani sermaye birikim oranını belirlediği için son derece önemlidir (Çelen, 2009: 20).

#### **1.6.1.1.2. Marx'ın Gelir Dağılımı Kuramı**

Klasik iktisat görüşünden sonra iktisatçıların bir bölümü klasiklerin görüşlerini temel olarak alan neoklasik iktisada yönelirken, Karl Marx klasik iktisat akımında tanımlanmış kapitalist sistemin işleyiş dinamiklerine sert eleştiriler getirmiştir. Marx, "*Das Kapital*" isimli kitabında adil olmayan bölüşüm ilişkilerine dayalı bu sistemin bünyesinde barındırdığı çelişkiler nedeniyle bir gün yıkılarak yerine komünist sistemin geçeceğini iddia etmiştir (Uzun, 2007: 21).

Gelir dağılımı konusunda “*sosyalist-marksist doktrin*” geniş ölçüde klasik-liberal okuldan esinlenmiştir ancak varılan sonuçlar onlarınkinden çok daha değişik olmuştur. Sürekli bir yoksullaşmadan bahsederek klasik kuramlara karşı çıkan Marks’ın ise öncelikli konusu gelir dağılımını açıklayan bir kuramı kurmak değildir. Sosyalist-Marksist görüşe göre, işleyişindeki yasalardan dolayı kapitalist sistemin, emek ürününün tümünün emekçiye gitmesini önlediği; kapitalistin artık-değeri ele geçirdiği iddia edilmiş ve gelir bölüşümündeki bu niteliğin kapitalizmin işleyişinden doğduğu belirtilmiştir. Söz konusu sistem reform kabul etmeyeceğinden, baştan aşağı temel bir değişme, yani “devrim” öngörülmüştür. Marksist doktrine göre bir toplumda büyüme ve sermaye birikimi yüzünden gelir ve servet bölüşümü zamanla daha da kötü bir hal alacak; zenginler daha zengin ve yoksullar daha yoksul olacaklardır. Marks’ın ifadeleriyle “*İşçi, kapitalist kazandığı zaman zorunlu olarak kazanmaz, ama onunla birlikte zorunlu olarak yitirir.*” (Çetin, 2011: 210-211).

Marx, değer yaratan tek unsurun emek olduğunu savunmuş ve net ürünün tamamının emekçilere ait olması gerektiğini vurgulamıştır. Değişir sermayenin yarattığı artık değer, faizi, kârı, rantı (kira) ve vergi’yi de içerir. Marksist devlet kuramına göre devlet, sınıf çatışmalarını denetleme ihtiyacından doğar. Ekonomiye egemen olan sınıf, aynı zamanda devlete egemen olur ve hâkim olduğu siyasal mekanizmayla ezilen sınıfları sömürme ve baskı altında tutma imkânına kavuşur. Yani devlet, vergi sistemini de hâkim olan kesim lehine, sömürülen kesim aleyhine uygulamalar üzerine kuracaktır (Uzun, 2007: 23).

### **1.6.1.1.3. Neoklasik Gelir Dağılımı**

Neo-Klasik düşünce 1870’li yıllarda, klasik “değer kuramında” köklü bir değişim yapan iktisatçılarla ortaya çıkmıştır. Genel olarak bir ürünün değerini o ürünün imal edilmesi için harcanan emekle açıklayan Klasik iktisatçıların aksine talebe önem vermişlerdir. Bu bakımdan Neo-Klasik iktisatçılarla birlikte değeri belirleyen faktörler değişmiştir. Neo-klasik iktisatçılarda ücret anlayışı ise geçimlik ya da doğal ücret düzeyi anlayışından marjinal verime bağlı ücret anlayışına geçmiştir (Özgüven, 2005: 82).

Klasik-liberal okulun gelir dağılım modelini aşağı yukarı aynen kabul etmiş olan “*neo-klasik iktisatçılar*” tam rekabet koşulları içinde üretim faktörlerinin ürüne yaptıkları katkıya eşit bir hâsıla elde ettiklerini ve bunun adil olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bazı varsayımlar altında gayri safi hâsılanın tamamı, üretim faktörleri arasında paylaşılmakta ve geriye hiçbir artık kalmamaktadır (Tuncer, 1969: 9). Neo-klasik dağılım kuramı, dağılım konusu tamamen teknolojik koşullar açısından ele alınmıştır. Neo-Klasiklerin gelir dağılımı konusunda ise marjinal verime dayanan ve tamamen piyasa şartlarıyla belirlen bir bölüşüm kuramı geliştirmişlerdir. Tam rekabet varsayımı altında her üretim faktörünün nihai ürüne yaptığı katkıyı eşit kabul eden ve bunun adil olduğunu savunan bu yaklaşıma göre toplam ürün tüm üretim faktörleri arasında paylaşılmaktadır ve geriye hiçbir artık kalmamaktadır (Kazgan, 2004: 145).

Neoklasik iktisat kuramında gelir bölüşümü tamamıyla piyasanın bir işlemi olarak kabul edilmiştir. Ücretler ve diğer gelirler marjinal verimlilikleriyle denk ya da onlarla orantılı olarak, piyasa koşullarında oluşan faktör fiyatlamasına göre belirlenmektedir. Ortodoks iktisat yaklaşımını benimseyen iktisatçılar marjinal verimlilik prensibinin iktisat kuramındaki yerinin fizik bilimindeki yer çekimi yasası kadar önemli olduğunu savunmuşlardır. Pür piyasa kuramının savunucularına göre gelir bölüşümü, sosyal yapıyı şekillendiren politika, gelenekler, din, ideoloji, kültür ahlak gibi unsurların etkilerinden bağımsız bir şekilde, piyasanın kendi içindeki işleyiş mantığına göre şekillenen fiyat oluşum mekanizmasıyla belirlenmelidir. Gelir bölüşümü, serbest rekabet, arz talep yasası, yeniden üretim maliyeti, faktör verimliliği, gibi piyasa ekonomisinin kurallarının otomatik bir sonucudur (Uzun, 2007: 16-17).

### **1.6.2. Keynesyen Gelir Dağılımı Kuramı**

Keynes'in iktisat kuramı, kendisinden önce gelen kuramlara göre bazı farklılıklar içermektedir. Bunların başında ekonomide tam istihdamın olmadığı durumlarda da denge durumu oluşabileceği ve devletin ekonomiye müdahalesinin uygun koşullar altında olumlu sonuç verebileceği yer almaktadır. Daha önce piyasa tarafından otomatik olarak gerçekleşeceği ileri sürülen ekonomik istikrarın sağlanmasında 1929 buhranından sonra modern devletin söz sahibi olması fikri ön

plana çıkmıştır. Vergiler, kamu harcamaları, borçlanma, bütçeler gibi maliye politikası araçları bu amaç doğrultusunda kullanılmaya başlanmıştır. Tarafsız vergileme görüşünü bir kenarda bırakan bu kuram, vergi yüklerini arttırarak, devlet bütçesinden transfer harcamaları aracılığı ile yoksul ile zengin arasında bir aktarım yapılması görüşünü savunmuştur. Bu anlayışın hâkim olduğu dönemde devlet bütçelerinin hacmi öncekilere oranla büyümüştür (Demirbaş, 2003: 88-89).

Keynes, kapitalist bir ekonominin iki önemli sorunundan birinin tam istihdam diğerinin ise gelir dağılımı olduğunu ifade etmiştir. Ancak “*General Theory of Employment, Interest and Money*” isimli eserinde efektif talep ve çarpan kuramı yardımıyla sadece tam istihdam sorununu çözmeye çalışmıştır, gelir dağılımı konusunda ayrı bir model geliştirmemiştir. Sonraları K. Boulding ve J. Robinson, Keynesyen anlamda birer dağılım modeli kurmaya girişmişlerdir. Çarpan kuramını gelir dağılımı sorununa başarıyla uygulayan ilk iktisatçı ise N. Kaldor olmuştur (Yağcı, 2008: 34).

#### **1.6.2.1. Kalecki'nin Gelir Dağılımı Kuramı**

Kalecki'nin gelir dağılımı kuramına getirdiği katkı, mal fiyatlandırması yöntemi konusundadır. Kalecki arz ve talep koşulları ve marjinal maliyet-marjinal gelir eşitliği yolu ile kâr maksimizasyonu ilkesinin belirlediği fiyatlandırma yöntemine alternatif olarak eksik rekabet koşullarında “*ortalama maliyet + kâr fiyatlandırması*” yöntemine değinmiştir. Bu yöntemde; maliyet ve monopolleşme derecesine dayanan bir fiyatlandırma mekanizması geliştirilmiştir. Tam rekabetteki gibi “*marjinal maliyet = marjinal gelir*” eşitliğine dayalı kâr maksimizasyonu ilkesine göre bir fiyatlandırma yapılmamaktadır. Eksik rekabette ve kısa dönemde değişken maliyet unsurları ile rakip firmaların fiyatları göz önüne alınmaktadır. Söz konusu fiyatlandırma yönteminde prensip değişken maliyet ya da ana üretim maliyeti (ücret + ara mallar maliyeti) üzerine konan bir kâr marjının fiyatı oluşturmasıdır. Bu durumda, fiyatın diğer, firma fiyatlarına göre daha yüksek olabilmesi, bu firmanın monopol gücünü göstermektedir. Firma bu marjı, ne piyasadaki yerini diğer firmalara kaptıracak kadar yüksek, ne de kârını çok fazla düşürecek kadar düşük bir düzeyde saptamaktadır. “*Ortalama maliyet + kâr*” fiyatlandırma yönteminde firmaların eğilimi kâr marjlarını sabit tutmak ve mümkünse arttırmaktır. Bu



durumda, herhangi bir nedenle, üretim maliyetinde bir artış olduğunu varsayarsak, maliyet artışı üretim faaliyeti sonucunda oluşan toplam gelirin ücret ve kâr arasındaki paylaşımını talep esnekliğine ve piyasa türüne göre iki şekilde etkiler: Söz konusu mala olan talep esnekse, mal talebi fiyat artış oranından daha yüksek bir oranda düşecektir. Bu durumda firma piyasa payını kaybetmemek için üretim maliyetindeki artışı tamamen fiyatlara yansıtmayacaktır. Buna karşılık firma ya üretim miktarını azaltacaktır, dolayısıyla işsizlik ortaya çıkacaktır, ya da kâr marjından bir miktar fedakârlık yapacaktır. İşsizlik ile kâr marjı arasındaki tercihi sermayedarın davranışları belirleyecektir. Eğer söz konusu mala olan talep esnek değilse, mal talebi fiyat artışları karşısında, çok fazla düşmeyecektir (Talep eğrisi dikeye yakın bir durumdadır). Bunun yanında firmanın içinde bulunduğu piyasada tekeli gücü fazla ise maliyet artışı tamamen fiyatlara yansıtılır ve kâr marjı sabit tutularak, gerçek ücret düşer ve sonuçta ücretli aleyhine bir yeniden gelir dağılımı gerçekleşir. Kalecki monopolleşme derecesi kavramı etrafında bir bölüşüm modeli oluşturmuştur. Daha sonraki Neo-Keynesçi iktisatçılar Keynes'den olduğu kadar, Kalecki'den de esinlenmişlerdir. Bu bakımdan Kalecki'nin Neo-Keynesçi iktisatçılar arasındaki yeri farklıdır. Kalecki'den sonra gelen Neo-Keynesçi iktisatçılar Kaldor, Pasinetti ve Robinson'dur (Ataman, 1996: 56).

### **1.6.2 2. Kaldor'un Gelir Dağılımı Kuramı**

Kaldor modelinde işçiler ve sermayedarlar olmak üzere iki sınıf varlığı kabul edilir ve her iki sınıfın da, işçilerin tasarruf oranı sermayedarlarınkinden daha az olmak üzere tasarruf eğilimleri vardır. Bu modelde yatırımlar içsel tasarruf eğilimlerinden bağımsız dışsal bir değişken olarak alınmaktadır. Yatırımın gelire olan oranındaki değişiklikler, kâr ve ücretlerin gelir toplamındaki göreceli paylarında ne gibi değişiklikler getireceğini göstermeye yöneliktir. Yani tam istihdam koşulu altında toplam gelirin kâr ve ücret arasında dağılımını sağlayan sadece bir dağılım mevcuttur. Yatırımlardaki bir artış tasarruflarda bir artışı gerektirmektedir. Sermayedarların tasarruf eğilimleri daha yüksek olduğu için dengenin sağlanması ancak daha yüksek fiyatlarla ve daha yüksek kârlarla mümkün olabilecektir. Kaldor modeli ekonomik büyüme ile gelir eşitsizliği arasında pozitif bir ilişki olduğunu savunmaktadır (Kurtipek, 2011: 19-20).

## 1.7. DÜNYADA GELİR DAĞILIMI

Aşırı gelir dağılım adaletsizliği bundan yıllar önce dünyanın belli bölgeleri için konuşulurken, bugün gelişmiş büyük ekonomileri de tehdit etmektedir. Dünya genelindeki yoksul insanların yarısı, dünyanın en büyük yirmi ekonomisine sahip G20 ülkelerinde yaşamaktadır. Gelişmiş ekonomilerin bir tarafında ultra lüks hayat yaşayan çok küçük zümrelerin hemen yanı başında günlük insani ihtiyaçlarını karşılayamayan milyonlardan söz edilebiliyor. Yıllarca yoksullukla beraber anılan Afrika'nın yanı sıra Amerika ve Avrupa ülkelerinde de son yıllarda hepten aşırı derecede bozulan gelir dağılımı benzer trajedinin bu gelişmiş ekonomilerde de yaşanmasına neden oluyor. Yüksek büyüme hızı, kişi başına düşen ortalama gelir, kalkınma hamleleri gibi iktisadi değerler, birey bazında yaşanabilen bu trajedilerin saklanabilmesine olanak sağlıyor. Ve yapılan araştırmalarda aslında bu trajedinin sadece Afrika kıtasında yaşanmadığını, örneğin son dönemde yüksek büyüme performansı ile dikkat çeken Çin ve Hindistan gibi ülkelerde de önemli miktarda gelir dağılım bozukluğu yaşandığını ortaya koyuyor. Dünya Bankası'nın istatistiklerine göre son 30 yıldır aralarında Brezilya, Çin ve Hindistan gibi kalkınmanın eşindeki ülkelerin de bulunduğu dünyanın en güçlü ekonomisine sahip G20 ülkelerindeki zengin ve yoksul uçurumu, hiç bu kadar derin olmamıştır (Öztürk, 2012).

Dünya Bankası'nın yayınladığı World Development Indicators 2011 Raporunda, Satın Alma Gücü Paritesine göre dünyanın en zengin en yoksul 10 ülkesi, kişi başına düşen milli gelir düzeylerine göre yukarıdaki tabloda yer almaktadır. Tablo 6 incelendiğinde, dünyanın en zengin ve en yoksul ülkelerinin dünya gelirinden elde ettikleri paylar arasında çok büyük bir fark olduğu görülmektedir. Kişi başına düşen milli gelir açısından dünyanın en zengin ülkesi olan Norveç'te kişi başına milli gelir 55.420 \$ iken dünyanın en yoksul ülkesi Burundi'de bu rakam yalnızca 390 \$'dır. Dünya Bankası'nın ülkeleri gelir gruplarına ayırarak yaptığı sınıflandırmaya göre ise 2009 yılında, düşük gelirli ülkelerde SGP'ye göre kişi başına düşen ortalama milli gelir 1.1220 \$; orta-alt gelirli ülkelerde 4.784 \$; orta-üst gelirli ülkelerde 12.440 \$; yüksek gelirli ülkelerde ise 36.213 \$'dır.

Tablo 6: Satın Alma Gücü Paritesine Göre Dünyanın En Zengin En Yoksul Ülkeleri

Satın alma Gücü Paritesine (SGP)Göre Kişi Başına Düşen Milli Gelir Açısından Dünyanın En Yoksul 10 Ülkesi(\$)	Satın alma Gücü Paritesine Göre(SGP) Kişi Başına Düşen Milli Gelir Açısından Dünyanın En Zengin 10 Ülkesi(\$)
Burundi:390	Norveç:55.420
Nijer:680	Kuveyt:53.890
Sierra Leone:790	Singapur:49.780
Afganistan:860	İsviçre:47.100
Mozambik:880	ABD:45.640
Etyopya:930	Hollanda:39.740
Madagaskar:990	Danimarka:38.780
Burkina Faso:1170	Avustralya:38.510
Nepal:1180	Avusturya:38.410
Uganda:1190	İsveç:38.050
Ortalama:906	Ortalama:44.532

Kaynak: Metin, B. (2011),Sosyal Politika, Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss: 99.

Bu rakamlardan da anlaşılacağı üzere ekonomik gelişmişlik düzeyinin önemli bir göstergesi olan kişi başına düşen milli gelir açısından düşük ve yüksek gelirli ülkeler arasında büyük bir uçurum söz konusudur (Metin, 2011: 98).

### 1.7.1. OECD Ülkelerinde Gelir Dağılımı

Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin ulusal boyutta ortaya konulması, çeşitli gelişmişlik düzeylerinde bulunan ülkelerdeki dağılım yapısının karşılaştırmalı olarak incelenmesi gelir dağılımındaki adaletsizliklerin belirlenmesinde büyük önem taşımaktadır. OECD ülkelerinde son yirmi yıldır gelir eşitsizliği ortalama olarak 2 puan artmakla birlikte ülkeler arasında önemli derecede farklılaşmaktadır (Cural, 2009: 76).

Tablo: 7 Dünyada Gelir Eşitsizliğinde Değişmeler-Özet

	1980'lerin ortasından 1990'lerin ortasına	1990'ların ortasından 2000'lerin ortasına	1980'lerin ortasından 2000'lerin ortasına
Gelir Eşitsizliğindeki Eğilim (Gini Katsayısı)			
<b>Belirgin artış</b>	Çek Cumhuriyeti, İtalya, Meksika, Yeni Zelanda, Portekiz, Türkiye, İngiltere	Kanada, Finlandiya, Almanya	Finlandiya, Yeni Zelanda
<b>Küçük artış</b>	Belçika, Finlandiya, Almanya, Macaristan, Japonya, Lüksemburg, Hollanda, Norveç, İsveç, ABD	Avusturya, Danimarka, Japonya, Norveç, İsveç, ABD	Kanada, Almanya, İtalya, Japonya, Norveç, Portekiz, İsveç, ABD
<b>Değişme yok</b>	Avusturya, Kanada, Danimarka, Yunanistan, İrlanda	Avustralya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Macaristan, İtalya, Lüksemburg, Yeni Zelanda, Portekiz, İspanya, İsveç	Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Fransa, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, Lüksemburg, Meksika, Hollanda, İspanya, Türkiye, İngiltere
<b>Küçük azalma</b>		Yunanistan, İrlanda, Hollanda, İngiltere	Fransa, İrlanda, İspanya
<b>Belirgin azalma</b>	Fransa, İspanya	Meksika, Türkiye	

Kaynak: OECD, Growing Unequal, Distribution and Poverty in OECD Countries, OECD Publishing, October 2008, ss.286

Raporda, 2005 yılında, 30 OECD ülkesinin en zengin %10'luk dilimin ortalama gelirinin, en fakir %10'luk dilimin dokuz katı olduğu açıklanmıştır. Buna göre; en düşük eşitsizlik göstergeleri Nordik ülkelerinde, daha yüksekleri ABD'de ve en yüksekleri ise Meksika ve Türkiye'de görülmüştür. Nordik ülkelerinde en zengin kesim en fakir kesimden beş kat daha fazla gelir sahibi olurken bu rakam Meksika'da 25, Türkiye'de ise 17'dir. Portekiz, Polonya ve ABD'de de zengin ve fakir arasındaki gelir açığı, OECD ortalamasının üzerindedir (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD] 2008: 286).

### 1.7.2. Az gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Gelir Dağılımı

Uluslararası ticaretteki en önemli konulardan birisi, ticaretten elde edilen kazançtır ki bunun anlamı, ülkeler birbirlerine mal ve hizmet sattıklarında bu takasın genellikle kendi iyilikleri için olmasıdır. Uluslararası ticaretin yararlı olduğu durumlar çok fazladır. Birbirleri arasında verimlilik ve ücret açısından çok büyük farklılık olan ülkeler arasındaki ticaretin zararlı olduğu, ortak bir yanlış anlamadır.

Bir tarafta kendileri rekabet edemeyeceği için Hindistan gibi teknolojik açıdan az gelişmiş ülkelerdeki işadamları, ekonomilerinin uluslararası ticarete açılmasının bir felakete yol açmasından endişelenirken diğer tarafta, teknolojik olarak gelişmiş ülkelerde yüksek ücret alan kişiler, daha az gelişmiş düşük ücretli ülkelerle ticaret yapmanın kendi yaşam standartlarını düşüreceğinden endişe duymaktadırlar. Ancak üretimde, biri diğerinden daha verimliyse ve daha az verimli ülkede üreticiler daha düşük ücretler ödeyerek rekabet etse bile her iki ülke de ticaretlerinden kazanç elde edebilirler (Baytar, 2010: 174).

Az gelişmiş ülkelerin hemen hepsi bazı ortak mali sorunlarla karşı karşıyadırlar. Bu ülkeler vergi gelirlerinin tüketim vergileri yoluyla yükseltme olanağına sahipken; hala dış ticaretten alınan vergilere bağımlılık duymaktadırlar. Bu ise bu ülkelerin uzun dönemde uluslar arası rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir. Bu ülkelerde tarımsal kazançlar, arazi kazançlar ve bazı kesimlerde kamu kesimi ücretleri vergilendirilmezken; kazanılmamış gelir, gayrimenkul ve servet üzerinden alınan vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payı çok küçüktür. Kişisel gelir ve kurumlar vergisi, dar bir vergi tabanı üzerinden yüksek oranda tahsil edilmektedir. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde gelir dağılımı verilerinin eksik olması, vergi yükü yanında diğer çalışmaları da güçleştirir (Ay, 2004: 102).

Gelişme yolunda olan ülkelerde ve az gelişmiş ülkelerde gelir dağılımının adaletsiz olması tarım kesiminin ekonomideki ağırlığıdır. Nüfusun büyük çoğunluda bu sektörde çalışmaktadır. Gelişmiş ülkelerde gelir eşitsizliğinin boyutunun daha ılımlı olmasında, uygulanan sosyal politikalar ve refah devlet arayışları, özelleştirmelerle sonucu servetin alt ve orta gelir gruplarına yayılmasında etkilemektedir.

### **1.7.3. Gelişmiş Ülkelerde Gelir Dağılımı**

Gelişmiş ülkelerin genelinde gelir dağılımı sorunu daha çok 1980'lerden sonra gündeme gelmiştir. Özellikle 1970'lerden sonra yaşanan ekonomik kriz sonrasında Avrupa'da artan işsizlik sonucu gelir dağılımında bozulma, yetmişlerin sonunda belirgin bir şekilde ortaya çıkmaya başlamıştır. Birçok gelişmiş ülke 1970'lerden beri birincil ikincil gelir dağılımındaki kötüleşmeyle karşı karşıya kaldı. Bu gelişmiş ülkelerde görülen daha eşit gelir dağılımını oluşturmaya yönelik trendi,

gelişmenin ilk safhalarında olumsuz etkilendikten sonra tersine çevirir. Gelişmiş ülkelerde birincil gelir dağılımı adaletsizliği bazı faktörlerin sonucu artmıştır. Önemli olan maaş ve ücretlilerin artan değişimiydi (Şenkal, 2005: 422). Gelir eşitsizliği ilk olarak ABD, İngiltere, Avustralya ve Yeni Zelanda'da görülmüştür. İskandinav ülkeleri, Hollanda ve İtalya gelir eşitsizliğinin tekrar yükselmeye başladığı ikinci dalga ülkeleridir. Fransa ve Finlandiya'yı içine alan üçüncü grup da,1990'larda eşitsizlik indekslerinde kademeli düzeltme yaşamıştır (Baytar, 2010: 176).

Gelişmiş ülkelerde nüfusun büyük çoğunluğunu 'orta tabaka' meydana getirir. Orta tabaka yaratılan milli gelirden çok büyük bir yüzdesini alır. Gelişmiş batı ekonomilerinin bu düzeye ulaşmaları, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra 'sosyal devlet', 'refah devleti' oluşturma yoluna getirmiş olduğu önlemler sonucu olmuştur. Sosyal devlet ya da Refah devleti genel bir ifadeyle, milli gelirin büyük bir payını nüfusun büyük bir çoğunluğunun alması demektir (Ay, 2004: 103).

Gelişmiş ülkeler ürettikleri mal ve hizmetleri ihraç ederek kendilerine büyük ölçüde kaynak transferi gerçekleştirirken, ithalat yoluyla da hammaddeleri ve daha iyi mal ve hizmet kullanma olanağı elde etmektedir. Böylece maddi refahlarını daha fazla artırmak imkânına kavuşmaktadırlar. Öte yandan, bu ülkeler sahip oldukları yüksek teknolojiler üzerinde yoğunluğu artan ölçüde araştırma-geliştirme faaliyeti yürüterek, globalleşen dünyada daha ileri boyutları yakalamaya çalışmaktadırlar (Bilen ve Es, 1998: 377).

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİM, TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE GELİR-HARCAMA İLİŞKİSİ

#### 2.1. TÜKETİM VE TÜKETİCİ HARCAMALARI

İktisat bilimin konusu makro ve mikro düzeyde ekonomik sorunlar olduğu kadar, insanların ekonomik faaliyetlerini de kapsamaktadır. İktisadi faaliyetlerin iyileştirilmesindeki amaç ise insanların refah seviyelerini yükselmektir. İktisat kıt olan kaynaklarla sonsuz insan ihtiyaçlarını karşılamaksa bu noktada tüketim kavramı ortaya çıkmaktadır.

Tüketim, iktisadi ürün ve hizmetlerin yararlarının insanların gereksinimlerini tatmin etmek üzere kullanılmasıdır (Tek ve Özgül, 2010:163). Tüketim harcaması ise, bu amaçla gelirin kullanılmasıdır. Malların tüketiminden söz edilince, boş zamanın (gündelik rutin bakım faaliyetlerinin yanı sıra serbest zamanı da içeren) giderek daha fazla malın satın alınmasıyla geçirildiği bir zaman aralığında tüketilen ya da satın alınan malların bol çeşitliliği de akla gelir. Tüketim aynı zamanda dayanıklı mallar ile dayanıksız mallar ve zaman içerisinde bu sektörlere harcanan gelirin farklılık gösterdiği bir harcamalar dizisidir. Mallar tüketilerek veya elde bulundurulurken tüketiciye bir haz (tatmin) sağlayabilirler. Bu anlamda bazı toplumlarda malların çifte sembolik boyutu daha çok ön plana çıkmıştır. Bu sembolik ayırım, malların sadece üretim, görünüş vb. imajına değil, malların görünüş çağrışımlarının toplumsal ilişkilere, toplum yapısına, kültürel özelliklere, hayat tarzı farklılıklarının vurgulanmasına da katkı sağlamaktadır (TÜBİTAK, 2009:6). Bireyleri tüketime iten zorunlu ihtiyaçları dışında, yaşadığı toplum, yakın çevresi, geliri, kişisel özellikleri ve meslekleri de etkili olmaktadır. Buradan hareketle Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde, bireyler ihtiyaçlarını en zorunlu olandan en az zorunlu olana doğru sıraladığı modele açıklık getirmektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde kişilerin ihtiyaçlarını, fizyolojik, güvenlik, sosyal, saygınlık, öz gerçekleştirim olarak gruplandırmıştır. Buradaki hassas olan nokta bireyler öncelikli ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra diğer ihtiyaçlarına yönelmektedirler. Bir üst basamağa çıkmak için ise gerekli şartların yerine getirilmesi gerekmektedir.

Tüketim, ihtiyacı tatmin etmek için bir anlık verilen bir karar olarak algılanmamalıdır. Kişinin ihtiyaçlarını giderecek araçların temini bir karar sürecinden geçtikten sonra mümkün olur ve tüketime hazır hale gelir. Bu süreç, ihtiyacın ortaya çıkmasından tatminine kadar olan zaman aralığındaki sosyo-kültürel, ahlaki, ailesel ekonomik ve ferdi değerlendirmeleri, kaynakların teminini, araştırma ve bilgi edinmeyi (enformasyon), alternatif değerlendirmeleri ve nihayet satın alma kararı aşamasını ve sonuçlarını içerir. Tüketim ve hayat tarzı, farklı tercih ve yargıları içerir. Şahsi beğeni yığınları, tüketim tercihleri ve hayat tarzları özgün sınıf ve meslek fraksiyonlarına yol açar ve böylece bir tercihler ve beğeniler gruplandırması ortaya çıkar. Bununla birlikte, yerine getirdiği tüketim faaliyetleriyle etrafına uygun ve meşru sayılan sinyaller veren, tavırlar sergileyen ve bu tarz hareketlerle de kendisine bir tatmin sağlayan taklitçi kişilikler de oluşabilir. Simgesel mallar ve tüketim metalarının aşırı arz ve talebinin yol açtığı enflasyon sorununun altında, böyle bir tüketim davranışının yattığı açıkça görülmektedir (TÜBİTAK, 2009 : 7).

## 2.2. TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Bireylerin ekonomik değeri olan mal ve hizmetleri elde etme ve kullanmalarıyla doğrudan ilgili etkinlikler ve bu etkinliklere yol açan belirleyen karar süreçleridir. “Tüketici davranışı”,gerçekte tüketimi değil, tüketicinin ve hatta tüketicinin satın almaya ilişkin karar ve eylemlerini inceler. Bu bakımdan tüketici pazarlarını anlayabilmek ve değerlendirebilmek için tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin ve tüketici davranışlarının incelenmesi gerekir. Tüketici pazarları ve davranışları, karşılıklı bağımlı makro ve mikro pazarlama açılarından incelenebilir (Tek ve Özgül, 2010: 164).

Makro pazarlama açısından tüketici davranışlarının incelenmesi, çağdaş(modern ve sosyal) pazarlama felsefelerinin, tüketim kültürünün, tüketici hareketlerinin ve perakende dağıtım alanındaki gelişmelerin izlenmesini gerektirir. Devletin ekonomik kalkınma planları oluşturması, ekonomi politikalarını etkin bir şekilde uygulayabilmesi tüketici tutum ve davranışları hakkında yeterli bilgiye sahip olmasına bağlıdır. Bu da, tüketicilerin ne aldıkları, ne almadıkları, niçin aldıkları veya niçin almadıkları, nasıl aldıkları gibi soruların işletmeler ve kamu



planlamacıları tarafından ayrıntılı olarak araştırılmasını içerir. Bu sorunların çeşitli kesimler itibariyle sayısallaştırılması daha iyi işletme, endüstri ve genel ekonomi politikalarının oluşturulmasına olanak verir. Bu bakımdan Türkiye’de TÜİK’in yaptığı türden “tüketici harcamaları” anketlerinin daha geniş bir şekilde yapılması ve hatta nüfus sayımlarından bu amaçla yararlanılması yerinde olabilir. 2000’li yıllarda DİE bu konuda daha güzel çalışmalar yapmaktadır. Ülkedeki tüketim kültürü tüketim kadar üretimi de yönlendireceği için bu kültürün ve tüketiciyi koruma hareketlerinin analiz edilmesinde yararlar vardır (Tek ve Özgül, 2010: 164-165).

Tüketici davranışlarının incelenmesi, işletmelere, pazarlama yönetiminde, pazar fırsatlarının değerlendirilmesinde ve analizinde önemli yararlar sağlar. Özellikle hedef pazar seçimi ve seçilen hedef pazara uygun pazarlama karışımlarının geliştirilmesi gibi iki ana eylemden oluşan “genel pazarlama stratejisinin” kalbi, hedef pazarı oluşturan tüketicilerin gerçek gereksinimlerinin bulunup tatmin edilmesidir (Tek ve Özgül, 2010: 165). Mikro pazarlamanın, bu uğraş alanı iktisat bilimiyle örtüşmektedir. Çünkü iktisat biliminde tüketici kendine maksimum faydayı sağlayacak mal veya hizmeti tercih eder. Bu sebeple makro ve mikro pazarlama tüketici davranışlarına yön verirken iktisat bilimini de yardımcı olmaktadır.

### **2.2.1. Tüketici Davranışlarının Yapısı**

Tüketici kavramı, farklı yazarlar tarafından farklı biçimlerde tanımlanmış olmasına rağmen hepsinde ortak olan nokta, tüketicilerin hissedilen bir ihtiyaçtan veya ihtiyatlılıktan dolayı hareket etmeleridir. Buradan hareketle tüketicileri; ürün ve hizmetleri tamamen kişisel veya ailesel gereksinimleri için kullanan ya da tüketen kişiler olarak; tüketici davranışlarını da ürün ve hizmetleri elde etme ve kullanmaları ile ilgili oluşumlara yer açan süreçler olarak tanımlayabiliriz (Papatya,2005). En geniş anlamda tüketici davranışı pazar yerinde tüketicinin davranışı inceleyen bu davranışın nedenlerini araştıran bir bilim dalıdır. Tüketiciler pazardaki aktörlerdir. Tüketici davranışları bir süreçten oluşur ve farklı aktörleri içerir. Bu farklı aktörler farklı bilim dallarıyla ilgili durumların, kuramların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Tüketici davranışları hangi mal ve hizmetlerin satın alınacağına kimden, nasıl, nereden, ne zaman satın alınacağına veya satın alınıp alınmayacağına ilişkin, bireylerin kararlarına ait süreçtir. Bu süreci etkileyen faktörlerin her birinin oransal

ağırlığı, bir satın alma davranışından diğerine değişmektedir (Öz, 2011: 95). Kısaca tüketici davranışlarının yapısı şu şekilde ifade edilebilir.

- Tüketici davranışı her şeyden önce bir insan davranışıdır. İnsan davranışını etkileyen bütün değişkenler, tüketici davranışını da etkiler. Ancak bu davranış tüketim ile sınırlıdır.
- Tüketici davranışı disiplinler arası bir yaklaşımdır ve uygulamaya yöneliktir.
- Tüketici davranışı, belirli bir eylem ve olayın incelenmesi yerine bir süreci inceler. Bu süreç bilimsel bir yaklaşımla ele alınmakta ve objektif değerlendirmeler sonucunda genellemelere gidilebilmektedir.
- Tüketici davranışı amaç yönlüdür. Tüketiciler, sorunlarına çözüm getirmek için ürün ve hizmet satın alırlar. Ürünler, hizmetler, mağazalar bireylerin potansiyel çözümleridir ve tüketiciler bu çözümlere sahip olmak için bir davranış içerisine girerler. Böyle bir amaca yönelmeyen, incelemeyen yaklaşım, tüketici davranışı konusu içinde incelenemez.
- Tüketici davranışı, satın alma ve ürün kullanma özelliklerini etkileyen değişkenlerle ilgilidir. Satın alma kararının süreci ve bu sürecin hangi boyutlarda neden farklı oldukları incelendiği gibi, satın alma sonrası ortaya çıkan davranışlar da incelenen konular arasındadır (Penpece, 2006:9).

### **2.2.2. Tüketici Davranışlarının Özellikleri**

Tüketici davranışları sahası, fertlerin grupların ve organizasyonların, ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmek için ürünleri, hizmetleri, fikirleri ya da tecrübeleri nasıl seçtikleri, nasıl satın aldıkları, nasıl kullandıkları ve nasıl elden çıkardıkları ile ilgili incelemeler yapar (Kotler, 2001: 171). Bu incelemeler tüketicinin özelliklerinin belirlenmesinde ve üreticilerin faaliyetlerine yön vermektedir. Tüketici davranışlarının özelliklerinin bilinmesi sosyal, ekonomik, psikolojik ve kültürel faktörlerden etkilendiği ve etkilediği için özelliklerin belirlenmesi önemlidir. Tüketici davranışlarına ait özellikleri yedi başlık altında toplamak mümkündür.

- 1- Tüketici Davranışı güdülenmiş bir davranıştır: Tüketici davranışı, yollarını geliştirmeyi amaç edinen güdülenmiş bir davranıştır. İhtiyaç

ve isteklerin tatminini sağlayacak faktörlerin bilinmesi pazarlamacılar için önemlidir.

- 2- Tüketici davranışı dinamik bir süreçtir: Tüketici davranışında, satın alma kararı süreci ve aşamalarındaki farklı boyutlar ile satın alma sonrasında meydana gelen davranışlarda incelenir. Süreç, birbirine bağlıdır ve birbirini zincirleme şekilde takip eder. İhtiyacın ortaya çıkması, satın alma faaliyetleri ve satın alma sonrası faaliyetler bu süreci oluşturur.
- 3- Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden oluşur: Tüketici davranışı tesadüfi veya planlanmış olarak gerçekleşebilir. Planlanarak yapılan faaliyetlere, satın alma kararını gerekli bilgilerini toplayarak vermek örnek olarak gösterilebilir. Tesadüfi olarak yapılan faaliyetlere ise satın almayı düşünmediğimiz farklı bir ürün veya markayı almak örnek verilebilir.
- 4- Tüketici davranışı karmaşıktır ve zamanlama açısından farklılıklar gösterir: Farklı ürün çeşitleri için verilecek satın alma kararları karmaşık ve zaman alıcıdır. Karmaşıklık, bir kararda etkili olan faktörlerin sayısını ve zorluğunu, zamanlama ise kararı verirken geçen süreyi ifade etmektedir. Satın alma kararını kısa sürede ve rahat bir şekilde verebilmek için marka bağımlılığı yaratma gibi yöntemlere başvurulabilir.
- 5- Tüketici davranışı farklı roller ile ilgilidir: Satın alma karar sürecinde; başlatıcı, etkileyici, karar verici, satın alıcı ve kullanıcı olmak üzere beş farklı tüketim rolü mevcuttur. Alınacak ürün veya hizmete göre, bütün rolleri oynayan tek bir kişi olabilmekteyken, her bir rolü farklı kişilerde oynayabilmektedir. Karar verme işleminin bu rollerin hepsini kapsayan bir süreç olduğu bilinmelidir.
- 6- Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir: Tüketici davranışının dış faktörlerden etkilenme özelliği, onun hem değişebileceğini hem de uyum sağlayacak bir yapıya sahip olduğunun göstergesidir. Faktörlerin etki süreleri ve dereceleri farklılıklar gösterir. Örneğin kültürün etkisi uzun dönemli iken reklamın etkisi kısa sürmektedir.

- 7- Tüketici davranışı farklı kişiler için farklılıklar gösterebilir: Kişisel özelliklerin doğal sonucu olarak tüketici davranışları farklı kişilerde farklılıklar gösterebilir. Kişilerin farklılıklar göstermesi tüketici davranışlarının anlaşılması güç ve zor olmasına neden olmaktadır. Bunun için insanların neden farklı davranışlarda bulunduğunu anlamak gerekir. Hangi alanda uygulanırsa uygulansın, başlangıç noktası, hedef alınan kitlenin ihtiyaçlarını, arzularını, isteklerini doğru biçimde belirlemek olmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2007: 30).

### **2.3. TÜKETİCİ DAVRANIŞI KURAMLARI**

İktisadi faaliyetlerin nihai amacı, insanların maddi olarak refah düzeylerini artırabilmektir. Bu da, mevcut kaynaklara göre sınırsız sayılan, durmadan tekrarlanan, yenilenen ve çeşitlilik arz eden ihtiyaçların maksimum seviyede karşılanması ile mümkündür. İhtiyaçların karşılanması, mal ve hizmetlerin tüketilmesi sonucunda fayda sağlaması demektir. İktisadi anlamdaki fayda -ki subjektif bir kavram olup, ahlaki, hukuki, felsefi, sosyal veya siyasal hiç bir içeriği yoktur. Mal ve hizmetlerin ihtiyaçları karşılama özelliği veya tüketim işlemi sonucunda tüketicinin elde ettiği doyumdur (TÜBİTAK, 2009 : 17).

#### **2.3.1. Marjinalist Tüketim Kuramı**

Marjinalist okulda tüketim, bireyde meydana getireceği fayda artışını temel alır. Bu nedenle fayda, mal ile birey arasındaki subjektif bir ilişkiye dayalıdır. Ortodoks yaklaşımın genel çerçevesi içinde tüketim, bireysel, subjektif bir kavram olarak kullanılır. Ayrıca faydanın ölçülebilir bir büyüklük olarak kabul edilmesi matematiksel iktisada doğru giden yolun önünü açmıştır (İşgüden, Köne, 2002: 103). Tüketim mallarının miktarı çoğaldıkça gereksinmenin şiddet derecesi de azalır, çünkü artan mallar marjinal faydayı düşürmektedir. Bu bakımdan, hiç birim tüketim malının değeri, son birimin (ünitenin) faydası ile ölçülecektir.

### 2.3.2. Keynes'in Tüketim Kuramı

Keynes'in tüketim fonksiyonu ile ilgili önerilerinin istatistik araştırmalara dayandığına dair bir belirti yoktur. Keynes, bu konuda çok genel bir şekilde ve adeta herkesçe biliniyor kabul ederek bu özelliklerin, “insan tabiatının incelenmesine ve hayat tecrübelerine dayanan temel psikolojik kanundan çıktığını” belirtmekle yetinmiştir. Keynes'in anlatımıyla temel psikolojik yasa aşağıdaki gibidir:

*“ Hem a priori olarak insan doğası hakkındaki bilgilerimizden hem degözlemlere dayanan derin tecrübelerimizden büyük bir güven duyarak ulaştığımız temel psikolojik yasa şöyledir: İnsanlar genellikle ve ortalama olarak gelirleri arttıkça tüketimlerini arttırma eğiliminde olurlar, ancak insanların tüketimlerini arttırma eğilimleri, gelirlerindeki artış kadar olmaz.”* (Okcu, 2008: 7). Temel psikolojik yasadaki hareketle geliştirilen Mutlak Gelir Teorisi'nin tüketim fonksiyonu,

$$C = a + bY, a > 0, 0 < b < 1 \quad (1.3)$$

şeklindedir. Burada C cari reel tüketim (toplam yada hane halkı), Y bireysel olarak cari reel harcanabilir gelir, toplam olarak reel milli gelir, a otonom tüketim ve b marjinal tüketim eğilimi ( MPC )<sup>2</sup> dir. (Okcu, 2008: 7). Buna göre bir dönem tüketimi, o dönemin (cari) gelirinin bir fonksiyonudur. Gelir düzeyi yükseldikçe tüketim talebi de yükselmektedir. Tüketim ve gelir düzeyindeki gelişmelerden arındırılarak reel terimlerle ifade edilirse, tüketim fonksiyonunun kısa dönemde fazla değişmeyen istikrarlı bir fonksiyon olduğu söylenebilir. Bir dönemin tüketimi, cari(o döneme ait) gelir düzeyinin artan bir fonksiyonudur (Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2009: 542-543).

### 2.3.3. M.Friedman'ın Tüketim Kuramı

Tüketim eğilimin açıklanmasında bir diğer kuram da sürekli gelir hipotezidir. M.Friedman'ın geliştirdiği sürekli gelir kuramı da, özünde ömür boyu gelir hipotezi ile aynı olmakla birlikte ayrıntılarında bazı farklılıklar taşımaktadır. Ömür boyu gelir kuramı, bireylerin bütün yaşamları boyunca yaptıkları tüketimden en büyük toplam faydayı elde etmeye çalıştıklarını, bu nedenle de tüketim ve tasarruflarını oldukça

uzun dönemler için planladıklarını varsayar. Buna göre insanlar gelirlerinin yüksek olduğu dönemlerde tasarruf yapmakta ve gelirlerinin düştüğü dönemlerde tasarruflar yoluyla birikmiş olan servetini çözerek tüketimlerinin de gelirleriyle birlikte düşmelerine izin vermemektedirler (Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2009: 542-549). Friedman'ın gelir hipotezinde, sürekli gelir bir bireyin hayatının kalan kısmında sürdürmeyi planladığı düzenli tüketim düzeyidir. Bu gelir ve tüketim kuramları soyut olarak kalmıştır. Çünkü tüketici beklentileri, uzun dönemdeki değişimler kuramın nasıl oluşacağını ortaya koyamayacaktır. Bu sebeple farklı yaklaşımlarla da açıklanmaya çalışılmıştır. Tüketiciler sadece gelirleriyle değil bazen toplumdaki bazen kişilik özelliklerine göre de hareket etmektedirler. Bu nedenleri açıklamak için, Veblen'nin gösterişçi tüketimi, snop ve başkalarından geri kalmama etkisi(bandwagon etkisi) ile açıklanabilir.

#### **2.3.4. Modern Tüketim Kuramı**

Modern tüketim kuramları bireylerin yaşam süreleri içinde görece düzenli tüketim yapısının sürdürmek istediklerini varsayar. Bireylerin tüketim davranışları uzun dönem tüketim olanaklarına sürekli gelir ya da yaşam boyu gelir artışı servet göre ayarlanır. Böyle bir görüşte, cari gelir tüketim harcamalarının belirleyicilerinden sadece biridir. Servet ve beklenen gelirin de tüketim harcamaları üzerinde rolü vardır. Yaşam döngüsü hipotezi ,bireyin,harcanabilir gelirine ve servetine dayanan tüketim eğilimlerinin,yaşına bağlı olduğunu ileri sürer.Bu,yaşam boyu ortalama gelire göre gelir daha yüksek(düşük)olduğundan tasarrufunda daha yüksek olacağını ifade eder.bu hipotez aynı zamanda,toplam tasarrufun,ekonominin büyüme oranına ve nüfusun yaş dağılımı gibi değişkenlere bağlı olduğunu ileri sürer.Bu kuramlar tüketim harcamalarını açıklamada yeterlidir ancak aralarında, tüketimin cari gelire karşı duyarlılığı ve yaşlıların yaşlandıkça tasarruflarını azaltma olgusu da olmak üzere,tüketimle ilgili hala çözülmemiş bazı sorunlar vardır. ayrıca ulusal tasarruf oranlarındaki farklılıklar da yeterince açıklanmamıştır (Dornbusch, Fischer, 1998: 324-325).

### **2.3.5. Geri Kalmama Etkisi (Bandwagon Etkisi)**

Başkalarından Geri kalmama Etkisi (Bandwagon Etkisi) ya da sürüye katılma talebi: Başkalarından geri kalmama etkisinde, birçok kişi piyasaya yeni çıkan bazı malları (bu grup mallara 3G özelliği olan cep telefonu, plazma yada LCD televizyon, barby bebek, vb. mallar örnek verilebilir.) satın almada pek istekli davranmazlar. Ancak zamanla bu gibi malların birçok kişi tarafından satın alınmaya başlandığını görüp, çevresindekilerin de söz konusu malları satın alacaklarını düşünerek, o malı satın alanların gerisinde kalmak istemezler ve o malı satın alanlar kervanına katılırlar (Dinler, 2011: 98-99). Söz konusu olan mallara olan talep de beklenin üstünde gerçekleşir. Bu sebeple tüketimi gelirden başka faktörlerin de önemli derece etkilediği görülmektedir.

### **2.3.6. Snob Etkisi**

Snob Etkisi ise, bir mala yönelik talebin başkalarının aynı malı tüketmesi ile tüketimin azaltılmasını ifade eder. Bu insanların farklı olma, kendilerini sürüden ayırma arzularını gösterir. John Maynard Keynesin tüketicinin zevk ve tercihlerini belirleyen unsurları sayarken belirttiği unsurlardan birisidir. Bunun bir diğer adı da züppe etkisidir. Keynes klasik iktisatın rasyonel insan ya da diğer bir deyimle homo economicus olarak tabir edilen insanın aslında rasyonel hareket edemediğini öne sürmüştür. İşte bu noktada tüketicinin rasyonel kararlar almadığını belirterek snob etkisinin de tüketicinin zevk ve tercihlerini belirleyen faktörlerden birisi olarak ortaya koymuştur (Keskin, 2011).

### **2.5.7. Veblen Etkisi**

T. Veblen 1899 yılında yayınlanan ve klasikleşen "Aylak Sınıfın Kuramı" isimli yapıtında, tabakalaşmış ve tabakalar arasında dikey geçişlilik fırsatı olan bir toplumda, yani A.B.D.'de, tüketimin toplumsal konumun göstergesi olarak belirleyici bir rol oynadığını belirtir. Çalışmak zorunda olmayan zengin aylak sınıf, bu ayrıcalıklı konumunu kendine özgü bir tüketim kalıbı ile ortaya koyar. Bu tüketim kalıbına Veblen "gösterişçi tüketim" adını vermiştir. Anlaşılacağı gibi, Veblen tüketim harcamalarını, bireysel temelde toplumdaki soyutlanmış düşsel bireyin davranış kalıbı olarak değil, toplumsal ilişkiler seti içinde yeni ortaya çıkan ve

olgunlaşmamış bir sınıfın toplumsal konumunun göstergesi olarak çözümlemektedir (İşgüden, Köne, 2002: 103).

## **2.4. GELİR -TÜKETİM HARCAMALARI İLİŞKİSİ**

### **2.4.1. Tüketim Harcamalarını Etkileyen Faktörler**

Tüketici harcamalarını etkileyen faktörler gerek bireysel ihtiyaçlar gerek sosyal ortamlardır. Bu sebeple tüketici davranışlarını ve harcamaları etkileyen faktörleri iktisadi, demografik, sosyolojik ve psikolojik olarak sınıflandırılabilir

#### **2.4.1.1. İktisadi Faktörler**

Hanehalklarının ne kadar tüketip ne kadar tasarruf edeceklerinin kararları önem taşımaktadır. Bireyler bugünkü ve gelecekteki faydaları arasında bir karar yani bir denge kurmak isterler. Şu anda yaptıkları her bir fazla tüketim ilerideki daha az tüketimi ve gelirlerini etkileyecektir. Tüketim harcamalarında ve davranışlarında gelir önemli bir unsurdur. Gelir kısaca, bir sahsın veya topluluğun çalışmaları karşılığı bir dönem içerisinde elde ettiği ve periyodik olarak süregelen satın alma gücünün parasal olarak ifadesidir. Gelir bireylerin aslında satın alma gücüdür. Bireyler emeklerini arz ederek ya da diğer üretim faktörleriyle de gelir elde edebilirler. Ancak bireylerin elde ettiği gelirin harcaması birey için önem teşkil etmektedir. Tüketicilerin elde ettikleri gelir tüketim harcamalarını etkilemektedir. Bireyler çalışmalarının karşılığında aldıkları gelir hariç başka bir üretim faktörü geliri elde ediyorsa tüketim harcamaları da buna göre şekillenecektir.

Gelir ve tüketimle ilgili ilk çalışmaları 18. Yüzyılın sonlarına doğru Ernest Engel'in yaptığı çalışmalardır. Engel, gelir ve tüketim arasında sıkı bir ilişki olduğunu açıklamaya çalışmıştır. Engel eğrisine göre, tüketicinin gelirinin sürekli değişmesi halinde herhangi bir maldan satın almak istediği miktarların seyrini ortaya koymuştur. Engel, Saksonya'da işçi ailelerinin gelirlerini ve tüketimlerini istatistikî olarak inceleyen Engel'in vardığı sonuçlar, daha sonraları özellikle ekonometrik temelli çalışmalara yol gösterici türden sonuçları kapsar. 1857 yılında açıklanan çalışmanın sonuçları iktisat literatürüne oldukça önemli bir katkı sağlamıştır. Engel Kanunları olarak literatüre giren bu sonuçlar şöyle ifade edilebilir;



- Tüketici geliri ne kadar düşük ise bu gelirlerden gıda maddelerine yapılacak harcamaların payı o kadar fazla olacaktır. Gelir arttıkça, gelirden bu maddelere ayrılan pay giderek azalacaktır. Bu tür mallarda gelire göre tüketim elastikiyeti değişmektedir. Fakat her zaman birden küçük olmaktadır.
- Giyim, konut ısıtma aydınlatma gibi ihtiyaçlara ayrılan gelir payı, gelir düzeyi ne olursa olsun daima aynı kalmaktadır. Gelir artması veya azalması karşısında bu maddelerin tüketime ayrılan payları oran olarak sabit kalmaktadır. Bu tür malların elastikiyeti sabit ve 1'e esittir.
- Kültür, eğitim, eğlence ve lüks ihtiyaçların karşılanmasında, gelirden bu tür mal veya hizmetlerin tüketimine ancak belli bir gelir düzeyinden sonra pay ayrılması söz konusu olabilir. Gelir arttıkça bu tür harcamalara ayrılan pay giderek artmakta, gelire göre tüketim elastikiyeti 1'den büyük olmaktadır (TÜBİTAK, 2009).

Tüketimin cari gelire olan duyarlılığı bireylerin var olan tüketim alışkanlarını devam ettirebilmeleri için yeterli miktarda borçlanması engelleyen likidite tuzağından kaynaklanmaktadır. Tüketim harcamalarını etkileyen diğer unsurlar gelir dağılımı, servet, faiz oranları ve fiyat ve fiyat beklentileridir. Gelir dağılımını kısaca kişilerin milli gelirden aldıkları pay olarak tanımlayabilir. Bir ülkenin gelir dağılımında olan eşitsizlik bireylerin tüketim harcamalarına da yön verecektir. (TÜBİTAK, 2009)

Bir toplumda gelir eşitsizliği var ise, yüksek gelir grubundaki hanehalkları toplam gelirden büyük pay alırlar. Böyle bir durumda toplumdaki ortalama tüketim eğilimi düşük olacaktır. Çünkü yüksek gelir düzeyine sahip tüketicilerin tüketim eğilimleri düşüktür. Diğer taraftan, eğer gelir dağılımı nispeten eşit ise, düşük gelir grubundaki hanehalkları da toplam gelirden yüksek pay alacaklardır. Bu hanehalkları için ortalama tüketim eğilimi ile birlikte marjinal tüketim eğilimi de yüksek olduğu için, toplam gelir düzeyinden bağımsız olarak, toplumun tüketim seviyesi yüksek olacaktır (TÜBİTAK, 2009: 41). Tüketici harcamalarını etkileyen diğer iktisadi unsurlar ise faiz, fiyatlar, fiyat beklentileri enflasyon, vergi indirimleri, ekonomik dalgalanmalar ve ekonomik yapılar tüketim harcamalarını etkilemektedir.

### 2.4.1.2. Demografik Faktörler

Demografi, nüfusun incelenmesidir. Nüfusun yapısı, tüketici yapısını etkiler. Demografik faktörler tüketim harcamalarını ekonomik faktörler kadar etkilemektedir. Ancak demografik olarak tüketici harcamaları matematiksel olarak anlatmak zordur. Bu sebeple tüketim fonksiyonları demografik faktörlere göre ayrı ayrı tahmin edilerek, tüketim harcamaları üzerindeki etkileri ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Tüketim çalışmalarında genellikle tüketici birimi olarak hanehalkı esas alınmaktadır. Ekonometrik çalışmalarda tüketici birimi olarak hanehalkı temel alındığında, genellikle, hanehalkı reisinin demografik özellikleri fonksiyona dâhil edilmektedir. Hanehalkı reisi dışındaki bireylerin özelliklerinin ihmal edilmesi tüketim fonksiyonundaki bağımsız değişken sayısının azaltılması bakımından bir zorunluluktur. Öte yandan, hanehalkının bütün üyelerinin demografik özelliklerinin analize dahil edilmesi hem çok güç hem de fonksiyonel değildir. Diğer bir neden ise, hanehalkının kazanç ve harcamalarından sorumlu olan, hanehalkını idare eden hanehalkı reisinin demografik özelliklerinin tüketim kararları üzerindeki etkisinin hanehalkının diğer üyelerine göre daha baskın olmasıdır. Demografik değişkenler olarak genellikle yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu, medeni durum vb. değişkenleri dikkate alınır (Mucuk, 2001: 75).

Tüketicilerin meslekleri ve öğrenim düzeyleri, belirli mallara ihtiyaç ve istek yaratır. Bir iş gören ile bir işverenin giysi ihtiyacı birbirinin aynı değildir. Ayrıca, tüketicinin öğrenim düzeyleri yükseldikçe ihtiyaçları ve istekleri de giderek artar ve çeşitlenir. Kişilerin sahip oldukları meslekler kişiye yüklenen statü ve rol ile bağlantılıdır. Bir iş adamı toplantıya giderken kıyafetine dikkat etmesi gerektiğinden, takım elbise satın alma davranışı gösterecektir. Bir oto tamircisi ise sabahtan akşama kadar yağ değiştirme benzeri işlerle uğraştığından, tulum giymeyi tercih edecektir (Gerlevik, 2012: 31). Bu sebeple öğrenim düzeyi artıkça tüketim harcamaları da artacaktır. Bireyler toplumdaki rol ve statülerine göre tüketim harcamaları yapmak isteyeceklerdir. Tüketim doyumları da meslek ve eğitim durumlarına göre değişkenlik gösterecektir.

Yaş, hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen demografik faktörlerden bir diğeridir. Tüketim çalışmalarında hanehalkı tüketim birimi olarak kabul edilmektedir. Tüketim birimi olarak kabul edilen hanehalkı birimi ise birbirinden oldukça farklı yaş gruplarında yer alan bireylerden oluşmaktadır. Bu farklı yaş gruplarındaki bireylerin tüketim yapıları da birbirinden oldukça farklılık göstermektedir. Her yaşın kendine has ihtiyaçları olduğu gibi, bütün yaş grupları için geçerli olan ihtiyaçların, tüketim harcamaları içindeki ağırlığı ve dağılımı da yaşa göre değişmektedir (Kotler, 2000: 167). Yaş gruplarının farklı olması, tüketim mallarına da yön vermektedir. Bazen tüketim eğilimi artan bir mal, nüfusun farklı yaş gruplarından kaynaklanmaktadır.

#### **2.4.1.3. Sosyolojik ve Psikolojik Faktörler**

Ekonomik davranışlar insanların hareketleri, çevreleriyle, yaşadıkları toplumun yapısıyla, gelenekleriyle başlar, bu unsurlardan etkilenir. Tüketim harcamaları da sosyolojik faktörlerden etkilenmekte ve bireylerin aileleri, sınıfları, sosyal statüleri, kültürleri tarafından şekillenmektedir. Sayısal olarak ifade edilmesindeki zorluklarından dolayı ekonomik analizlerde tasnif değişkeni olarak kullanılırlar.

Aile, üyelerinin tutumlarını, güdülerini, kişiliklerini belirleyen güçlü bir faktör olmasından dolayı tüketim yapısını etkilemektedir. Ailenin harcama sürecinde iki önemli rolü vardır. Aile bireylerinin ise bu süreçteki rolleri farklıdır. Ailenin rolü; hangi ürünlerin satın alınacağına karar vermek ve bir toplumsal kurum olarak harcama davranışlarını etkileyerek, bazı harcama davranışlarını onaylamak, bazılarını eleştirmek ve gerekli düzenlemeleri yapmak şeklindedir (TÜBİTAK, 2009: 55). Bireylerin aile içi yaşamları ve toplum içindeki statüleri de bu tüketim düzenlemelerine neden olmaktadır.

Kişiler, yaşam boyunca aile, kulüp, dernek vb. gruplar içinde belirli bir konum elde ederler, rol üstlenirler. Örneğin, aile içinde erkek, aile bireyleri ile birlikte “ortak hareket” tarzı ortaya koyarken, çalıştığı yerde mühendis konumu ile grup yöneticisi olabilir. Sahip olduğu rol, kişiye aynı zamanda bir statü yükler. Kişiler rollerine ve statülerine uygun mallar ve markalar seçerler. Örneğin, iş adamlarının genellikle Mercedes marka otomobil satın almaları yada cip tipi arabalar

kullanmaları bu faktörlere bağlanabilir (Yükselen, 2008 : 37). Bireylerin bu tüketim davranışları, tüketim harcamalarını da etkilemekte olduğu aşıkardır. Bireylerin bu sahip oldukları statüler tüketim davranışlarını etkilerken, kültür de bir o kadar tüketim harcamalarına yön veren bir diğer faktördür.

Kültür tüketicinin istek ve davranışlarına yön veren diğer bir sosyolojik etkendir. Bir toplumun tarihsel süreç içinde ürettiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı her türlü maddi ve manevi özelliklerin bütününe kültür denir. Kültür, bir toplumun kimliğini oluşturur, onu diğer toplumlardan farklı kılar. Kültür, toplumun yaşayış ve düşünüş tarzıdır. Kültür, genel olarak iki öğeden oluşur. Maddi Kültür Öğeleri( Binalar, her türlü araç-gereç, giysiler vb.)ve Manevi Kültür Öğeleri( İnançlar, gelenekler, normlar, düşünce biçimleri vb.)'dir. Kültürün maddi ve manevi öğeleri arasında sürekli bir etkileşim vardır. Birinde meydana gelen bir değişim diğerini de etkiler. Tüketim harcamalarını etkileyen diğer faktörler ise toplumun yapısı, yaptırım güçleri ve sosyal normlardır. Bu faktörler de tüketim harcamalarını etkilemektedir (Penpece, 2006 )

Bireylerin her birisinin kişilik ve fizyolojik özellikleri olduğundan algılarımız, tutumlarımız inançlarımız değişmektedir. Bu durum tüketimimizi de etkileyerek ve tüketim harcamalarına da yön vermektedir. Psikolojik faktörlerin tüketim harcamaları üzerindeki etkilerinin ortaya konulabilmesi için sayısal olarak ifade edilebilmeleri gerekir. Psikolojik faktörlerin sayılarla ifade edilmesinin zorluğundan dolayı söz konusu bu faktörler genellikle analizlere dâhil edilememektedir. Motivasyon, motive, tutumlar, inançlar, algıda seçicilik, öğrenme, gösteriş etkisi, reklam, moda, kişisel ve ulusal özellikler vb. faktörler psikolojik faktörlerin başlıcalarıdır. Bu faktörlerin ekonomik olarak etkilemekten ziyade sosyoloji ve davranış bilimlerini daha çok etkilemektedir (Yükselen, 2008)

## **2.5. TÜRKİYE'DE TÜKETİM VE TÜKETİM HARCAMALARI**

### **2.5.1. Türkiye'de Tüketim Harcamaları İle İlgili Yapılan Çalışmalar**

Bir toplumda yaşayan bireylerin ekonomik ve sosyal değişimlerinin izlenebilmesi, dengenin sağlanabilmesi, öngörülen refah seviyesine erişmesinin sağlanması ve bu refah seviyesine ulaşmak için uygulanan politikaların

değerlendirilmesi ve denetlenmesi için kullanılan kaynaklardan birisi de tüketim harcamaları ile yapılan anketler ve istatistiklerdir. Kullanılan bu anketler ve istatistikler hanehalklarının sosyal ve ekonomik yaşamlarını, tüketim olgularını, toplumun ihtiyaçlarını belirlenmesini sağlar ve kullanılabilir gelirin dağılımının test edilmesini veriler aracılığıyla sağlar.

Hanehalkı bütçe anketleri, hanelerin tüketim kalıplarında ve harcama alışkanlıklarında zaman içinde meydana gelen değişimlerin izlenmesi, tüketici fiyat endekslerinde kullanılacak maddelerin seçimi, temel yıl ağırlıklarının belirlenmesi ve güncellenmesi, milli gelir hesaplarında özel nihai tüketim harcamaları tahminlerine yardımcı olacak verilerin elde edilmesi, yoksulluk, asgari ücret tespit çalışmaları, hanehalklarının yaşam seviyeleri, beslenme sorunları vb. diğer sosyo ekonomik analizler için gerekli verilerin elde edilmesi amacıyla uygulanmaktadır (TÜİK, 2008: 2). Türkiye’de 1933 yılında Ticaret Bakanlığı Konjonktür Yayın Müdürlüğü tarafından uygulanan ve Ankara’da memur ailelerini, İstanbul’da işçi ailelerini kapsayan aile bütçe anketleri yapılan ilk tüketim harcaması anketleridir.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun tüketim harcaması konusundaki çalışmaları 1954 yılında Ankara’da memur ailelerine yapılmıştır. Yapılan anket sonuçları fiyat istatistikleri ile ilgili katsayıların hesaplanmasında kullanılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu(TÜİK), 1964 yılında köklü bir çalışmaya girişmiştir. İlk olarak dört büyük ilimizde(Adana, Ankara, İzmir, İstanbul)Aile Bütçeleri Anketi uygulamasında başlamıştır. İkinci olarak ise, Samsun, Antalya, Diyarbakır, Bursa, Ordu, Erzurum, Eskişehir illeri kapsama alınmıştır. Türkiye genelini kapsayacak ilk anketini ilk kez 1987 yılında Hanehalkı gelir ve tüketim harcamaları anketini uygulamış, anketten bölge,nüfus tabakaları,kır ve kent ayrımında gelir ve tüketim farklılaşmasını gösteren bilgiler elde edilmiş,sonuçlar 1987=100 bazlı Tüketici Fiyat Endeksi’nin baz yılı fiyatları ve ağırlıklarının belirlenmesinde kullanılmıştır (TÜİK;2008).

TÜİK daha sonraki çalışmalarını 1 Ocak 1994 yılında ve ardından 1995 yılında uygulamıştır.1994 yılından sonra TÜİK anketleri beşer yıllık periyotlar halinde uygulamayı planlamış ancak olumsuzluk sebebiyle uygulanamamıştır. Daha sonraki anket çalışması 2002 yılında yapılmıştır. Bu yıldan sonra tüketim harcamaları anketleri her yıl düzenli olarak yapılmaktadır.

### **2.5.2. Türkiye’de Tüketim Harcamalarını Etkileyen Faktörler**

Türkiye’de tüketim harcamalarını etkileyen faktörleri, iktisadi, demografik ve davranışsal faktörler olarak sınıflandırabiliriz. Ülkemizde tüketim harcamalarını en fazla etkileyen faktör iktisadi faktörlerdir. Bir ülkedeki gelir ve gelirin dağılımı tüketim üzerindeki etkisi kaçınılmazdır.

#### **2.5.2.1. Türkiye’deki İktisadi, Demografik Ve Davranışsal Faktörlerin Tüketim Harcamaları Üzerindeki Etkisi**

Türkiye’de tüketimi etkileyen iktisadi faktörler gelir ve dağılımı, enflasyon, fiyat beklentileri başlıcalarıdır. Gelir, bireylerin sahip oldukları üretim faktörlerini üretim sürecine sokmaları karşılığında elde ettikleri değerlerdir. Gelir dağılımı kısaca, milli gelirin bireyler arasında bölüşülmesini ifade eden bir kavramdır. Tüketim ve tasarrufla ilgili kararların verilebilmesi için bu kavramların değerlendirilmesi iyi yapılmalıdır. Bireylerin milli gelirden aldıkları paylar ve oluşturuldukları gelir grupları tüketimleri hakkında bilgi vermektedir. Tüketicilerin sahip oldukları gelir dilimleri tüketim miktarlarını ve bileşimlerini etkilemektedir. Gelirleri artan ve yüksek gelir gruplarında bulunan bireylerin marjinal tüketim eğilimleri düşük olduğundan tüketime ayrılan gelirinde düşük olduğu gözlenmektedir. Bu sebeple tüketim harcamalarını belirlemek için gelir önemli bir unsurdur.

Türkiye’de son yıllarda kırsal alandan kente göçlerin artması ve bölgeler arası farklılıkların görülmesi nedeniyle gelir dağılımında meydana gelen değişikliklerin belirlenmesi, gerek iktisatçıların ve gerekse politikacıların sıkça tartıştıkları konular arasında olmuştur. Gelir dağılımı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri arasında servetin dağılımı, işgücü verimliliği ve niteliğinin dağılımı, enflasyon, yüksek faizler, bütçe açıkları, nüfus artışı para arzındaki artışlar, özelleştirmeler ve demokratikleşme sayılabilir. Örneğin, ülkemizde son yıllarda gözlemlenen demokratikleşme hareketinin gelir dağılımını olumlu yönde etkilediği söylenmektedir(Akbay, Bilgiç, 2011: 74) Bu sebeple ülkemizde değişen ekonomik dalgalanmalara göre hane halklarının tüketim harcamaları da değişmektedir.

Türkiye’de, fakir ailelerin tüketim harcamalarının önemli bir kısmını gıda harcamaları oluşturmaktadır. Bireylerin toplam gelirlerinden gıda harcamalarına ayırdıkları pay bireylerin refah durumlarının önemli bir göstergesidir. En yoksul gelir grubu içinde yer alan bir tüketicinin marjinal tüketim eğilimi yüksek olmakta ve tüketim bileşimlerini zorunlu ihtiyaçları oluşturmakta iken, daha yüksek gelir grubunda bulunan bir tüketicinin marjinal tüketim eğilimi düşük olmakta ve tüketim bileşimi zorunlu tüketim mallarından lüks tüketim mallarına doğru kaymaktadır. Tablo 8’de TÜİK’in yaptığı 2010 ve 2011 Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anket sonuçlarına göre hanehalklarının tüketim amaçlı yaptıkları harcamalar içinde ilk sırada konut ve kira harcamaları yer almaktadır.

Tablo:8 Türkiye’de Gelire göre sıralı %20’lik gruplarda tüketim harcamalarının türlerine göre dağılımı

	Gelire göre sıralı hane halkı yüzdeleri											
	Toplam		1.%20		2.%20		3.%20		4.%20		5.%20	
Harcama türleri	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
<b>Toplam</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Gıda ve Alkolsüz içecekler</b>	21,9	20,7	31,9	30,9	26,8	24,9	24,1	22,7	21,2	20,2	16,7	16,0
<b>Alkollü içecek, sigara ve tütün</b>	4,5	4,1	5,6	5,4	5,4	4,9	5,1	4,8	4,5	4,3	3,6	3,2
<b>Giyim ve Ayakkabı</b>	5,1	5,2	4,1	4,3	4,4	4,7	5,0	4,8	5,1	5,3	5,6	5,7
<b>Konut ve Kira</b>	27,1	25,8	31,9	31,1	30,6	30,1	29,4	28,0	26,6	25,2	23,8	22,2
<b>Mobilya, ev aletleri ve bakım hizmetleri</b>	6,3	6,4	5,2	5,4	5,6	5,7	6,2	6,3	6,2	6,3	6,9	6,9
<b>Sağlık</b>	2,1	1,9	2,3	2,1	2,1	1,8	2,1	1,9	2,1	1,7	2,1	2,0
<b>Ulaştırma</b>	15,1	17,2	7,5	8,5	10,3	12,5	12,1	14,9	16,1	18,7	19,6	21,4
<b>Haberleşme</b>	4,1	4,0	3,4	3,2	3,8	3,7	4,1	4,1	4,3	4,4	4,2	4,1
<b>Kültür, eğlence</b>	2,8	2,7	1,4	1,3	2,3	2,0	2,2	2,3	2,6	2,7	3,7	3,5
<b>Eğitim hizmetleri</b>	2,0	2,0	0,8	0,7	0,9	0,8	1,2	1,3	1,7	1,6	3,4	3,4
<b>Otel, lokanta,</b>	5,4	5,7	3,5	4,3	4,6	4,9	5,4	5,4	5,4	6,0	6,2	6,4
<b>Çeşitli mal ve hizmetler</b>	3,7	4,3	2,6	2,7	3,3	4,1	3,0	3,7	4,4	3,9	4,2	5,2

Kaynak: TÜİK, [http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt\\_id=24](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=24).

Hanehalklarının toplam harcamalar içerisindeki ikinci sırayı gıda ve alkolsüz içecekler yer almaktadır.2010 yılında birinci yüzde yirmilik içerisinde yer alan gelir grupları konut ve kira harcamalarına gelirlerinden %27.1 oranında pay ayırırken, en zengin kesimi ifade eden beşinci yüzde yirmilik grup ise konut ve kira harcamalarına gelirlerinden %22.2 oranında harcama yapmıştır. Gıda ve alkolsüz içecek harcamalarında ise 2010 yılında en yoksul kesimin gelirinin %31.9 harcadığını ve en zengin kesiminde gelirinde %16.7'sini gıdaya harcadığı görülmektedir. Gelirden üçüncü en fazla harcama yapılan kalem ise ulaşımdır. Daha sonraki harcama kalemleri birbirine yakın ve değişkenlik göstermektedir.2011 yılındaki harcamalarda 2010 yılına yakın yüzdelerde olduğu tablodan anlaşılmaktadır.

Tüketimi etkileyen bir diğer faktör ise faiz oranlarıdır. Faiz oranlarındaki değişim, toplam harcanabilir gelirin tüketim ile tasarruflar arasında tahsisini etkilemektedir. Ülkede uygulanan faiz politikasının bir diğer etkisi de gelir dağılımı ile ilgilidir. Özellikle kamu harcamalarının finansmanını sağlamak amacıyla uygulanan yüksek faiz politikası ile yüksek gelir gruplarına önemli ölçüde kaynak transfer edilmekte ve gelir dağılımında yüksek gelir grupları lehine bir değişime neden olmaktadır (Yumuşak, Bilen, 2006: 4). Tüketimi önemli derecede etkileyen bir diğer faktör ise, enflasyondur. Enflasyon fiyatlar genel seviyesinin yükselmesidir. Enflasyon, gelir dağılımını ücretliler aleyhine olumsuz etkilemekte, sabit gelirlilerin gelirlerinin satın alma gücünü azaltırken küçük bir grubun refahı arttırmaktadır. Gelir dağılımındaki bu dengesizlik sosyal ve siyasal sorunların artmasına neden olmaktadır. Tasarruf hacmini daraltmakta, tüketimi ise arttırmaktadır.

Türkiye’de tüketim harcamalarını etkileyen bir diğer faktör ise demografik unsurlardır. Demografik faktörlerden kasıt, tüketicinin yaşı, medeni durumu, kentte yada kırsalda yaşaması, eğitim durumu, mesleği gibi unsurlardır.Ülkemizde 1980’den sonra yaşanan hızlı kentleşme süreciyle bir çok şey değişmiştir.Eğitim seviyesi yükselmeye başlamış böylece de daha bilinçli bir tüketici kesimi ortaya çıkmıştır.Geniş aile tipinden çekirdek aileye dönüşte tüketim harcamalarına yön vermiştir.Tüketim kalıplarında değişiklikler yaşanmaya başlanmıştır.Ülkemizde tüketim harcamalarına etki eden diğer bir faktörde tüketicilerin davranışsal özellikleridir.Ülkemiz yaşanan ekonomik dalgalanmalar, istikrar ortamının sağlanması yada sağlanamaması gibi durumlarda tüketici beklentileri ve harcamaları



da değişmektedir. Ülkemizde bir kriz alarmı hissedildiğinde tüketim harcamalarının azaldığı yada kısıtlı yapıldığı dikkat çekmektedir.

## **2.6. TÜKETİM FONKSİYONLARIYLA İLGİLİ YAPILMIŞ OLAN LİTERATÜR ÇALIŞMALARI**

İktisadi olayların en karmaşık alanlarından biri olan tüketim davranışları çok eski tarihlerden beri iktisatçıların ilgisini çekmiştir. İktisatçılar tüketim harcamalarıyla ilgili çeşitli araştırmalar yaparak içinde buldukları dönemlerdeki tüketim ve tüketici davranışlarının ortaya çıkarılmasında önemli bir görev üstlenmişlerdir. Teorik iktisatçılar mikro ekonomik analizlerde tüketici dengesini ele alırken makro ekonomik analizlerde istihdam seviyesi konularında tüketim seviyelerini incelemişlerdir. Ekonometri disiplinin gelişmesiyle birlikte yakın zamanlara kadar sadece kalitatif düzeyde kalmış olan tüketim araştırmaları kantitatif olarak da gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Tüketimin fonksiyonlarla ifade edilmesi, tüketime etki eden faktörlerin etkilerini ölçmeyi ve ayrıca tüketimle ilgili öngörüler yapmayı olanaklı hale getirmiştir (Maraş, 2004: 54)

### **2.6.1. Tüketim Fonksiyonuyla İlgili Olarak Türkiye’de ve Dünyada Yapılmış Olan Literatür Çalışmaları**

Özer (2001), 1991 yılında Erzurum ilinde gerçekleştirmiş olduğu hanehalkı tüketim harcamaları anketinden elde edilen verilerle, yatay kesit veriler yardımıyla ildeki hanehalklarının tüketim kalıplarını incelemiştir. Gelir hipotezi verilerine ilişkin modelleri tespit ederek, Erzurum için en uygun olanı tespit etmeye çalışmıştır.

Erdoğdu ve Özbek (2001), Türkiye’de maliye politikasının tüketim harcamaları üzerinde reel bir etki yaratıp yaratmadığını tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmada Kalman Filtresi yöntemiyle parametreler tahmin edilmiş, elde edilen verilerin sonuçlarıyla hanehalklarının tüketimi üzerinde ekonomik krizlerin etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Tarı ve Çalışkan (2003), Kocaeli İlinde Tüketimin Gelir Hipotezlerinin Analizinde, gelir ile tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla ileri sürülen hipotezlerden Kocaeli ili hanehalkı tüketim davranışını en iyi açıklayan hipotezi

belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada 2003 yılında Kocaeli ili kırsal ve kentsel alanında uygulanan hanehalkı tüketim harcamaları anketinden elde edilen yatay kesit verileri kullanılmıştır.

Penpece (2006), Tüketici davranışlarını belirleyen etmenler, Kültürün tüketici davranışları üzerindeki etkisini Kahramanmaraş ilinde incelemiştir. Kültürün tüketici davranışları üzerine etkisi araştırılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir.

Tarı, Çalışkan ve Bayraktar (2006) , Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir ve Tüketim İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme yapmışlardır. Bu çalışmada, 2004 yılında Kocaeli Üniversitesi öğrencilerine uygulanan anket-ten elde edilen veriler kullanılarak, öğrencilerin tüketim fonksiyonları tahmin edilmiştir. Cinsiyet faktörü ile öğrencilerin devam ettikleri programların tüketim davranışları üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmıştır. Ayrıca, öğrencilerin tüketim (harcama) bütçesi içinde yer alan 9 ayrı harcama grubunun engel fonksiyonları tahmin edilmiştir.

Maraş (2006), Gelir-Tüketim İlişkileri ve Türkiye örneği adlı çalışmasında, 1960-2004 dönemi itibariyle hem kamu hem de özel kesim için tüketim teorilerinin tahminini yapmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular sonucunda Türkiye’de özel ve kamu kesiminde Tesadüfü Yürüyüş Hipotezinin varsayımlarının geçerli olduğu saptamıştır.

TÜBİTAK (2009), Üniversite Öğrencilerinin Gelir Ve Harcama Eğilimleri Arattırması 2007-2008 yapılmıştır. bu çalışma; toplam 36 devlet ve özel üniversite ve bu üniversitelerin hemen hemen tamamında yaygın olarak bulunan fakültelerinde lisans eğitimine devam eden öğrencilerin katılımıyla yapılmıştır. Bu çalışma; öğrencilerin gelir, harcama, tasarruf ve borçlanma eğilimlerini belirlemeye yönelik kapsamlı bir araştırmaya dayanmaktadır.

Özer, Alkan ve Çalmaşur (2010) , Erzurum ilinde Atatürk Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir-Harcama İlişkisi üzerine bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmanın amacı, Atatürk Üniversitesi öğrencilerinin gelir-harcama ilişkisini, toplam harcamanın harcama grupları itibariyle dağılımını ve üniversite öğrencilerinin ekonomisine katkısını araştırmaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmek öğrencilere anket

uygulanmıştır. Harcama gruplarının gelir esneklikleri engel fonksiyonları yardımıyla bulunmuştur.

Gerlevik (2012), İnternet Üzerinden Alışverişin Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi üzerine bir çalışma yapmıştır. Çalışmada internetin tüketim üzerindeki etkisini analiz edilmeye çalışılmıştır.

Sarantis ve Stewart (2000) , Güney Avrupa ülkelerinin tüketim fonksiyonlarıyla ilgili olarak hata-düzeltilme modeli tahmin etmişleridir. Çalışma da tüketim fonksiyonun belirleyicisi olarak kullanılabilir gelir ve enflasyonun belirleyici olduğu fakat uzun dönemde çoğu ülkede güvenilir ve devamlı zaman serilerine ulaşmanın zorluğunu işaret etmişlerdir. Bakhshi (2000), toplam tüketimin bireysel servette meydana getirdiği değişimlerine karşı duyarlılığını test etmiştir. Yaptığı bu çalışma, uzun dönem tüketim fonksiyonunda işgücü gelirin kullanılması ile tahmin edilen elastikiyetlerin bireysel servet ile oluşturulan tüketim fonksiyonlarının elastikiyetinden daha yüksek olduğunu göstermiştir. Mehra (2001), ABD’de hanehalkı servet ve işgücü geliri ile tüketim harcamaları arasındaki ilişkileri ortaya koyabilmek için koentegrasyon ve kısa dönem dinamikleri kontrol etmek için hata düzeltme modellerini kullanmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçta, toplam tüketim harcamalarının işgücü geliri ve servet değişkenleriyle koentegre olduklarını göstermiştir. Drakos (2002) , Yunanistan üzerinden yapmış olduğu çalışmasında dinamik tüketim davranışlarını ortaya koymuştur. Çalışma sonucunda bireylerin bugünkü borçlanmalarının gelecekte yeni vergi anlamına geldiğinin farkında olmamaları durumunda tüketimin simetrik olarak gelirdeki sapmalara tepki gösterdiği ortaya koyulurken likidite kısıtı altında tüketimin gelirdeki azalışlardan çok gelirdeki artışlara tepki gösterdiği belirtilmiştir. Barrell ve Davis (2004), yedi OECD (ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Kanada, Japonya ve İsveç) için finansal liberazasyonun tüketime olan etkilerini araştırmışlardır. Yapılan çalışmada maddi ve finansal varlıkları kapsayan dinamik hata düzeltme yararlanılarak hem kısa hem de uzun vadede tüketimin belirleyicileri üzerinde finansal serbestleşmenin etkilerini ortaya koymuşlardır. Sameroynina (2005), Rusya’da Tüketim ve tasarruf davranışlarını test etmiştir. Çalışmasında Rusya’nın 1994-2002 dönemlerini kapsayan verileri kullanarak tüketim ve tasarruf birlikteliğinin varlığını regresyon analizi yardımıyla test etmiştir. Çalışmasında sürekli gelir hipotezini baz almış,

sürekli gelir hipotezinde olduğu gibi tasarrufların gelecek gelir değişimlerinin önemli bir tahmincisi olduğunu ve tüketim harcamalarının gelecekte meydana gelecek olan değişimleri tahmin etme gücünün olduğunu saptamıştır. (Maraş, 2006)

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### GELİR DAĞILIMININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ETKİSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Türkiye’de ve dünyada gelir dağılımı eşitsizliğinin önlenmesine yönelik birçok çalışma ve politikalar uygulanmaktadır. Gelir dağılımını etkileyen ve gelir dağılımının etkilediği birçok faktör araştırma konusu olmuştur.

Çalışmada, farklı sosyo-ekonomik ve demografik özelliklere sahip bireyler arasında gelir, harcama, tasarruf ve borçlanma eğilimlerini belirleyerek karşılaştırma yapmak, farklı öğrenim düzeylerine sahip olan bireyler arasında ekonomik ve sosyal eğilim farklılıklarını tespit etmek, farklı cinsiyette ve farklı sosyo-kültürel özelliklere sahip bireylerin gelir-tüketim ve borçlanma eğilimlerindeki farklılıkları, gelir düzeylerine bağlı olarak üretilen mal ve hizmetlerin fiyatlandırılmasına etkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Genel bir yargı olarak çalışmanın bütününde var olan gelir dağılımının tüketici davranışlarını ve harcamalarını etkilemesi incelenmiş ve gelir düzeyinin artma eğilimi gösterdikçe kişilerin tüketim davranışlarının değiştiği test edilmiştir. Çalışmanın amacı gelir dağılımı tüketici davranışlarını etkilediğinin vurgulanması ve bireylerin gelir düzeylerinin değiştikçe tüketim harcamalarının da değişim gösterip göstermediğini araştırmaktır.

#### 3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KISITI

Bu çalışma, gelir dağılımının tüketici davranışlarına etki yaratıp yaratmadığını ölçmek amaçlı bir alan araştırmasıdır. Bu etkinin ortaya çıkarılması için, Aydın/Merkez ili içerisinde yaşayan, 18 yaş ve üstü gelir elde edenlere anket uygulanmıştır.

Anketin hazırlanması gerekli literatür çalışması yapılmış ve 46 soru hazırlanmıştır. Soruların 26 tanesi çoktan seçmeli geriye kalan 20 tanesi ise kendi içinde de soru oluşturan kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım,

katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Yüz yüze gerçekleştirilen ve örneği ekte verilen ve 200 kişiye uygulanan anketin sonucunda elde edilen verilerin analizi SPSS 18.0 (Statistic Program for social sciences) paket programı kullanılarak değerlendirilmiştir.

Araştırma örnekleminin belirlenmesinde, rassal örnekleme yöntemlerinden basit rassal örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Analiz için kullanılan istatistik yöntemler, frekans ve % dağılımı, çapraz tablo, pie grafiği, güvenilirlik analizi, regresyon analizi, faktör analizi, non-parametrik test olarak sıralanmaktadır.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ**

Anket uygulamasının evreni olarak Aydın ili belirlenmiştir. Örneklem olarak Aydın/Merkez olup, örnekleme katılan kişiler 18 yaş ve üstü gelir elde eden bireylerden seçilmiştir.

Anket çalışması Aydın/Merkezde yaşayan 18 yaş ve üstü gelir elde edenlere uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Bu kişilerin seçilmesinde kullanılan yöntem rassal örnekleme yöntemlerinden basit rassal örneklemedir.

Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısıyla hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır. Bu yöntemin kullanılabilmesi için ele alınan problemlerle ilgili bilgilerin evrene göre benzeşik (homojen) olması gerekir. Örneğin, seyahat harcamalarının aile bütçesindeki ortalama payını bulmak için basit tesadüfi örnekleme yöntemini kullanmak doğru değildir. Çünkü gelir, meslek vb. özellikler yönünden farklı olan ailelerin seyahat harcamalarının bütçeleri içindeki payları farklıdır. Bu farklar ortalamayı önemli ölçüde etkileyeceğinden, basit tesadüfi örnekleme yönteminin kullanılması doğru değildir (Erkılıç, 2011: 13).

Örneklem büyüklüğünü belirlemek için, hedef kitledeki birey sayısının bilinmesi durumunda kullanılan formül ele alınmıştır. Örneklem sayısı şu şekilde hesaplanmıştır.

$$n = Nt^2pq/d^2(N-1) + t^2pq$$

Formülde;

N:Hedef kitledeki birey sayısı

n: Örneklem alınacak birey sayısı

p:İncelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme sıklığı)

q:İncelenen olayın görülmeşi sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı )

t: Belirlilik bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

d:Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen  $\pm$  örneklem hatasıdır (Baş, 2006: 45). Hesaplama sonucunda yapılması gereken minimum anket sayısının 166 olduğu tespit edilmiş olup 200 kişiye anket uygulanmıştır.

### 3.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmanın temel hipotezi “ Gelir dağılımı tüketici davranışlarını etkiler”hipotezini test etmektir. Ayrıca, bireylerin gelirleri ile harcamaları arasında mutlak doğrusal bir ilişki vardır. Bireylerin harcama kararlarında iktisadi faktörlerin dışında demografik, sosyolojik ve psikolojik pek çok faktörün etkisi bulunmaktadır. Bireylerin demografik özellikleri başta olmak üzere; eğitim seviyeleri, meslekleri ve yerleşim yerleri, gelir-tüketim eğilimleri üzerinde etkili faktörlerdir. Söz konusu bu faktörler hanehalklarının eğilimlerini anlamlı sayılabilecek düzeyde farklılaştırmaktadır.

### 3.5. ARAŞTIRMANIN ANALİZİ VE SONUÇLARI

Bu bölümde, demografik özellikler, çoktan seçmeli sorular ve beşli likert sorularla gelir dağılımının tüketici davranışlarına etkisi iki bölüm altında toplanmıştır. Bu bölümde yararlanılan istatistik yöntemler; frekans ve % dağılımı, çapraz tablo, pie grafiği, güvenilirlik analizi, regresyon analizi, faktör analizi ve son olarak Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır.

İlk olarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlilik analizi (Reliability Analysis) ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir. Araştırmada güvenilirlik analizinde kullanılan modellerden Alfa ( $\alpha$ ) modeli kullanılmıştır. Bu yöntem, ölçmekte yer alan soruların homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırır. Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2009: 405).

$0.00 \leq \alpha \leq 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha \leq 0.60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük,

$0.60 \leq \alpha \leq 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilir,

$0.80 \leq \alpha \leq 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Tablo:9 Güvenirlilik analizi

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
,793	58

Tablo 9'da, anket sorularının birinci ve ikinci bölümünü oluşturan sorulara güvenilirlik analizi uygulandığında Cronbach's Alfa katsayısı 0.793 olarak bulunduğu gösterilmiş olup iç tutarlılığının yüksek olduğunu göstermekte olup, oldukça güvenilir bir ölçek çıkmıştır.

Tablo: 10 Güvenirlilik analizi

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
,803	20

Tablo 10'da yine anket çalışmasının ikinci bölümünü oluşturan likert ölçekli sorulara güvenilirlik analizi uygulandığında Cronbach's Alfa katsayısı 0.803 olarak bulunmuştur. Yüksek derecede güvenilir bir ölçek çıkmıştır. Buda verilerin iç tutarlılığının daha da yüksek olduğunu göstermektedir.



### 3.5.1. Demografik Özellikler İle İlgili Analiz Sonuçları

Tablo 10'da görüleceği üzere araştırmada yer alan bireylerin % 62,4 erkek, % 37,6'sını kadınlar oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılanların % 67,5'nin evli % 22'sinin bekâr olduğu anlaşılmaktadır. Yaş dağılımı itibariyle bakıldığında ise, % 14'ü 18-28 yaş diliminde, % 27,5'i 29-39 yaş diliminde, % 38'nin 40-50 yaş diliminde, % 13,6'sının 51-61 yaş diliminde, % 0,6'sının ise 62 ve üstü yaş diliminde yer aldığı saptanmıştır.

Ankete katılan kişilerin mesleki dağılımlarına bakıldığında, ağırlıklı olarak memur olduğu ve % 41,5 ile ilk sırada olduğu belirlenmiştir. Meslek grupları içinde ikinci sırayı % 18,0 ile işçi sınıfı olduğu belirlenmiştir. Diğer meslek grupları içinde olan (tarımla uğraşan, iş adamı, sözleşmeli çalışanlar) % 14,0 olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ankete katılan kişilerin, % 13,0 ile emekli, % 0,8 ile serbest meslek erbabı kişiler olduğu belirlenmiştir. En düşük yüzdeliği oluşturan iki grubun ise, ev hanımı ve çalışmayanlar olduğu belirlenmiştir.

Ankete katılan kişilerin çalışma sürelerine göre dağılımına bakıldığında, ilk sırayı % 51,0 ile 16 yıl ve üzeri çalışanlar olduğu belirlenmiştir. % 14,5 ile 1-5 yıl çalışanlar dağılımı takip etmektedir. 6-10 yıl çalışanlar ve 11-15 yıl çalışanların dağılımının birbirlerine yakın olduğu belirlenmiştir. % 3,0 ile 1 yıldan az çalışanlar ankete katılanların en düşük yüzdeliğini oluşturmaktadır. Ankete katılan kişilerin % 4,5'i ise ankette yer alan bu soruyu yanıtlamamışlardır.

Tablo: 11 Araştırmada Yer Alan Kişilerin Demografik Özellikleri

Özellik	Frekans	Yüzde	Özellik	Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>			<b>Eğitim Durumu</b>		
Erkek	121	62.4	Okur yazar değil/okur yazar	5	2.5
Kadın	73	37.6	İlköğretim	41	20.
Kayıp	6	3.0	Lise	31	15.5
Toplam	200	100.00	Önlisans	33	16.5
			Lisans	48	24.0
			Yüksek lisans/Doktora	38	19.0
<b>Yaş</b>			Diğer	3	1.5
18-28	28	14.0	Kayıp	1	0.5
29-39	55	27.5	Toplam	200	100.0
40-50	76	38.0			
51-61	26	13.6			
62 ve üstü	12	0.6	<b>Mesleği</b>		
Kayıp	3	1.5	Öğrenci	3	1.5
Toplam	200	100.0	Emekli	26	13.0
			Memur	83	41.5
<b>Medeni Durum</b>			İşçi	36	18.0
Evli	135	67.5	Serbest meslek	16	8.0
Bekâr	44	22.0	Ev hanımı	5	2.5
Kayıp	21	10.5	Çalışmıyor	2	1.0
Toplam	200	100.0	Diğer	28	14.0
			Kayıp	1	0.5
<b>Çalışma Süresi</b>			Toplam	200	100
1 yıldan az	6	3.0			
1-5	29	14.5	<b>Bağlı bulunulan Sosyal Güvenlik Sistemi</b>		
6-10	28	14.0	SGK	181	90.5
11-15	26	13.0	Özel Sigorta	2	1.0
16 ve üzeri	102	51.0	Diğer	15	7.5
Kayıp	9	4.5	Kayıp	2	1.0
Toplam	200	100.0	Toplam	200	100.0

Tablo 11’de görüleceği üzere ankete katılan kişilerin ağırlıklı olarak memur kesimi olması sosyal güvenlik sistemi için de yer alan grupları da etkilemiştir. % 90,5 ile SGK sistemi içersinde olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan diğer kişilerin % 2,0’nın özel sigortalı olduğu belirlenmiştir. % 7,5’i diğer sosyal güvenlik

sistemlerine (yeşil kart, bireysel emeklilik, genel sağlık sigortası) bağlı olduğu saptanmıştır.

Tablo:11 Araştırmada Yer Alan Kişilerin Demografik Özellikleri(Tablo 11'in devamı)

Özellik	Frekans	Yüzde	Özellik	Frekans	Yüzde
<b>Hanede Yaşayan kişi</b>			<b>İkamet Edilen Konut</b>		
1-2kişi	59	29.5	Mülk sahibi	102	51.0
3-4 kişi	112	56.0	Kira	60	30.3
5-6 kişi	26	13.0	Lojman	10	5.3
7 ve üstü	2	1.0	Kendime ait değil ama,	23	11.5
Kayıp	1	. 5	kira vermiyorum		
Toplam	200	100.0	Diğer	3	1.5
			Kayıp	2	1.0
			Toplam	200	100

Yine Tablo 11'de görüleceği üzere ankete katılan kişilerin ikamet ettikleri konut türlerine göre dağılımında ilk sırayı % 51,0 ile mülk sahipleri, % 30,3 ile kirada ikamet edenler olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların % 11,5'nin ile mülk sahibi olmadıkları ancak kira vermeden ikamet ettikleri tespit edilmiştir.

### 3.5.2. Gelir, Harcama ve Hanehalkı Özelliklerine Göre Analiz Sonuçları

Tablo 11'e göre hanede yaşayan kişi sayısına göre dağılımı incelendiğinde ilk sırayı, % 56,0'nın 3-4 kişi yaşayan, % 29,5 ile 1-2 kişi yaşayan izlemektedir. Ankete katılan diğer kişileri % 13,0 ise hanelerinde 5-6 kişi yaşadıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 12'de görüldüğü üzere, hanede çalışan sayısına göre ilk sırayı % 87,5 ile 1-2 kişi çalışanlar olduğu belirlenmiştir. % 6,5 ile 3-4 kişi hanede çalışan kişi olduğu belirlenmiştir. Tablo 10'da görülen hanede yaşayan kişi sayısına bakıldığında ağırlıklı olarak hanede yaşayan kişi sayısının 3-4 kişi olması, hanede çalışan sayısının ağırlıklı olarak 1-2 kişi olduğunun bir göstergesidir. Yine Tablo 10'da görüleceği üzere kişilerin elde ettikleri gelir türüne göre dağılımına bakıldığında % 83,5 ile maaşlı çalışanlar, % 8,5 ile ücretli çalışanlar olduğu belirlenmiştir. Yine

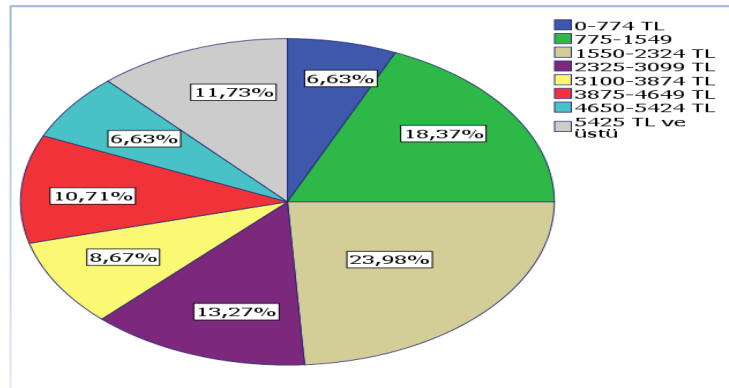
ankete katılanların % 1,5'i tarımsal gelir elde ettiği, % 4,5'nin diğer gelir türleriyle gelirini elde ettiği saptanmıştır.

Tablo:12 Araştırmada Yer Alan Kişilerin Hanelerinde Çalışan Sayıları Ve Elde Ettikleri Gelir Türlerine Göre Dağılımı

Hanede çalışan kişi	Frekans	Yüzde
1-2	175	87,5
3-4	13	6,5
Kayıp	12	6,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>
Elde edilen gelir türü		
Maaş	167	83,5
Ücret	17	8,5
Kira gelir	1	,5
Tarımsal gelir	3	1,5
Diğer	9	4,5
Kayıp	3	1,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

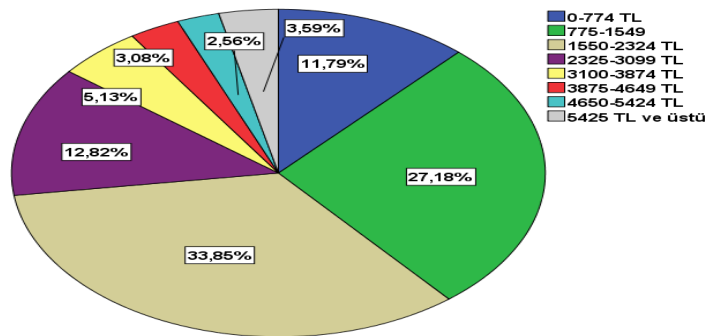
Tablo 12'ye bakıldığında hanelerin aylık ortalama gelirleri görülmektedir. % 23,9 ile 1550-2324 TL arasında gelir elde eden ilk sırada yer almaktadır. % 18,75 ile 775-1549 TL arasında gelir elde eden ikinci grup olduğu belirlenmiştir. 3000 TL ve üzeri gelir elde eden grubun ise % 10,0'larda olduğu belirlenmiştir.

Grafik: 1 Araştırmaya Katılan Kişileri Hane İçi Aylık Ortalama Gelir Dağılımları



Birinci bölümde değinildiği üzere, Grafik 1 gelir dağılımındaki adaletsizliğin bir göstergesidir. Yüksek gelir grupları ve alt gelir grupları arasında farklar açıkça görülmektedir. Yine ikinci bölümde değinildiği, gelir dağılımı ve tüketim ilişkisini bu dağılım etkilediği sonucuna varılmıştır.

Grafik: 2 Araştırmaya Katılan Kişilerin Aylık Kişisel Ortalama Gelirleri

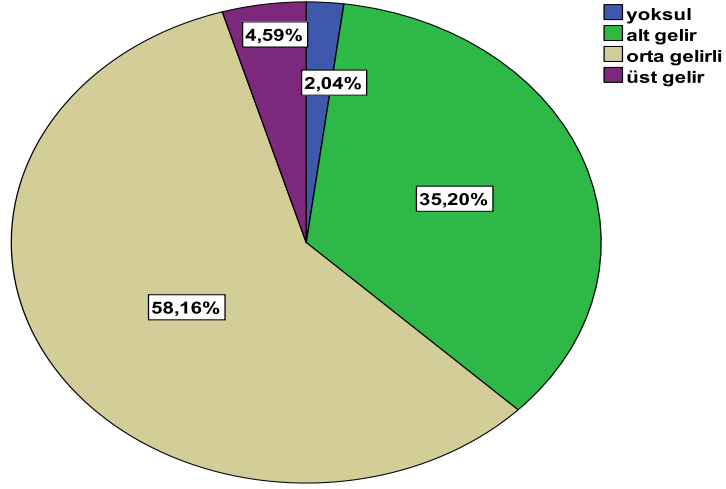


Grafik 2'ye bakıldığında ankete katılan kişilerin aylık ortalama kişisel gelirlerinin dağılımı görülmektedir. Kişilerin gelir dağılımının % 33,85'nün 1550-1549 TL arasında gelir elde ettiği, % 21,18 ile dağılımın ikinci sırasının 775-1549 TL arasında gelir elde edenler olduğu belirlenmiştir. % 12,82'si 2325-3099 TL arasında, % 5,13 ile 3100-3874 TL arasında gelir elde edenler olduğu belirlenmiştir. 3000 TL üzerinde gelir elde eden kesimin % 2,0 ve % 3,0 arasında olduğu gözlemlenmiştir. Ülkemizdeki gelir dağılımındaki genel eğilime bakıldığında hanehalklarının elde ettiği gelir aralığı asgari ücret ile 1500 TL olduğu görülmektedir.

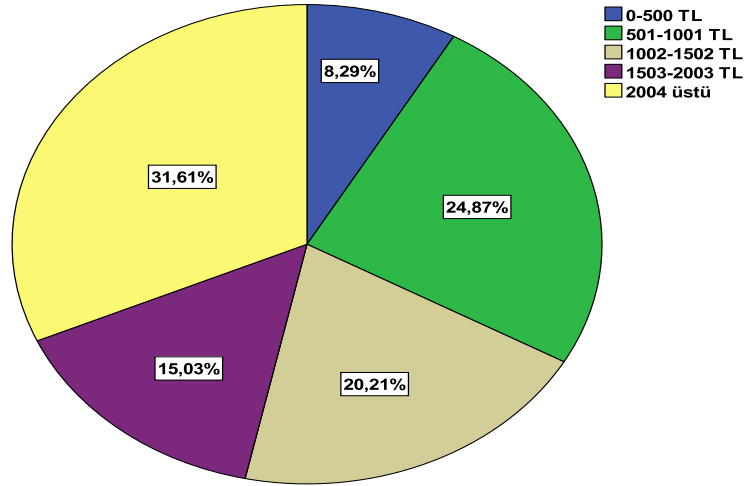
Grafik 3'te ankete katılan kişiler kendilerini gördükleri gelir gruplarının dağılımı belirtilmiştir. % 58,16 ile ilk sırayı kişilerin kendilerini orta gelirli olarak gördükleri saptanmıştır. % 35,20 ile kişiler kendilerini alt gelirli olarak, % 2,04'ü ise yoksul olarak gördükleri belirlenmiştir. % 4,59'luk bir kesim ise kendilerini üst gelirli olarak gördükleri belirlenmiştir.

Grafik 4'de görüleceği üzere, ankete katılanların % 31,61'i 2004 TL ve üstü, % 24,87'si aylık 501-1001TL arasında, % 20,21 1002-1502 TL arasında, % 15,03'ü 1503-2003 TL arasında, % 8,29 ise 0-500 TL arasında tüketim harcaması yapmaktadır. Grafik 1'de kişilerin aylık ortalama gelirlerine göre tüketim harcamalarında buldukları Grafik 4'te saptanan dağılımlarla orantılı olduğu görülmektedir.

Grafik:3 Ankete Katılan Kişilerin Kendilerini Gördükleri Gelir Gruplarına Göre Dağılımı



Grafik:4 Ankete Katılan Bireylerin Aylık Tüketim Harcamaları



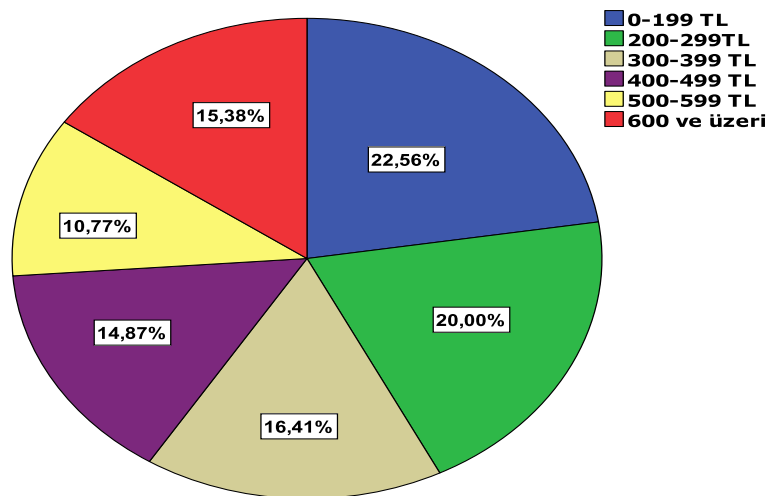
Tablo 13'e bakıldığında ankete katılan kişilerin % 54,0'nın bir tane otomobilinin olduğu, % 7,5'nin iki tane arabasının olduğu belirlenmiştir. Hanehalkında kişilerin ortalama aylık gelirleriyle otomobil sayılarının birbirleriyle orantılı olduğu görülmektedir.

Tablo:13 Ankete Katılan Kişilerin Otomobil Sayılarının Dağılımı

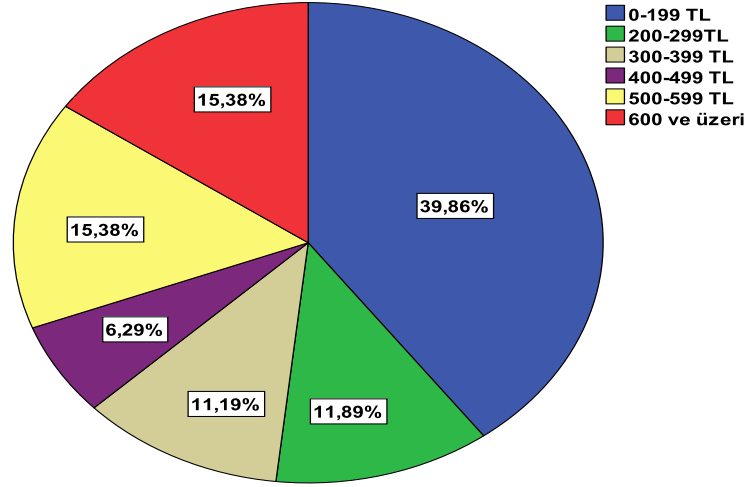
Hanehalkındaki otomobil	Frekans	Sıklık
Var	128	64,0
Yok	71	35,5
Kayıp	1	,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>
Hanehalkındaki otomobil sayısı		
Yok	71	36,5
1	108	54,0
2	15	7,5
3 ve üzeri	5	1,5
Kayıp	1	,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Grafik 5’de görüleceği üzere, kişilerin gıda harcamalarındaki dağılımı farklılık göstermektedir. % 22,56 ile 0-199 TL arasında, % 20,00 ile 200-299 TL arasında, % 16,41 300-399 TL arasında, % 15,38 ile 600 TL ve üzeri, % 10,77 ile 500-599 TL arasında gıda harcaması yapıldığı belirlenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde değinildiği üzere kişilerin elde ettikleri gelire göre, harcamalarının da değişkenlik gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Grafik: 5 Ankete katılan kişilerin aylık gıda harcamaları

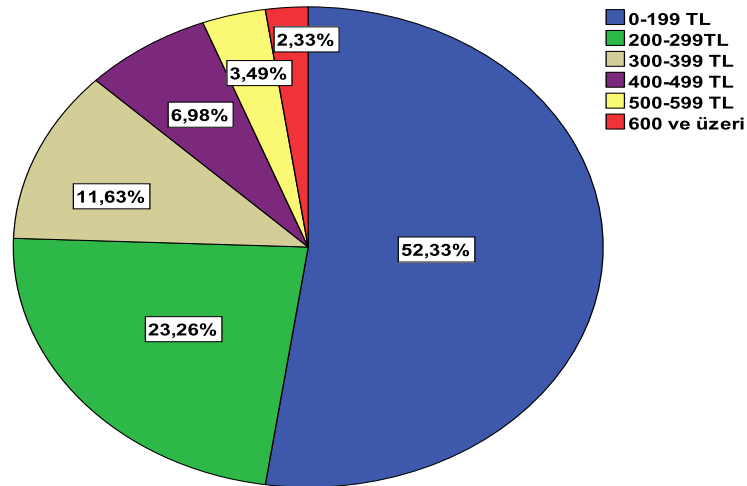


Grafik:6 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Barınma Harcamaları



Grafik 6’da görüleceği üzere ankete katılan kişilerin % 39,86 ilk sıralamayı 0-199 TL arasında, % 15,38 ile 500-600 TL ve üzeri barınma harcaması yapan, % 11,19’nun 300-399 TL arasında, % 6,29’nun ise 400-499 TL arasında barınma harcamasında bulunduğu saptanmıştır. 0-199 TL barınma harcaması yapan grubun yüksek olması ankete katılan kişilerin çoğunun mülk sahibi ve mülk sahibi değil ama kira vermemesi, bu grubun barınma harcamalarının azalttığının göstergesidir.

Grafik: 7 Ankete Katılan Kişilerin Giyim Harcamaları



Grafik 7’de görüleceği üzere ankete katılan kişilerin giyim harcamalarının oranları verilmiştir. % 52,33 ile 0-199 TL, % 23,26 ile 200-299 TL arasında, % 11,63 300-399 TL arasında giyim harcaması yapıldığı saptanmıştır. 400 TL ve üzeri giyim harcamaları diğer giyim harcaması yapan gruplara göre daha az olduğu

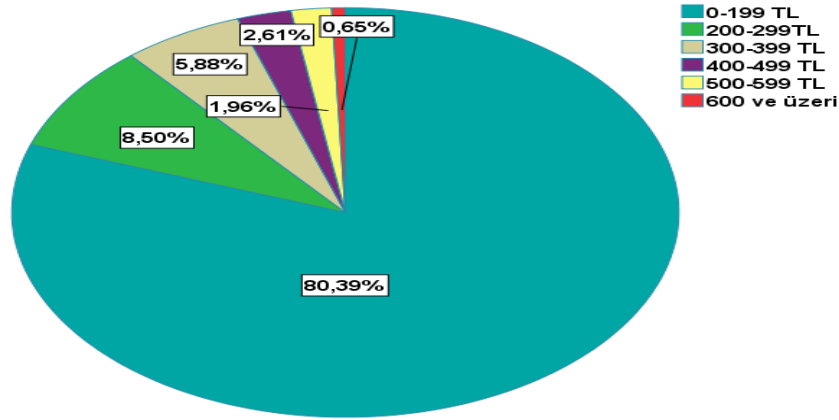


belirlenmiştir. Giyim harcamaları, gıda ve barınma harcamalarına oranla daha az harcama yapıldığı sonucuna varılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde değinildiği üzere bireyler öncelikli olarak zorunlu ihtiyaçlarına gelirlerinden daha fazla pay ayırmaktadır.

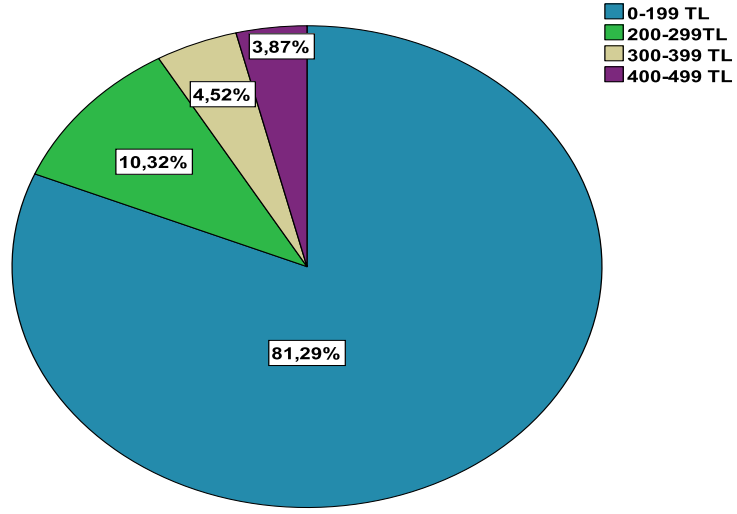
Grafik 8’de ankete katılan kişilerin % 80,39’nun kişisel bakım harcamaları 0-199 TL arasında, % 8,50’sinin kişisel bakım harcamaları 200-299 TL arasında, % 5,88’nin kişisel bakım harcamaları 300-399 TL arasında olduğu saptanmıştır. 500 TL ve üzeri kişisel bakım harcaması yapan kesimin %lik dağılımı diğer kişisel harcama oranlarına göre daha az olduğu saptanmıştır.

Grafik 9’e bakıldığında ankete katılan kişilerin % 81,29 ilk sırayı 0-199 TL arasında sağlık harcaması yaptığı belirlenmiştir. % 10,32’sinin 200-299 TL arasında sağlık harcaması yaptığı, % 4,52 ile 300-399 TL arasında sağlık harcaması yaptığı, % 3,87’sinin ise 400-499 TL arasında sağlık harcaması yaptığı saptanmıştır.

Grafik: 8 Ankete Katılan Kişilerin Kişisel Bakım Harcamaları

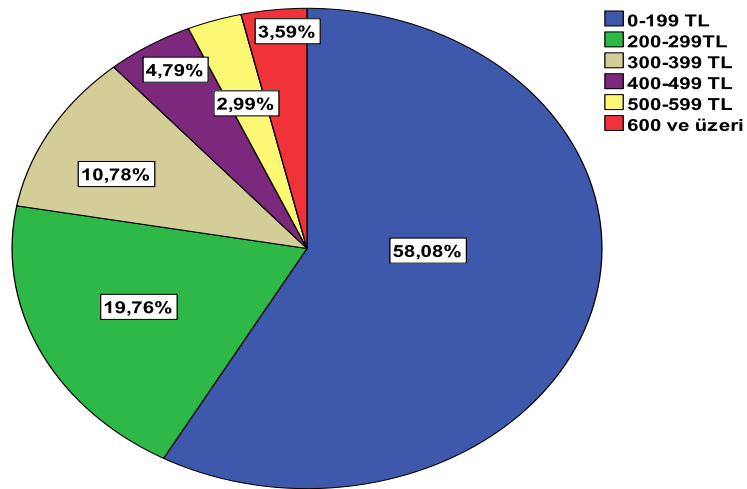


Grafik:9 Ankete Katılan Kişilerin Sağlık Harcamaları

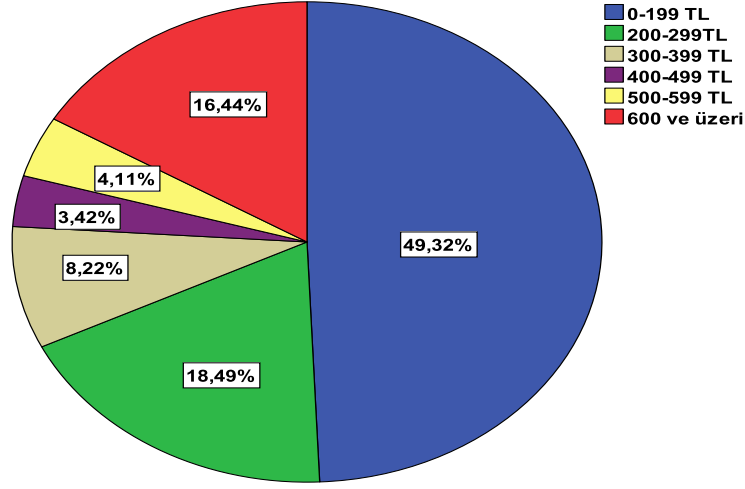


Grafik 10'da ankete katılan kişilerin ulaşım harcamaları görülmektedir. % 58,08 ile 0-199 TL arasında ulaşım harcaması yapan kişiler ilk sırada yer almaktadır. % 19,76 ile 200-299 TL ulaşım harcaması yapan kişiler ikinci sırada oldukları belirlenmiştir. % 10,78'i ise 300-399 TL arasında ulaşım harcaması yapan üçüncü gruptur. 400 TL ve üzeri ulaşım harcaması yapan grupların % 2,00 ile % 4,00 arasında olduğu belirlenmiştir.

Grafik: 10 Ankete Katılan Kişilerin Ulaşım Harcamaları

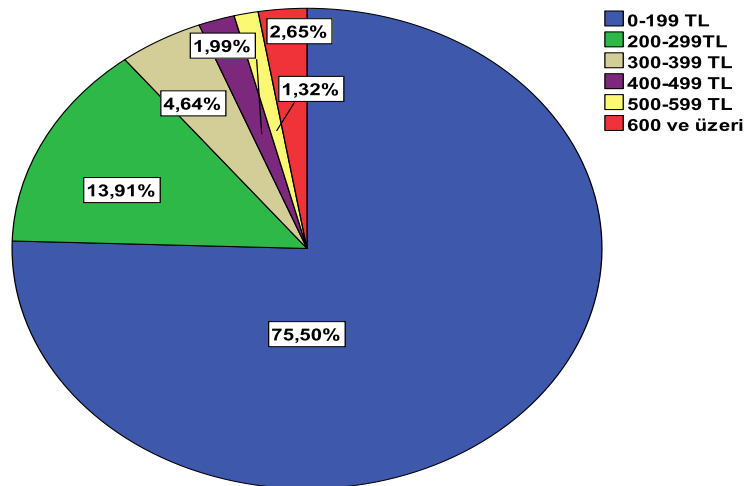


Grafik:11 Ankete Katılan Kişilerin Eğitim Harcamaları



Grafik 11’de % 49,32 ile 0-199 TL arasında eğitim harcaması yapan ilk grubu oluşturmaktadır. % 18,49 ile 200-299 TL arasında eğitim harcaması yapan izlemektedir. % 16,44 ile 600 ve üzeri eğitim harcaması yapan dağılımda üçüncü sıralamayı oluşturmaktadır.

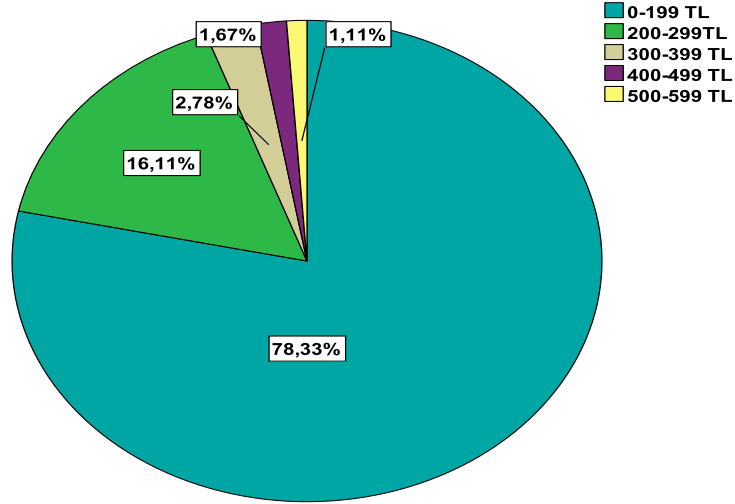
Grafik: 12 Ankete Katılan Kişilerin Ev Hizmetleri/Temizlik Hizmetleri Harcamaları



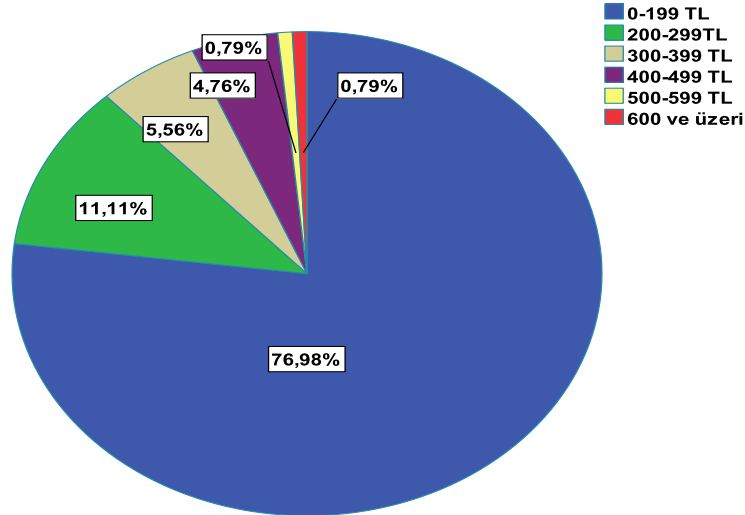
Grafik 12’de % 75,50’sinin ev hizmetleri ve temizlik harcamalarının 0-199 TL arasında olduğu belirlenmiştir. % 13,91 ile 200-299 TL, % 4,64 ile 300-399 TL ev hizmetleri ve temizlik harcaması yapıldığı belirlenmiştir.

Grafik 13’de ankete katılan kişilerin aylık haberleşme harcamaları gösterilmiştir. % 78,33 ile 0-199 TL, % 16,11 ile 200-299 TL, % 2,28 ile 300-399 TL aylık haberleşme harcamalarının olduğu belirlenmiştir. 400 TL ve üzeri haberleşme harcamalarının % 1,00’larda olduğu saptanmıştır.

Grafik: 13 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Haberleşme Harcamaları



Grafik: 14 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Mobilya Ve Ev Aletleri Harcamaları



Grafik 14'te ankete katılan kişilerin aylık mobilya ve ev aletleri harcamaları gösterilmiştir. Ankete katılan kişiler, mobilya ve ev eşyaları harcamalarında % 76,98 ile 0 TL – 199TL arasında harcama yaparak ağırlıklı dilimi oluşturduğu görülmektedir.200 TL ve üzeri mobilya ve ev aletleri harcamalarının dilimlerinin daha az bir % oluşturduğu görülmektedir.

Tablo:14 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Sosyal Ve Kültürel Harcamaları

Hane içi aylık ortalama toplam gelir									
Sosyal ve kültürel harcamalar	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	Toplam
0-199 TL	4	18	18	14	13	18	10	14	109
200-299TL	0	1	1	2	2	1	1	5	13
300-399TL	0	0	0	0	0	0	1	2	3
400-499TL	0	1	0	0	1	0	0	0	2
500-599TL	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<b>Toplam</b>	4	20	19	16	16	19	12	22	128

Tablo 14'te ankete katılan kişilerin hane içi ortalama toplam gelirlerinden sosyal ve kültürel harcamalara ayırdıkları miktarlar görülmektedir. Ankete katılan kişilerin ortalama gelirlerine bakıldığında geliri düşük olan grubun, yani 0-774 TL elde eden grubun sosyal ve kültürel harcamalarının en az olduğu saptanmıştır. Yine tablo 18'e bakıldığında kişilerin gelirleri arttıkça sosyal ve kültürel harcamaların arttığı görülmektedir.

Tablo 15'e bakıldığında ankete katılan kişilerin aylık ortalama gelirlerinden gıda harcamaları görülmektedir. Ankete katılan kişilerin gıda harcamaları ile gelirleri arasında doğru orantılı bir ilişkili söz konusudur. Ankete katılan kişilerin gelirleri arttıkça gıda harcamalarına yapılan harcama miktarları artmaktadır.

Tablo 16'ya bakıldığında ankete katılan kişilerin aylık ortalama gelirlerinden barınma harcamalarına ayırdıkları miktarlar görülmektedir. Ankete katılan kişilerin gelirleri arttıkça barınma harcamalarına ayırdıkları harcama miktarları da artmakta olduğu saptanmıştır.

Tablo:15 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Gıda Harcamaları

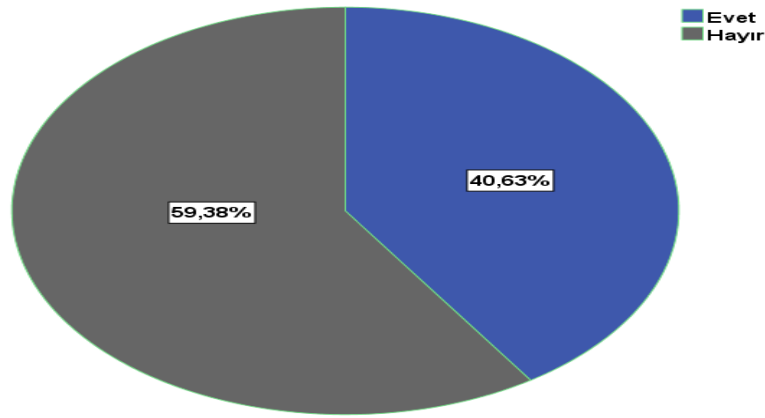
Gıda harcamaları	Hane içi aylık ortalama toplam gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
	<b>0-199 TL</b>	7	17	12	3	1	2	2	
<b>200-299TL</b>	3	11	12	6	3	4	0	0	39
<b>300-399TL</b>	0	6	9	4	4	2	2	4	31
<b>400-499TL</b>	1	2	5	5	3	3	2	5	26
<b>500-599TL</b>	0	0	7	4	1	4	3	2	21
<b>600ve üzeri</b>	0	0	1	3	4	6	4	12	30
<b>Toplam</b>	11	36	46	25	16	21	13	23	191

Tablo:16 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Barınma Harcamaları

Barınma harcamaları	Hane içi aylık ortalama toplam gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
	<b>0-199 TL</b>	2	13	16	4	3	7	2	
<b>200-299TL</b>	3	7	2	2	0	2	0	1	17
<b>300-399TL</b>	2	2	5	3	1	0	1	2	16
<b>400-499TL</b>	0	3	1	1	3	0	0	0	8
<b>500-599TL</b>	1	1	4	7	3	1	2	3	22
<b>600veüzeri</b>	0	0	4	4	4	4	5	1	22
<b>Toplam</b>	8	26	32	21	14	14	10	17	142

Grafik 15 incelendiğinde, ankete katılan kişilerin % 59,38'i tasarruf yapmamakta, % 40,63 ise gelirlerinden bir kısmını tasarruflara ayırmaktadır.

Grafik:15 Ankete Katılan Kişilerin Tasarruf Yapıp Yapmadıkları İle İlgili Dağılımları



Tablo:17 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Ortalama Gelirlerinde Tasarruf Miktarlarına Ayırdıkları Paylar

Tasarruf yapılan miktar	Aylık hane içi ortalama gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
0-500 TL	4	9	10	6	4	6	2	6	47
501-1001 TL	1	1	1	3	2	3	1	3	15
1002 TL ve üstü	0	0	1	0	0	1	2	7	11
<b>Toplam</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>16</b>	<b>73</b>

Tablo 17'ye bakıldığında ankete katılan kişilerin gelirlerinde ne kadarını tasarruf ettikleri belirlenmiştir. Ankete katılan kişilerin, 0-774 TL elde eden kesimin tasarruf miktarlarının diğer gelir elde eden gruplara göre düşük olduğu saptanmıştır. En fazla tasarrufu geliri 5425 TL ve üzeri gelir elde eden grup olduğu belirlenmiştir. Kişilerin gelirleri artıkça tasarruf yapma eğilimleri de artma eğiliminde olduğu saptanmıştır.

Tablo 18’de araştırmaya katılan kişilerin yaş dağılımlarına göre, ihtiyaı olmasa dahi alış veriş yapan gruplar gösterilmiştir. Ankete katılan kişilerin yaş gruplarına göre ihtiyaçlarının tüketimlerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ankete katılan kişilerin gelir sahibi ve çalışan olması nedeniyle gelirlerine göre de tüketim harcamaların da buldukları sonucuna varılmıştır.

Tablo:18 Araştırmaya Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre İhtiyacı Olmadığı Halde Alış Veriş Yapıp Yapmama Durumu

İhtiyacım olmadığı halde alış veriş yaparım.	Yaş					Toplam
	18-28	29-39	40-50	51-61	62 ve üzeri	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	10	27	35	15	7	94
<b>Katılmıyorum</b>	7	11	12	7	2	39
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	2	4	5	0	1	12
<b>Katılıyorum</b>	4	7	13	2	0	26
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	3	5	9	2	1	20
<b>Toplam</b>	26	54	74	26	11	191

Tablo 19’de ankete katılan 192 kişiden, 147’sinin tüketim harcamalarında ihtiyaçlarının etkili olduğu saptanmıştır. Ankete katılan kişilerin ihtiyaçları ile tüketim harcamaları doğru orantılı bir ilişki içersinde birbirlerini etkilemektedir.



Tablo:19 Araştırmaya Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre İhtiyaçlarının Tüketim Harcamalarının Da Etkili Olup Olmama Durumu

İhtiyaçlarım Tüketim Harcamalarımda etkilidir.	Yaş					Toplam
	18-28	29-39	40-50	51-61	62 ve üzeri	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	3	6	7	1	1	18
<b>Katılmıyorum</b>	0	5	8	5	1	19
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	3	3	1	1	0	8
<b>Katılıyorum</b>	14	20	40	11	4	89
<b>Toplam</b>	27	54	73	26	12	192

Tablo:20 Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyet Durumlarına Göre, Tüketim Harcamalarında Sosyal Çevrelerinin Etkili Olup Olmama Etkisi

Sosyal çevrem tüketim harcamalarımda etkilidir	Kadın	Erkek	Toplam
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	12	23	35
<b>Katılmıyorum</b>	9	24	33
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	8	11	19
<b>Katılıyorum</b>	34	41	75
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	8	19	27
<b>Toplam</b>	71	118	189

Tablo 20’de ankete katılan 189 kişiden,42 kadın ve 60 erkeğin tüketim harcamalarında sosyal çevrelerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Hem kadın hem de erkek katılımcıların tüketimlerinde sosyal çevrelerinin tüketim harcamalarında % 50’den daha fazla etkili olduğu görülmüştü r.İkinci bölümde değinildiği üzere, Tüketim harcamalarında gelir faktörü yanında sosyal faktörlerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 21’de görüleceği üzere ankete katılan 192 kişiden, 79’nun tüketim harcamalarında gelirinin önemli derecede etkili olduğu sonucu belirlenmiştir. Gelir, tüketim harcamalarında diğer faktörlere nazaran belirleyici bir faktör olduğu sonucu saptanmıştır.

Tablo 22’e bakıldığında ankete katılan 40-50 yaş aralında olan 74 kişiden, 44 kişinin tüketim harcamalarında algı, tutku ve alışkanlıklarının etkili olduğu belirlenmiştir. Yine tablo 34’e bakıldığında ankete katılan 29-39 yaş aralığında ankete katılan 54 kişiden 39 kişinin tüketim harcamalarında alışkanlıklarının etkili olduğu saptanmıştır. İkinci bölümde değinildiği üzere psikolojik faktörlerde tüketim harcamalarına yön vermektedir

Tablo:21 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelir Durumlarının, Tüketim Harcamalarında Gelir Düzeylerinin Etkisi

<b>Gelir düzeyim tüketim harcamalarım da etkilidir</b>	<b>0-774 TL</b>	<b>775-1549 TL</b>	<b>1550-2324 TL</b>	<b>2325-3099 TL</b>	<b>3100-3874 TL</b>	<b>3875-4649 TL</b>	<b>4650-5424 TL</b>	<b>5425 TL ve üstü</b>	<b>Toplam</b>
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	2	1	4	1	0	0	0	1	10
<b>Katılmıyorum</b>	0	3	4	0	1	1	1	1	10
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	1	2	0	0	0	0	3	1	5
<b>Katılıyorum</b>	6	16	20	12	9	7	7	12	88
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	4	14	17	12	6	13	2	8	79
<b>Toplam</b>	13	36	45	25	16	21	13	23	192

Tablo: 22 Ankete Katılan Kişilerin Algı, Tutku Ve Alışkanlıklarının Yaş Dağılımlarına Göre Tüketim Harcamalarına Etkisi

Algı, Tutku ve Alışkanlıklarım Tüketimimde etkilidir.	Yaş					Toplam
	18-28	29-39	40-50	51-61	62 ve üzeri	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	5	6	10	3	0	24
<b>Katılmıyorum</b>	0	4	12	4	1	21
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	4	8	8	0	0	20
<b>Katılıyorum</b>	9	23	32	12	9	85
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	8	13	12	6	2	41
<b>Toplam</b>	26	54	74	25	12	191

Tablo 23'e bakıldığında ankete katılan kişilerin, 1550-2324 TL arasında gelir elde eden 36 kişiden 28'nin tüketiminde tüketimlerinde, tüketmek istedikleri malın fiyatının etkili olduğu görülmüştür. Diğer gelir gruplarında, tüketimlerinde tüketmek istedikleri malın fiyatının etkisinin olduğu saptanmıştır.

Tablo 24'e bakıldığında ankete katılan 191 kişiden, 161'nin tüketim harcamalarında tüketimde buldukları malın kalitesinin etkili olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan 40-50'li yaş aralığında olan 72 kişiden 60'nın tüketiminde malın kalitesinin önemli derecede etkili olduğu belirlenmiştir.

Tablo:23 Ankete Katılan Kişilerin Tüketim Harcamalarında Aylık Hane İçi Toplam Gelirlerine Göre Satın Almayı Düşündükleri Malın Fiyatın Tüketimlerine Etkisi

Satın almayı düşündüğüm malın fiyatı tüketimimde etkilidir	Aylık hane içi ortalama gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	1	1	4	1	0	0	1	0	8
<b>Katılmıyorum</b>	1	4	3	0	1	1	0	2	12
<b>Kararsızım/ Fikrim yok</b>	1	3	1	0	0	1	0	4	10
<b>Katılıyorum</b>	7	15	23	19	9	10	9	11	103
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	3	13	14	5	5	9	3	5	57
<b>Toplam</b>	13	36	45	25	15	21	13	22	190

Tablo 23'te görüleceği üzere ankete katılan 191 kişiden 147'sinin tüketim harcamalarında indirimler etkilidir. Tablo 30 bakıldığında kişilerin gelirleri düzeyleri iyileştikçe indirimlerin tüketim harcamalarında etkisinin azalmakta olduğu belirlenmiştir.

Tablo:24 Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre, Tüketimlerinde Tüketmek İstedikleri Malın Kalitesinin Etkisi

Tükettiğim malın kalitesi etkilidir.	Yaş					Toplam
	18-28	29-39	40-50	51-61	62 ve üzeri	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	0	2	7	1	0	10
<b>Katılmıyorum</b>	6	3	2	2	1	14
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	1	1	3	0	1	6
<b>Katılıyorum</b>	15	32	45	14	8	114
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	5	16	15	9	2	47
<b>Toplam</b>	27	54	72	26	12	191

Tablo 26’da ankete katılan 189 kişiden 136’sının tüketim harcamalarında kampanyaların önemli derecede tüketimlerini etkilediği anlaşılmaktadır.0-774 TL arasında gelir elde eden 13 kişiden 10’nun tüketimde,775-1549 TL arasında gelir eden 34 kişinin 24’ünde,1550-2324 TL gelir elde eden 44 kişinin 30’unda kampanyaların etkili olduğu saptanmıştır. Bireylerin gelir düzeyleri arttıkça kampanyalara olan bağlılıklarının azalma eğiliminde olduğu saptanmıştır. Ancak Gelir gruplarına göre kampanyaların etkisi alt ve orta gelirli ankete katılan kişilerde daha etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo: 25 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre Harcamalarında İndirimlerin Etkisi

Tükettim	Aylık hane içi ortalama gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>harcamalarımda indirimler etkilidir</b>	774 TL	1549 TL	2324 TL	3099 TL	3874 TL	4649 TL	5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	1	2	3	0	1	0	0	0	7
<b>Katılmıyorum</b>	3	4	4	3	2	0	2	2	20
<b>Kararsızım/ Fikrim yok</b>	0	6	4	0	0	1	2	4	17
<b>Katılıyorum</b>	7	14	24	18	7	15	5	10	100
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	2	10	10	4	6	5	4	6	47
<b>Toplam</b>	13	36	45	25	16	21	13	22	191

Tablo:26 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre Tüketimlerinde Kampanyaların Etkisi

Tükettim	Aylık hane içi ortalama gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>harcamalarımda kampanyalar etkilidir.</b>	774 TL	1549 TL	2324 TL	3099 TL	3874 TL	4649 TL	5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	1	4	4	0	1	0	0	1	11
<b>Katılmıyorum</b>	1	4	7	4	0	2	2	2	22
<b>Kararsızım/ Fikrim yok</b>	1	2	3	1	3	1	3	6	20
<b>Katılıyorum</b>	7	15	23	16	5	13	4	7	90
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	3	9	7	4	7	5	4	7	46
<b>Toplam</b>	13	34	44	25	16	21	13	23	189

Tablo:27 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre Tüketimlerinde Promosyonların Etkisi

Tükettim harcamalarında promosyonlar etkilidir.	Aylık hane içi ortalama gelir								Toplam
	0- 774 TL	775- 1549 TL	1550- 2324 TL	2325- 3099 TL	3100- 3874 TL	3875- 4649 TL	4650- 5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	1	4	4	0	1	0	0	1	11
<b>Katılmıyorum</b>	1	6	10	5	1	3	4	2	32
<b>Kararsızım/ Fikrim yok</b>	1	2	7	3	2	4	3	7	29
<b>Katılıyorum</b>	7	16	16	13	6	12	5	6	81
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	3	8	7	3	6	2	1	7	37
<b>Toplam</b>	13	36	44	24	16	21	13	23	190

Tablo 27'e bakıldığında ankete katılan 190 kişiden, 118'nin tüketim harcamalarında promosyonların etkili olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan kişilerin gelir düzeyleri iyileştikçe tüketimlerinde promosyonların etkilerinin de azalmakta olduğu belirlenmiştir. Tablo 37, Tablo 38 ve Tablo 39'da ankete katılan kişilerin tüketimlerinde, gelir düzeylerine bağlı olarak indirimlerin, promosyonların ve kampanyaların etkili olduğu saptanmıştır.

Tablo 28'de ankete katılan 189 kişide,157'sinde tükettikleri malın garantisinin etkili olduğu belirlenmiştir. Yaş dağılımlarına göre bakıldığında is,18-28 yaş grubunda anke0'te katılan 26 kişide44'n 20'sinde,29-39 yaş grubunda 54 kişiden 44'ünde, 40-50 yaş grubunda 73 kişiden 59'unda,51-61 yaş grubunda 25 kişiden 22'sinde,62 yaş üzeri 12 kişiden 9'unda tükettikleri malın garantisinin etkili olduğu saptanmıştır.

Tablo: 28 Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre Tüketimlerinde, Tükettiklerin Malın Garantisinin Etkisi

Tüketimimde tükettiğim malın garantisidir.	Yaş					Toplam
	18-28	29-39	40-50	51-61	62 ve üzeri	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	3	2	4	0	0	9
<b>Katılmıyorum</b>	1	3	5	2	0	11
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	2	5	5	1	2	15
<b>Katılıyorum</b>	11	28	35	15	8	97
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	9	16	24	7	1	57
<b>Toplam</b>	26	54	73	25	11	189

Tablo:29 Ankete Katılan Kişilerin Aylık Hane İçi Ortalama Gelirlerine Göre İkamet Ettikleri Yere Etkisi

İkamet ettiğim yerden memnunum.	Aylık hane içi ortalama gelir								Toplam
	0-774 TL	775-1549 TL	1550-2324 TL	2325-3099 TL	3100-3874 TL	3875-4649 TL	4650-5424 TL	5425 TL ve üstü	
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	0	0	8	0	3	0	0	1	12
<b>Katılmıyorum</b>	0	5	2	3	3	0	0	1	14
<b>Kararsızım/Fikrim yok</b>	0	3	5	3	0	1	0	1	13
<b>Katılıyorum</b>	7	13	19	13	4	7	7	9	79
<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	4	10	12	5	6	13	6	11	67
<b>Toplam</b>	11	31	46	24	16	21	13	23	185



Tablo 29’da ankete katılan 185 kişiden 146’sı ikamet ettiği yerden memnun olduğu belirlenmiştir. Aylık hane içi ortalama geliri 0-774 TL olan 11 kişiden 11’nin, geliri 775-1549 TL olan 31 kişiden 23’nün, geliri 1550-2324 TL olan 42 kişiden 31’nin ikamet ettiği yerden memnun oldukları saptanmıştır.

### 3.5.3. REGRESYON ANALİZİ SONUÇLARI

Bu bölümde gelirin, tüketim harcamalarını ne derecede etkilediğini tekli regresyon analizi ile ortaya koyulacaktır.

Değişkenler arasında ilişkinin fonksiyonel şekli ile ilgilenildiğinde Regresyon analizinden yararlanır. Genel olarak regresyon analizi, eşit aralıklı veya oranlı ölçekle ölçülebilen sürekli verilerin oluşturduğu değişkenler için kullanılır. Eğer nitel değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri araştırılmak istenirse, bu tür değişkenler “kukla (dummy)” değişken olarak tanımlandıktan sonra analize dâhil edilir. Kurulan regresyon modelinde tek bir bağımsız (açıklayıcı) değişken var ise buna basit doğrusal regresyon modeli adı verilir. Bu bilgiler ışığında, tahmin edilen basit regresyon modeli  $Y = a + bX$ , n tane bağımsız değişken için tahmin edilen çoklu doğrusal regresyon modeli ise,  $Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$  şeklinde olacaktır. Kısaca sonuç niteliğinde olan değişkene bağımlı değişken, neden niteliğinde olan değişkene de bağımsız değişken denir. Ayrıca modellerde yer alan a; kesme (sabit değer) b; ise eğim olarak tanımlanmaktadır. Eğim katsayısı (b), X’de bir birimlik değişim olduğunda Y’deki değişimi vermektedir. Bununla birlikte eğim katsayısının (katsayılarının) işareti değişkenler arasındaki ilişkinin yönü hakkında araştırmacıya bilgi aktarmaktadır. Diğer bir ifade ile, eğim katsayısının işareti ne ise, ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin aynı işarete sahip olduğu söylenir ( Bayram, 2004: 117-118).

#### 3.5.3.1. Tekli Regresyon Sonuçları

-Gelirin Gıda harcamalarıyla ilişkisi

$Y=1.108+0.489X+\varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelirle, gıda harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış gıda harcamalarını 0.489 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 2’de verilmiştir.

-Gelirin barınma harcamalarıyla ilişkisi

$Y=2.275+0.150X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, barınma harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış barınma harcamalarını 0.150 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 3’te verilmiştir.

-Gelirin giyim harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.608+0.296X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, giyim harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış giyinme harcamalarını 0.296 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 4’te verilmiştir.

-Gelirin kişisel bakım harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.741+0.150X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, kişisel bakım harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış kişisel bakım harcamalarını 0.150 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 5’te verilmiştir.

-Gelirin sağlık harcamalarıyla ilişkisi

$Y=1.055+0.060X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, sağlık harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış sağlık harcamalarını 0.060 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 6’da verilmiştir.

-Gelirin ulaşım harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.804+0.242X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, ulaşım harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış ulaşım harcamalarını 0.242 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 7’de verilmiştir.

-Gelirin eğitim harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.777+0.377X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, eğitim harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış eğitim harcamalarını 0.377 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 8’de verilmiştir.

-Gelirin ev hizmetleri/temizlik harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.955+0.122X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, ev hizmetleri/temizlik harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış ev hizmetleri/temizlik harcamalarını 0.122 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 9’da verilmiştir.

-Gelirin haberleşme harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.824+0.113X+ \varepsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, haberleşme harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki haberleşme harcamalarını 0.113 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 10’da verilmiştir.

-Gelirin mobilya ve ev aletleri harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.972+0.106X + \epsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, mobilya ve ev aletleri harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış mobilya ve ev aletleri harcamalarını 0.106 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 11’de verilmiştir.

-Gelirin sosyal ve kültürel harcamalarla ilişkisi

$Y=0.945+0.058X + \epsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, sosyal ve kültürel harcamalar arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış sosyal ve kültürel harcamaları 0.058 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 12’de verilmiştir.

-Gelirin lokanta harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.886+0.107X + \epsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, lokanta harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış lokanta harcamalarını 0.107 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 13’de verilmiştir.

-Gelirin tatil harcamalarıyla ilişkisi

$Y=0.307+0.389X + \epsilon$ , şeklinde elde edilmiştir. Regresyon sonucuna göre gelire, tatil harcamaları arasında pozitif bir ilişki elde edilmiştir. Gelirdeki artış tatil harcamalarını 0.389 oranında etkileyecektir.

Buradaki  $\alpha$  ve  $\beta$  katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup, sonuçları Ek 14’te verilmiştir.

Regresyon analizi sonuçları, bir önceki bölümde anlatılan çapraz tablo sonuçları ile örtüşmektedir. Yani gelirdeki artış büyük oranda harcama kalemlerini de artırmaktadır. Çalışmanın birinci ve ikinci bölümlerinde değinildiği üzere gelirdeki değişimler tüketim harcamalarına yön vermektedir. İktisadi olarak

tüketicilerin tüketim harcamalarına yön veren gelir kadar etkili demografik, kültürel-sosyal alışkanlıkları, algıları, tutumları da tüketim harcamalarının etkilemektedir. Başka bir iktisadi faktör ise kişilerin tükettikleri malların fiyatları ve fiyat beklentileridir. Kişiler tüketimini gerçekleştirdikleri malların fiyatlarında değişiklik (artış-azalış) olduğunda gelirlerinde bu duruma göre pay ayıracaklardır.

### 3.5.4. FAKTÖR ANALİZİ SONUÇLARI

Faktör analizinde amaç, aralarında yüksek kolerasyon olan değişkenler setinin bir araya getirilmesi suretiyle faktör adı verilen genel değişkenlerin (faktörler) oluşturulması istenmesidir (Kalaycı, 2009: 321). Faktör analizi, bir faktörleşme ya da ortak faktör adı verilen yeni kavramları ortaya çıkarma ya da maddelerin faktör yük değerlerini kullanarak kavramların işlevsel tanımlarını elde etme süreci olarak da tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2002: 123). Bu bölümde, her bir faktör altındaki değişkenlerin faktör yük değerleri incelenmiştir.

Tablo:30 Faktör analizi sonuçları

<b>Faktör 1</b>	<b>Faktör yükleri</b>
Tüketim harcamalarımda kampanyalar etkilidir.	0.743
Tüketim harcamalarımda indirimler etkilidir	0.715
Tüketim harcamalarımda promosyon etkilidir.	0.691
Tükettiğim malın kalitesi etkilidir.	0.625
Tükettiğim malın garantisi etkilidir	0.570
Satın almayı düşündüğüm malın fiyatı tüketimimde etkilidir	0.556
Taksitli alış veriş tercih ederim	0.464
<b>Faktör 2</b>	
Tüketim harcamalarımda veresiyeyi tercih ederim.	0.576

<b>Faktör 2</b>	<b>Faktör yükleri</b>
Tükettiğim malın reklamı etkilidir.	0.494
<b>Faktör 3</b>	
İhtiyaçlarım tüketim harcamalarımda etkilidir.	0.591
Gelenek ve göreneklerim tüketimimde etkilidir	0.583
Gelir düzeyim tüketim harcamalarım da etkilidir.	0.545
Sosyal çevrem tüketim harcamalarımda etkilidir.	0.538
<b>Faktör 4</b>	
Tüketim harcamalarımın ödemelerini sıklıkla kredi kartı ile karşılarım	0.602
Taksitli alış verişi tercih ederim	0.583
<b>Faktör 5</b>	
Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.	0.496
İkamet ettiğim yerden memnunum.	0.474
<b>Faktör 6</b>	
İhtiyacım olmadığı halde alış verişi yaparım	0.722
Algım, tutkularım, alışkanlıklarım tüketimimde etkilidir.	0.468

Faktör analizine sonucuna göre 20 soruya ilişkin ölçeğin 6 faktörlü olduğu görülmektedir. Bu faktörler, faktör 1, faktör 2, faktör 3, faktör 4, faktör 5, faktör 6 olarak sıralanmıştır.

“Faktör 1” faktörü altındaki değişkenlerin 0.743 ile en fazla yoğunluğa sahip olan “Tüketim harcamalarımda kampanyalar etkilidir” sorusu olmuştur.

“ Faktör 2” faktörü altındaki değişkenlerden 0.576 ile en fazla yoğunluğa sahip olan “Tüketim harcamalarımda veresiyeyi tercih ederim.” sorusu olmuştur.

“ Faktör 3” faktörü altındaki değişkenlerden 0.591 ile en fazla yoğunluğa sahip olan “ İhtiyaçlarım tüketim harcamalarımda etkilidir.” sorusu olmuştur.

“ Faktör 4” faktörü altındaki değişkenlerden 0.602 ile en fazla yoğunluğa sahip olan “Tüketim harcamalarımın ödemelerini sıklıkla kredi kartı ile karşılarım” sorusu olmuştur.

“Faktör 5” faktörü altındaki değişkenlerden 0.496 ile en fazla yoğunluğa sahip olan “Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.” sorusu olmuştur.

“Faktör 6” faktörü altındaki değişkenlerden 0.722 ile en fazla yoğunluğa sahip olan “İhtiyacım olmadığı halde alışveriş yaparım” sorusu olmuştur.

Ankete katılan kişiler açısından öne çıkan soruların tespiti için, faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda, soruların faktör yoğunlukları tespit edilmiştir. Faktör yoğunlukları en fazla olan sorular ile Kruskal-Wallis H testi uygulanarak diğer bazı sorular arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmış olup sonuçlar bir sonraki bölümde belirtilmiştir.

### **3.5.5. NON-PARAMETRİK TEST ANALİZ SONUÇLARI**

Faktör analizi, değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkileri inceleyerek, değişkenlerin daha anlamlı ve özet bir şekilde sunulmasını sağlar. Değişken grupları arasındaki ilişkilerin altında yatan birlikteliğin ortak örüntülerinin hangi faktörler içinde tanımlanacağı ilişkileri basit anlamda ortaya koyar. Diğer bir ifade ile, analiz veri grubunda yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin altında yatan ortak özellikleri kuramaya çalışırlar. Bununla birlikte, analiz boyut indirgeme ve bağımlılık yapısını yok etme yöntemi olarak da tanımlanır. Faktör analizinde, ele alınan değişkenlerin bağımlı ve bağımsız değişken şeklinde tanımlanamaması, her bir değişkenin normal bölünmeye sahip olduğu, gözlemlerin birbirinden bağımsız

olduğu be değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu varsayılır (Bayram, 2004: 131). Çalışmanın bu bölümünde, faktör analizi uyguladığımız ve faktör yoğunlukları yüksek çıkan sorulara Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Öncelikle faktör yükleri yüksek olan sorular ile demografik sorular arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı araştırılmıştır. Uygulanan analizler sonucunda istatistiksel açıdan sadece anlamlı bulunan sonuçlar tablolandırılmış ve aşağıdaki tablo 30'dan itibaren verilmiştir. İstatistik verileri ekler kısmında yer almaktadır.

Tablo:31 Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyet Farklılıklarına Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ortalama Değer
<b>Tükettiğim malın kalitesi etkilidir</b>	Kadın	70	103,51
	Erkek	118	89,16
	Toplam	188	
<b>Tükettiğim malın reklamı etkilidir.</b>	Kadın	70	104,22
	Erkek	118	88,73
	Toplam	188	
<b>Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.</b>	Kadın	69	83,95
	Erkek	119	100,62
	Toplam	188	

Tablo 31'de yapılan Kruskal-Wallis H testi sonucunda tüketilen malın kalitesi açısından kadınlar erkeklere göre daha duyarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Model istatistiksel olarak anlamlıdır. Değerler Ek 15'te gösterilmiştir.

Yine Tablo 31'de non-parametrik analiz sonucunda elde edilen analiz sonuçlarına göre, tüketim mallarında reklamlara karşı kadınların daha duyarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tüketim malının bulunabilirliğine karşı erkekler kadınlara karşı daha duyarlı çıkmıştır. İkinci bölümde değinildiği üzere, bireylerin tüketim tercihlerini yalnızca gelirleri değil, aynı zamanda psikolojik yapıları, cinsiyetleri gibi unsurlarında etkili olduğu sonucuna varılmıştır.



Tablo:32 Ankete Katılan Kişilerin Medeni Durumlarına Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

	Medeni durum	N	Ortalama Değer
<b>Algım, tutkularım, alışkanlıklarım tüketimimde etkilidir.</b>	<b>Bekar</b>	41	101,09
	<b>Eveli</b>	132	82,63
	<b>Toplam</b>	173	
<b>İkamet ettiğim yerden memnunum.</b>	<b>Bekar</b>	43	73,07
	<b>Eveli</b>	126	89,07
	<b>Toplam</b>	169	
<b>Taksitli alış veriş tercih ederim</b>	<b>Bekar</b>	43	72,86
	<b>Eveli</b>	133	93,56
	<b>Toplam</b>	176	
<b>Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.</b>	<b>Bekar</b>	42	75,33
	<b>Eveli</b>	132	91,37
	<b>Toplam</b>	174	

Tablo 32’de Kruskal-Wallis H testi sonucunda elde edilen analiz sonucu elde edilmiştir. Ankete katılan kişilerin medeni durumlarına göre, tüketimlerinde algı, tutku ve davranışların bekârların evlilere göre daha duyarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Bireylerin yine sadece gelirlerinin değil, aile ve sosyal çevrelerinin de tüketimlerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Yine Tablo 32’de ankete katılan kişilerin medeni durumlarına göre Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, ikamet ettikleri yerden evlilerin bekârlara göre daha duyarlı olduğu saptanmıştır. Evlilerin taksitli alış verişe karşı bekârlara göre daha duyarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Tüketim malının bulunabilirliğine evliler bekârlara göre daha duyarlı olduğu saptanmıştır. Bireylerin medeni durumlarının dahi tüketim harcamalarında etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Kruskal-Wallis H testi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır. Değerler EK 16’da gösterilmiştir

Tablo: 33 Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarına Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

	Yaş	N	Ortalama değer
<b>Gelenek ve göreneklerim tüketimimde etkilidir</b>	18-28	26	94,17
	29-39	54	81,40
	40-50	74	97,90
	51-61	26	116,71
	62 ve üzeri	12	117,08
	Toplam	192	
<b>Tüketim harcamalarımın ödemelerini sıklıkla kredi kartı ile karşılarım</b>	18-28	26	71,56
	29-39	54	96,76
	40-50	72	99,12
	51-61	26	120,12
	62 ve üzeri	12	66,67
	Toplam	190	
<b>Tüketim harcamalarımın veresiyeyi tercih ederim.</b>	18-28	27	114,02
	29-39	53	87,56
	40-50	74	88,53
	51-61	26	102,65
	62 ve üzeri	12	132,38
	Toplam	192	

Tablo 33’de ankete katılan kişilerin yaş dağılımlarına göre, Kruskal-Wallis H testi uygulandığında, bireylerin tüketimlerinde gelenek ve göreneklerinin etkisi 50 yaş ve üzerinde olan kişilerin daha alt yaş gruplarına göre duyarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Yine Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, tüketim harcamalarının ödemelerinde kredi kartını tercih eden 51-61 yaş grubunun diğer yaş gruplarına göre daha duyarlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 33’de yaş dağılımlarına göre tüketim harcamalarında veresiyeyi tercih eden 18-28 yaş grubu ve 62 yaş ve üzeri yaş gruplarının diğer gruplara nazaran daha duyarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Kruskal-Wallis H testi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır. Değerler EK 17’de gösterilmiştir

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelir dağılımı, iktisat bilimi içerisinde her zaman araştırma konusu olmuştur. Hem bir ülkede yaşayan kişileri hem devleti ilgilendirmiştir. Bireyler kendi emeklerini arz ederek kazandıkları geliri, ihtiyaçlarına, tüketimleri ile örtüştürmeye çalışmışlardır. İşte bu noktada kişilerin milli gelirden aldıkları paylar gelir dağılımlarını oluşturmuştur. Gelir dağılımı adaletsizliğinin nedenleri, hem devlet hem de akademisyenler aracılığıyla araştırma konusu olmuştur. Gelir dağılımı etkileyen ve etkilenen etmenler araştırılmıştır.

Bireylerin var oldukları andan itibaren, ihtiyaçlarının olması ve ihtiyaçları nasıl karşıladıkları gelir dağılımı konusunu etkileyen önemli unsurlardan biridir. Kişiler ihtiyaçlarını bir değişim aracı olan parayla karşılarken elde ettikleri gelirin tüketim harcama ve davranışlarına etkisini anlamaya çalışmışlardır. Tüketim mallarına ödenen bedelleri gelirleri ile karşılıyorsa, bu gelirin tüketim harcama ve davranışlarına etkisinin olduğu gerçeğiyle yüzleşmişleridir. Bireylerin elde ettikleri gelirlerinin kısıtlı ihtiyaçların sonsuz olduğunu düşünürsek, gelir ve tüketim harcama ve davranışları arasında yakın bir ilişki olduğu gerçektir.

Bu çalışma bireylerin gelirin harcama, tasarruf ve tüketim davranışlarıyla ilişkisini araştırmaktadır. Çalışma Aydın/Merkez de 18 yaş ve üstü gelir elde eden bireylere uygulanmıştır. Böyle bir çalışmayla gelir-tüketim harcama ve davranışlarını çeşitli değişkenlere göre belirlenip karşılaştırılması çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Çalışmanın ana konusu, gelir dağılımının tüketici davranışlarını etkisini incelemek olan bu çalışmada;

- Ankete katılan kişilerin gelir, harcama, tasarruf ve borçlarıyla ilgili bilgi sahibi olmak,
- Ankete katılan farklı kişilerin sosyal, ekonomik, demografik özelliklerine göre gelir, harcama, tasarruf eğilimlerini ve farklılıklarını saptayarak mukayese etmek gibi temel amaçlar edinilmiştir

Bu amaçlar doğrultusunda yapılan çalışmadan elde edilen bulgular sonucunda gelir dağılımı ve tüketici davranışları arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda hazırlanan anket sorularının istatistiksel analizi sonucunda, bireylerin gelirleri ve tüketim harcamaları ve davranışları arasında doğrusal bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Bireylerin sosyal, kültürel, demografik, eğitim, ikamet ettikleri yer vb. farklı değişkenleri gelir-tüketim karar ve davranışlarında etkili faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu faktörler bireylerin tüketim harcama ve davranışlarını gelir değişkeni kadar etkilediği saptanmıştır.

Çalışmada, bu bahsedilen genel açıklamalara, istatistiksel frekans, güvenilirlik analizi, regresyon analizi, faktör analizi, Kruskal-Wallis H testi gibi farklı analizler yapılarak ulaşılmıştır. Ankete katılan kişilerle yüz yüze görüşülerek yapılan anketler doğrultusunda edinilen bilgilerle normal, çapraz tablolar oluşturulmuş ve istatistiksel anlamlılık değerlendirmeleri yapılmıştır. Ankete katılan kişilerin verdikleri bilgiler değerlendirildiğinde,

- Ankete katılan kişilerin % 36,5'nin kadın, % 60,5'nin erkektir.
- Ankete katılan kişilerin % 14,0'ü 18-28 yaş, % 27,5'i 29-39 yaş, % 38,0'ı 40-50 yaş, % 13,0'ı 51-61 yaş aralığında, % 6,0'nın ise 62 yaş ve üzeridir.
- Ankete katılan kişilerin % 22,0'nın bekar, % 67,5'nin evlidir
- Ankete katılan kişilerin % 1,5'i öğrenci, % 13,0'ı emekli, % 41,5'nin memur, % 18,0'ı işçi, % 8,0'ı serbest meslek, % 2,5'i ev hanımı, % 1,0'ı çalışmıyor, % 14'ü ise diğer meslek mensupları olduğudur.
- Ankete katılan kişilerin hanelerinde ücretli çalışanların % 87,5'i 1-2 kişi, % 6,5'u ise 3-4 kişidir.
- Ankete katılan kişilerin % 3,0'ı bir yıldan, % 14,5'i 1-5 yıl, % 14'ü 6-10 yıl, % 13'ü 11-15 yıl, % 51,0'ı ise 16 yıl ve üzeri zamandan beri çalışmaktadır.
- Ankete katılan kişilerin % 51,0'nın mülk sahibi, % 30,0'nın kira, % 11,5'nin kendi evi olmadığı halde kira vermediği, % 5,0'nın lojmanda ikamet etmektedir.
- Ankete katılan kişilerin % 11,5'u 0-774 TL arasında, % 26,5'u 775-1549 TL arasında, % 33,0'ü 1550-2324 TL arasında, % 12,5'u 2325-3099 TL arasında, % 5,0'ı 3100-3874 TL arasında, % 3,0'ü 3875-4649 TL arasında, % 2,5'u

4650-5424 TL arasında, % 3,5'u 5425 TL ve üstü aylık hane içi ortalama gelir elde etmektedir.

- Ankete katılan kişilerin % 2,0'ı kendini yoksul, % 34,5'i kendini alt gelirli, % 57,0'ı kendini orta gelirli, % 4,5'i kendini üst gelirli olarak görmektedir.
- Ankete katılan kişilerin % 90,5'i SGK' ya, % 1,0'ı özel sigortaya, % 7,5 ise diğer sosyal güvenlik sistemlerine bağlıdır.
- Ankete katılan kişilerin % 8,0'ı 0-500 TL arasında, % 24,0'ı 501-1001 TL arasında, % 19,5'i 1002-1502 TL arasında, % 14,5'i 1503-2003 TL arasında % 30,5'i ise 2004 TL ve üstü tüketim harcamasında bulunmaktadır.

Ankete katılan kişilerin tüketim harcamalarında en fazla tüketim harcamasını gıda harcamasına yapmakta olduğu ve gelirlerinde bir artış sonucu gıda harcamalarının da artacağı saptanmıştır.

- Ankete katılan kişilerin % 39,0'ı tasarruf yapabilmekte, % 57,0'ı ise tasarruf yapamamaktadır.

Birinci bölümde değinildiği üzere, bireyler ilk önce elde ettikleri gelirleriyle birincil ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Daha sonra her bir gelir artışında tükettikleri mallarında harcamalarını artırmaktadır. Bu durum bireyler maksimum doyuma ulaşınca kadar devam etmektedir. Ankete katılan kişilerin %50'ye yakını 750 TL ile 1500 TL arasında gelir elde etmekte ve tüketim harcamalarını da aldıkları gelirle anca karşıladıkları saptanmıştır. Yani bireylerin gelirlerinde tüketimlerinden kalan bir kısım söz konusu ise, tasarruf edebilmektedirler.

- Ankete katılan kişilerin % 9,0'ı her gün, % 45,0'ı haftada bir, % 17,0 haftada 2-3 kez, % 7,5 ayda bir, % 19,0'ı ise ihtiyaç duyulduğu zaman alışverişe çıkmaktadır.

Ankete katılan kişilerin, tüketim harcamalarında gelirleri kadar etkin olan bir değişkeninde ihtiyaçları olduğudur. Tüketicilerin hayatlarını devam ettirebilmeleri için ihtiyaç duydukları tüketim malını elde etmeleri, tüketim harcamalarında gelir dışında önemli bir unsur olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmada gelir-harcama ve gelir-tüketici davranışlarını belirlemeye yönelik güvenilirlik analizi, regresyon analizi, faktör analizi ve Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan bu tahmin modellerinin test değerleri anlamlı bulunmuştur. Bu tahmin modellerinin anlamlı bulunması gelir-harcama davranışları arasında ilişki olduğu ve tahminde bulunulabileceği anlamındadır.

Yapılan regresyon analizi sonucunda gelir arttıkça kişilerin tüketim harcamalarının da arttığı sonucuna varılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarıyla çapraz tablo sonuçları ile örtüşmektedir. Yani gelirdeki artış büyük oranda harcama kalemlerini de artırmaktadır. İktisadi olarak tüketicilerin tüketim harcamalarına yön veren gelir kadar etkili olan demografik, kültürel-sosyal alışkanlıkları, algılar, tutumlarda tüketim harcamalarını etkilemektedir. Başka bir iktisadi faktör ise kişilerin tükettikleri malların fiyatları ve fiyat beklentileridir. Kişiler tüketimini gerçekleştirdikleri malların fiyatlarında değişiklik (artış-azalış) olduğunda gelirlerinde bu duruma göre pay ayıracaklardır.

Faktör analizi sonucunda gelir dışında, kişilerin tüketim harcamalarında sosyal, kültürel, psikolojik değişkenlerinde etkili olduğu saptanmıştır. Bireylerin tüketimlerinde ayrıca firmaların uyguladıkları pazarlama politikalarının da etkili olduğu görülmüştür. Bireyler tüketim harcamalarını gerçekleştirirken iktisadi, demografik ve sosyolojik ve psikolojik faktörlerin etkili olduğu bir kez daha anlaşılmıştır.

Çalışmada kullanılan bütün tahmin modellerinde test değerlerinin tamamı anlamlı bulunmuştur. Bu anlamda incelenen değişkenlerin gelir-harcama eğilimlerini önemli bir düzeyde farklılaştırdığı söylenebilir. Parametre test değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olması; değişkenlerin gelir-harcama davranışlarını farklılaştırdığı ve bu tahminlerde bulunulabileceğini ifade etmektedir.

- Bireylerin eğitim düzeylerinin farklı olması, onların tüketim eğilimlerini farklılaştırmaktadır.
- Cinsiyete göre yapılan tahminlerin farklı ve anlamlı olmaları cinsiyet faktörünün tüketim eğilimleri üzerinde önemli bir ayırt edici faktör olduğunu göstermektedir.

- Bireylerin yaşları ve tüketim harcama ve davranışları arasında bir ilişki olduğu görülmüştür.
- Regresyon analizi sonucunda elde veriler ışığında gelir artıkça tüketim eğiliminide artırdığı saptanmıştır.
- Hanehalkı gelir-harcama eğilimleri araştırmalarında teoriye uygun olarak; yüksek gelir gruplarının daha fazla tüketim eğiliminde olduğu, düşük gelir gruplarının ise ihtiyaçları doğrultusunda tüketim eğiliminde olduğu belirlenmiştir.
- Gelenek ve göreneklerin, toplumsal yapının tüketim harcamalarında etkili olduğu görülmüştür.

Çalışmada bireyler arasındaki farklılıklar, tüketimlerini tüketimleri sonucu üreticileri de etkilemektedir. Bu sebeple tüketicilerin ihtiyaç, istek ve demografik özelliklerine göre, market, süpermarket, alışveriş merkezleri gibi yerler düzenlenmelidir. Bireylerin tercihleri ve eğilimlerine uygun ürün çeşitliliğine gitmelerini, fiyatlandırma ve satış politikalarını buna göre belirlemelerini ve promosyon gibi çeşitli satış stratejileri uygulamalarını gerekmektedir. Özellikle ekonomiye sıcak para girişi ve toplam talebe olan katkısı göz önüne alındığında, bu tür bir hareket az gelişmiş il ekonomilerinin gelişiminde ve bölgesel farklılıkların giderilmesinde önemli bir güç olabilir. Sosyal kültürel faaliyetlere harcama miktarının az olması gelirin bir sonucu olduğu kadar faaliyet alanının darlığından da kaynaklanabilir. Bu alanların çoğaltılması ve yoğunlaştırılması gerekmektedir. Bu çalışmaların periyodik halde yapılması hanehalklarının refah düzeylerinin tahmininde, gelir dağılımının analizinde yön gösterici olacaktır.



## KAYNAKÇA

- Adanur Aklan, N.(Haziran 2003) “ Dünyada ve Türkiye’de Gelir Dağılımı ve Gelir Dağılımını Etkileyen Faktörler”,Uludağ Üni. İİBF Dergisi, c.19, s.9, <http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/11/05nejla/05nejla.htm>,(Erişim Tarihi:18.12.2012)
- Akbay, C., Bilgiç, A. (2011) “Türkiye’de 2003-2008 Dönemlerinde Tüketim Harcamaları ile Gıda Harcamalarında Meydana Gelen Değişimler” Tarım Ekonomisi Dergisi, c.17, s.2, ss.73-79. , [http://journal.tarekoder.org/archive/2011/2011\\_02\\_04.pdf](http://journal.tarekoder.org/archive/2011/2011_02_04.pdf), (Erişim Tarihi: 05.12.2012)
- Aklaya, A., Hepaktan, E., (2001) “Türkiye’de Gelir Dağılımının Bölgesel Yönden İncelemesi”, Celal Bayar Üniversitesi, İİBF Yönetim ve Ekonomi, c.8, s.2, ss.43
- Aksu, N. G. (2010) “Servetin Oluşumunda ve Yaygınlaştırılmasında Menkul Kıymetler Borsası” , Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Aktan, Ç. C. (2004) Yeni İktisat Okulları, Şeşkin Yayıncılık:Ankara
- Aktan, C. C. ,Vural, Y.(2002) Gelir Dağılımında Adaletsizlik ve Gelir Eşitsizliği, Terminoloji, Temel Kavramlar ve Ölçüm Yöntemleri, HAK-İŞ Konfederasyonu Yayınları: Ankara
- Aktan,Ç.C., Vural, İ.Y.(2002) “Yoksullukla Mücadele Stratejileri”, Hak İş Konfederasyonu Yayınları, <http://www.belgeler.com/blg/30p6/aktan-vural-yoksulluk>
- Atabay, Baytar, R. (2010) Dünya’da Gelir Dağılımında Yeni Korumacılığın Rolü, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul
- Ataman, B. C. , (1996) Neo Keynesci Bölüşüm Teorisi: Ücret- Fiyat Sarmalı ve Gelirler Politikası, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, c.51, s. 1-4, ss. 53-69, <http://acikarsiv.ankara.edu.tr/browse/2682/> ,(Erişim Tarihi:06.012.2012)

- Ay, H. M. (2004) Adil Gelir Dağılımını Sağlanmasında Özel Tüketim Vergisinin Yeri ve Bunun Türkiye’de Uygulanabilirliği, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Bursa.
- Ay, Ö.(2010)Türkiye’de Vergi Yapısının Gelir Dağılımına Etkisi,Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Bakırcı, F., Şentürk,İ., Sadaklıoğlu,H., Aslan,E., Aytekin, B.S.(2009) “Üniversite Öğrencileri Gelir ve Harcama Eğilimleri Araştırması 2007-2008” Türkiye bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu proje çalışması, proje no: 106K309
- Baş, T.(2006)Anket(4.baskı),Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Bayram, N.(2004).Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Bayramiç, M.H.(2006)Türkiye’de Gelir Dağılımı Sorunu ve Çözümleri, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Bilen, M., Es, M.(19.12.2012) Gelir Dağılımı Sorunu ve Çözümünde Yeni Arayışlar, <http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/bilen98.pdf>
- Bilen, M., Yumuşak, İ. G. ,(2006) ”Türkiye’de Gelir Dağılımı ve Yoksulluk Sorunu”, Stratejik Öngörü Dergisi, Tasam Yayınları, s: 8, ss.47–63.
- Bolayır,S.(2007)Türkiye’de Gelir Dağılımı ve Yoksulluk(Sivas İli Örneği),Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü:Sivas.
- Büyüköztürk, Ş. (2002)Veri Analizi El Kitabı, İstatistik, Veri Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum, Pegem Yayıncılık: Ankara.
- Cural, M.(2009)’Küresel Ekonomik Krizler ve Kamu Maliyesine Yansımaları’,Eskişehir Osman Gazi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.4, s.2, ss.73-97
- Cural, M.(2009) “OECD Ülkelerinde Gelir Dağılımının 1980 Sonrası Gelişimi ve Eşitsizliği Azaltıcı Müdahaleler”, Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, c.4, no.2, ss.73-97,

- Alık, A. (2008) Türkiye’de Gelir Dağılımın Yapısal Değişimi, Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Manisa.
- Çelen, A.İ.(2009) Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Gelir Dağılımı ve Bu Dağılımı Etkileyen Faktörler, Bilim Uzmanlık Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Trabzon
- Çelik, A.(2004) “AB Ülkeleri ve Türkiye’de Gelir Eşitsizliği: Piyasa Dağılımı-Yeniden Dağılım”, Çalışma ve Toplum, s.4, ss. 59. <http://www.calismatoplum.org/sayi3/makale2.pdf>. (Erişim Tarihi:14.12.2012)
- Çetin, B.I.(2011) İktisadi Sistemler Bağlamında Gelir Dağılımı - Kredi Ekonomisi İlişkisi ve Türkiye, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Çolak, Ö.F. (2010) Makro Ekonomik Göstergelerin Yorumlanması, Efil Yayınevi(2. Baskı): Ankara
- Demirbaş,T.( 2003) “Küreselleşmenin Modern Devlet Maliyesine Etkileri”, Sayıştay Dergisi, s.50-51, ss.88-90, <http://dergi.sayistay.gov.tr/Default.asp?sayfa=3&id=371>, (Erişim Tarihi: 10.12.2012)
- Dinler, Z. (2000) İktisada Giriş, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, ss.409.
- Dinler, Z. (2001) İktisada Giriş, Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa
- Dinler, Z. (2011) Mikro Ekonomi (22. Basım )Ekin Basın-Yayımlar Dağıtım: Bursa
- DPT. (1994) “ Gelir Dağılımı ve Politikaları Özel İhtisas Komisyon Raporu” DPT Yayınları: Ankara.
- DPT. (2006) Özel ihtisas Komisyon Raporu, DPT Yayınları: Ankara.
- DPT. (2001) Gelir Dağılımının iyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel ihtisas Komisyonu Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Ankara.

DPT.(2007) Gelir Dağılımının iyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel ihtisas Komisyonu Raporu”, Ankara, [www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3087/oik691.pdf](http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3087/oik691.pdf).

Durna, C.(2011)Gelir Dağılımı Adaletsizliğinin İnsan Haklarına Etkileri,Yüksek Lisans Tezi,Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü:İstanbul.

Düzce İl Geliştirme Planı (2002) Gelir Dağılımı ve Yoksulluk Projesi, [http://www.duzce.gov.tr/dosyalar/digp/digp\\_gelir\\_dagili.pdf](http://www.duzce.gov.tr/dosyalar/digp/digp_gelir_dagili.pdf) (Erişim Tarihi:09.11.2012)

Eren, A., (2010)Türkiye Ekonomisi(3.Baskı),Ekin Yayın Dağıtım:Bursa.

Erkılıç, C., Bilimsel Araştırmalarda Evren ve Örneklem <http://www.belgeler.com/blg/2byx/bilimsel-aratirmalarda-evren-rneklem>(Erişim Tarihi:10.01.2013)

Gerlevik, D. (2012) İnternet Üzerinden Alışverişin Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Güçlü, S., Bilen, M.(Eylül-Ekim1995) “1980 Sonrası Dönemde Gelir Dağılımında Meydana Gelen Değişmeler”, Yeni Türkiye Dergisi, s.6, ss.160-171

İşgüden, T., Köne ,A. Ç. (2002) “Ortodoks İktisat Üzerine Notlar” Doğu Üniversitesi Dergisi, c.3, s.1, ss.97-108.

Karluk, R.(2002) Türkiye Ekonomisi, Beta Yayınları: İstanbul.

Karluk, R.(2009) Cumhuriyet’in İlanından Günümüze Türkiye Ekonomisi’nde Yapısal Dönüşüm, Beta Basım (12.Baskı):İstanbul.

Kazgan, G.(2004) İktisadi Düşünce, Remzi Kitapevi: İstanbul.

Kepek, Y., Yentürk,N., (2007) Türkiye Ekonomisi, Remzi Kitabevi, İstanbul.

- Kırer, H.(2011) Türkiye ve Almanya'nın Kişisel Gelir Dağılımına Ekonofizik Yaklaşım, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Korkut, B. , (2006) Türkiye İktisat Tarihi, İmge Yay, İstanbul.
- Kotler, P.(2000) Pazarlama İlkeleri (Çev: N. Muallimoğlu), Prentice Hall:New Jersey
- Kotler, P. ,Armstrong, G.(2001)Pazarlama yönetimi(Çev:Y.Erdal),Prentice Hall:New Jersey
- Kurtipek, R.(2011)Türkiye İçin Gelir Grupları Arası Gelir Oluşum İlişkisinin Miyazawa Yöntemiyle İncelenmesi, Uzmanlık Tezi, T.C Kalkınma Bakanlığı Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Müdürlüğü: Ankara
- Metin, B. (2012) 'Sosyal Politika', Açıköğretim Fakültesi Yayını, Derl. A.İ.Oral, Y.Şişman, ss.90-99.
- Maraş, Z. (2006) Gelir Ve Tüketim İlişkisi Türkiye Örneği 1960-1994, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Trabzon.
- Miyinat, M. (2003) Liberalizasyon Sürecinde Uygulanan İstikrar Politikalarının Gelir Dağılımına etkisi(1980 Sonrası Türkiye Örneği),Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Manisa.
- Mucuk, İ.(2001)Pazarlama İlkeleri(13.baskı) Türkmen kitabevi: İstanbul.
- OECD. (2008) Growing Unequal?Income Distribution and Poverty in OECD Countries:  
France,[http://www.mzv.sk/App/wcm/media.nsf/vw\\_ByID/ID\\_CBD2FABFAB495B52C1257648003959F2\\_SK/\\$File/Growing%20Unequal.pdf](http://www.mzv.sk/App/wcm/media.nsf/vw_ByID/ID_CBD2FABFAB495B52C1257648003959F2_SK/$File/Growing%20Unequal.pdf) (Erişim Tarihi:06.10.2012).
- Okcu, A., B. (2008) , Türkiye İçin Gelir- Tüketim İlişkisinin Eşbütünleşme Analizi İle İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Adana.

- Öz, M.(2011) “İş Hayatında Başarının İki Temel Koşulu: Tüketici Davranışlarını Anlayabilmek ve Müşteri Memnuniyetini Sağlamak” , Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi 1(2) ,ss.95-99
- Özgüven, A.(2005) İktisadi Düşünceler- Doktrinler ve Teoriler, Filiz Kitabevi, (3.Basım): İstanbul.
- Öztürk, F.(1.10.2012), Küreselleşen dünyada gelir dağılımı ve yoksulluk, <http://www.dunyabulteni.net/?aType=haber&ArticleID=229081> (Erişim Tarihi:09.09.2012)
- Papatya, N.(2005) “Tüketici Davranışları ile İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma”Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.10,s.1,ss.221-240
- Parasız, İ., (2000) İktisada Giriş: Prensipler ve Politikalar(6.Basım),Ezgi Kitabevi:Bursa.
- Penpece, D.(2006)Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kahramanmaraş.
- Savaş, V.(2000) İktisadın Tarihi, Siyasal Kitabevi (4. Baskı):Ankara.
- Şahin, H.(1997) Türkiye Ekonomisi, Ezgi Kitabevi: Bursa.
- Şahin, H.(2000) Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişimi- Bugünkü Durumu, Ezgi
- Şahin, H.(2006)Türkiye Ekonomisi, Ezgi Kitabevi Yayınları(yenilenmiş 8.baskı):Bursa
- Şenkal, A. (2005) Sosyal Politika, Alfa Basım Yayım Dağıtım(1. Baskı):İstanbul
- Şenses, F.(2002)Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk(2. Baskı), İletişim Yayınları: İstanbul, ss. 153.

Şit, M.(2008) Türkiye’de Gelir Dağılımı ve Bölgeler Arası Kıyaslama(1987-2007 Dönemi),Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Şanlıurfa.

Tek, Ö.B.,Özgül,E.(2010)Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım(3. Baskı): İzmir

Tuncer, S.(1969) Gelirin Yeniden Dağılımı (Redistribution), İktisadî Araştırmalar Vakfı Yayınları

Türk, İ.(1988) Maliye Politikası, S Yayınları:Ankara,s.321

Türkiye İstatistik Kurumu (2008) Tüketim Harcamaları, Yoksulluk ve Gelir Dağılımı, Sorularla Resmi İstatistikler Dizisi-6: Ankara, [www.tuik.gov.tr/IcerikGetir.do?istab\\_id=155](http://www.tuik.gov.tr/IcerikGetir.do?istab_id=155), (ErişimTarihi:20.11.2012)

Yumuşak,G.,Bilen,M.(2000) “Gelir Dağılımı ve Beşeri Sermayesi İlişkisi ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme”Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,c.1,s.1,ss.77-96.

Yüce, M. (2001) “Türkiye’de Gelir Dağılımındaki Adaletsizliğin izlenen Vergi ve Harcama Politikaları ile Bağlantısı”,Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, c.3,s.2, <http://www.isguc.org/?p=article&id=73&cilt=3&sayi=2&yil=2001>,(ErişimTarihi:23.12.2013)

Yüksel Arabacı, R.(2007) Gelirin Yeniden Dağılımında Bir Araç Olarak Sosyal Güvenlik, Doktora Tezi,Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü:Bursa.

Yükselen, C.(2008) Pazarlama-İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar (7.baskı), Detay Yayıncılık: Ankara

### **İnternet Kaynakları**

<http://acikarsiv.ankara.edu.tr/>(Erişim Tarihi: 15.12.2012)

<http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim tarihi:29.12.2012)

[www.magfigilmez.com](http://www.magfigilmez.com) (Erişim Tarihi:06.01.2013)

[www.dpt.gpv.tr/pdf](http://www.dpt.gpv.tr/pdf) (Erişim tarihi:02.06.2013)

[http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt\\_id=24](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=24)

<http://keskingokhan.blogspot.com/2012/11/tuketim-uzerine-bandwagon-snob-ve.html>(Erişim tarihi:08.09.2012)

<http://www.belgeler.com/blg/2c0r/kruskal-wallis-friedman-testler>

<http://www.fikretgultekin.com/yukseklisans/Regresyon%20Analizi.pdf>.

<http://calismatoplum.org/sayi24/ozturk.pdf>



**EK 1: Anket Formu**

TC.

ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**GELİR DAĞILIMININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**

Bu araştırma, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı yüksek lisans tezi için yapılan bir çalışmadır.

Yüksek Lisans Öğrencisi Cennet Arman

**A- Genel Özellikler****1.Cinsiyetiniz?**

Kadın  Erkek

**2.Yaşınız?**

18-28 29-39 40-50 51-61 62 ve üzeri

**3.Medeni durumunuz?**

Bekar  Evli

**4.Eğitim Durumunuz?**

Okuryazar değil  İlkokul Lise Lisans Doktora

Okuryazar Ortaokul Önlisans Y.Lisans Diğer belirtiniz ( )

**5.Mesleğiniz**

Öğrenci Emekli Memur İşçi Serbest meslek

Ev hanımı Çalışmıyor Diğer belirtiniz ( )

**6.Hanenizde (siz dahil) kaç kişi yaşamaktasınız?**

1-2      3-4      5-6      7-8      Diğer belirtiniz (      )

**7.Hanenizde Ücretli Çalışan sayısı?**

1-2      3-4      5-6      7-8      Diğer belirtiniz (      )

**8.Kaç yıldır çalışıyorsunuz?**

1yıldan    1-5      6-10      11-15      16 ve üstü  
az

**9.İkamet ettiğiniz konut?**

Mülk sahibiyim      Kira      Lojman  
Kendime ait değil ama kira    Diğer belirtiniz (      )  
vermiyorum

**10.Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?**

0-774 TL      775-1549 TL      1550-2324 TL      2325-3099 TL  
3100-3874 TL    3875-4649 TL    4650-5424 TL    5425 TL ve üstü

**11.Kişisel olarak(sizin) ortalama toplam geliriniz ne kadar?**

0-774 TL      775-1549 TL      1550-2324 TL      2325-3099 TL  
3100-3874 TL    3875-4649 TL    4650-5424 TL    5425 TL ve üstü

**12.Elde ettiğiniz gelirin türü nedir?**

Maaş     Ücret     Kira geliri     Faiz geliri    Tarımsal gelir     Diğer

**13.Kendinizi hangi gelir grubunda görüyorsunuz?**

Yoksul    Alt gelir      Orta gelirlili      Üst gelir

**14.Bağlı bulunduğunuz sosyal güvenlik kurumu hangisidir?**

SGK      Özel sigorta      Diğer belirtiniz(      )

**15. Aylık Hanehalkı Tüketim harcamalarınız ne kadar?**

0-500TL 501-1001 TL 1002-1502 TL 1503-2003 TL 2004 TL ve üzeri

**16.Otomobiliniz var mı?**

Var Yok

**17.Hanehalkındaki otomobil sayısı?**

Yok 1 2 3 4 ve üzeri

**18. Tüketim harcamalarının miktarı?**

Harcamalar	0-199 TL	200-299 TL	300-399 TL	400-499TL	500-599TL	600 TL ve üzeri
Gıda						
Barınma						
Giyim						
Kişisel Bakım						
Sağlık						
Ulaşım						
Eğitim						
Ev hizmetleri/temizlik						
Haberleşme						
Mobilya,ev- aletleri						
Sosyal ve kültürel (sinema,tiyatro,konser vb)						
Lokanta						
Tatil						
Diğer belirtiniz ( )						

**19. Tasarruf yapabiliyor musunuz?(Cevabınız hayır ise 22. soruya geçiniz)**

Evet Hayır

**20. Aylık tasarruf miktarınız ne kadar?**

0-500 TL 501-1000 TL 1001 TL ve üstü

**21. Tasarruflarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Döviz ve altın Banka mevduatı Hisse senedi, tahvil, bono Gayrimenkul satın alarak

Emanet  Borç vererek Diğer belirtiniz ( )  
ederek

**22. Harcamalarınızla ilgili ödemeleri nasıl karşılırsınız?**

Nakit Kredi kartı Taksitle Veresiye

**23. Market ve Pazar alış verişine ne sıklıkta çıkarsınız?**

Her gün Haftada bir Haftada 2-3 kez Ayda bir İhtiyaç duyulduğu zaman

**24. Market ve Pazar alış verişine çıkmadan önce, ihtiyacınız olduğu tüketim mallarının listesini yapar mısınız?**

Evet Hayır

**25. Yaptığınız alış veriş listesine ne kadar bağlı kalırsınız?**

Çok az Az Orta Fazla Çok fazla

**26. Tüketim nedir?**

Bir şeyi alıp kullanmaktır Alış veriş yapmaktır Mal ve hizmet satın almaktır

İhtiyaçların giderilmesidir. Diğer belirtiniz ( )

**B- Lütfen aşağıdaki ifadelerle ilgili düşüncelerinizi işaret koyarak belirtiniz**

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
1. İhtiyacım olmadığı halde alış veriş yaparım.					
2. İhtiyaçlarım tüketim harcamalarım da etkilidir.					
3. Sosyal çevrem tüketim harcamalarım da etkilidir.					
4. Gelenek ve göreneklerim tüketimimde etkilidir					
5. Gelir düzeyim tüketim harcamalarım da etkilidir.					
6. Algım, tutkularım, alışkanlıklarım tüketimimde etkilidir.					
7. Satın almayı düşündüğüm malın fiyatı tüketimimde etkilidir					
8. Tükettiğim malın kalitesi etkilidir					
9. Tükettiğim malın markalı olması etkilidir.					
10. Tükettim harcamalarım da indirimler etkilidir.					
11. Tükettim harcamalarım da kampanyalar etkilidir.					
12. Tükettim harcamalarım da promosyonlar etkilidir					
13. Tükettiğim malın reklamı etkilidir.					
14. Tükettiğim malın garantisi etkilidir.					
15. Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.					
16. Tüketim harcamalarımın ödemelerini sıklıkla kredi kartı ile karşılarım					
17. Taksitli alış verişi tercih ederim					
18. Tüketim harcamalarım da veresiyeyi tercih ederim.					
19. Tüketimimde tükettiğim malın fiyatı etkilidir.					
20. İkamet ettiğim yerden memnunum.					

*Vakit ayırdınız için teşekkür ederim.*

EK 2: **Coefficients<sup>a</sup>**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Sabit değer	1,108	,228		4,870	,000
Hane içi aylık ortalama toplam gelir	,489	,048	,593	10,119	,000

a. Bağımlı Değişken: Gıda

EK:3 **Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,275	,363		6,264	,000
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,150	,077	,163	1,951	,053

a. Bağımlı Değişken: Barınma

EK: 4 **Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,608	,184		3,298	,001
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,296	,038	,517	7,807	,000

a. Dependent Variable: Giyim

EK: 5 **Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,741	,161		4,603	,000
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,150	,034	,343	4,459	,000
a. Dependent Variable: Kişisel bakım					

a. Dependent Variable: Kişisel Bakım

K:6

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,055	,133		7,908	,000
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,060	,028	,173	2,158	,033

a. Dependent Variable: Sağlık

EK: 7

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,804	,214		3,750	,000
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,242	,044	,394	5,456	,000

a. Dependent Variable: Ulaşım

EK:8

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,777	,322		2,417	,017
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,377	,065	,435	5,785	,000

a. Dependent Variable: Eğitim

EK:9

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,955	,195		4,884	,000
1 Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,122	,040	,244	3,037	,003

a. Dependent Variable: Ev hizmetleri/temizlik

EK:10

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,824	,116		7,125	,000
Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,113	,024	,337	4,743	,000

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,824	,116		7,125	,000
Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,113	,024	,337	4,743	,000

a. Dependent Variable: Haberleşme

EK:11

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,972	,191		5,079	,000
Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,106	,039	,238	2,716	,008

a. Dependent Variable: Mobilya, ev aletleri

EK:12

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,945	,137		6,897	,000
Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,058	,026	,196	2,248	,026

a. Dependent Variable: Sosyal ve kültürel (sinema,tiyatro,konser vb)

EK:13

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,886	,175		5,065	,000
Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,107	,033	,273	3,202	,002

a. Dependent Variable: Lokanta harcamaları

EK:14

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,307	,339		,906	,367
Hane içi aylık ortalama toplam geliriniz ne kadar?	,389	,065	,492	5,973	,000

a. Dependent Variable: Tatil

EK:15



**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Tükettiğim malın kalitesi etkilidir	Tükettiğim malın reklamı etkilidir.	Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.
Chi-square	3,928	3,747	4,933
df	1	1	1
Asymp. Sig.	,047	,053	,026

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Cinsiyetiniz?

EK:16

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Algım, tutkularım, alışkanlıklarım tüketimimde etkilidir.	İkamet ettiğim yerden memnunum.	Taksitli alış veriş tercih ederim	Tükettiğim malın bulunabilirliği etkilidir.
Chi-square	4,686	3,940	5,701	3,949
df	1	1	1	1
Asymp. Sig.	,030	,047	,017	,047

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Medeni durumunuz?

EK:17

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Gelenek ve göreneklerim tüketimimde etkilidir	Tüketim harcamalarımın ödemelerini sıklıkla kredi kartı ile karşılarım	Tüketim harcamalarımın veresiyeyi tercih ederim.
Chi-square	9,976	14,823	12,064
df	4	4	4
Asymp. Sig.	,041	,005	,017

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Yaşınız?

**ÖZGEÇMİŞ****Kişisel Bilgiler**

Adı Soyadı : CENNET ARMAN

Doğum Yeri ve Tarihi : ISPARTA/ 08.06.1988

**Eğitim Durumu**

Lisans Öğrenimi : KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

Yüksek Lisans Öğrenimi : ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ

Bildiği Yabancı Diller : İNGİLİZCE

**İş Deneyimi**

Çalıştığı Kurumlar : ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ

**İletişim**

e-posta Adresi : arman\_cennet@hotmail.com

**Tarih** : 28.02.2013