



[Araştırma Makalesi] **Atf/Citation:** Erdinç, Z., Aydınbaş, G., (2022), Tüketim harcamalarına etki eden unsurların G20 ülkeleri üzerindeki etkisine yönelik analiz (2007-2019), *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30): s. 1-23. **Gönderim Tarihi:**06.08.2021 **Kabul ve Yayın Tarihi:** 14.03.2022-31.05.2022 **DOI:** 10.54600/igdirsosbilder.979871

Yazarlar/Authors

Zeynep ERDİNÇ* Gökçen AYDINBAŞ**

Makale Adı/Article Name

Tüketim Harcamalarına Etki Eden Unsurların G20 Ülkeleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Analiz (2007-2019)

Analysis of the Impact of Factors Affecting Consumption Expenditures on G20 Countries (2007-2019)

ÖZ

İnsanoğlu yaşam kalitesini yükseltmek, daha yüksek bir refah düzeyine erişmek için çabalamakta ve bu doğrultuda tüketimlerini artırmaktadır. Tüketimin sürekli ve düzenli hale gelmesiyle birlikte yatırımların teşviki, tüketim harcamalarının ekonomideki önemli bir fonksiyonunu oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, panel veri analiz yöntemi kullanılarak tüketim harcamalarına etki eden unsurların belirlenmesidir. Çalışmada G20 ülkelerinin Dünya Bankası ve Dünya Çapında Yönetişim Göstergeleri resmi sitelerinden elde edilen 2007-2019 zaman aralığına ilişkin yıllık verileri kullanılmış, ekonometrik yöntem olarak da; sabit etkiler, rassal etkiler, genelleştirilmiş momentler yöntemi (GMM), sistem GMM ve robust (sağlam, dirençli hata) tahmin ediciler modelleri uygulanmıştır. Çalışmada uygulanan analiz neticesinde elde edilen bulgulara göre, bağımlı değişken nihai tüketim harcamaları ile arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilen bağımsız değişkenler; gayri safi yurt içi hâsıla (GSYH), bireylerin internet kullanımı (toplam nüfus%) ve kentleşme oranı (toplam nüfus%) olmuştur. Ancak nihai tüketim harcamaları ile bir diğer bağımsız değişken politik istikrar endeksi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Nihai tüketim harcamaları, GSYH, Panel Veri Analizi

ABSTRACT

Mankind strive to improve their quality of life, reach a higher level of welfare and increase their consumption accordingly. With the continuous and regularity of consumption, the incentive of investments constitutes an important function of consumption expenditures in the economy. This study aims to determine the factors affecting consumption expenditures by using panel data analysis method. In the study, the data for the period 2007-2019 obtained from the World Bank and Worldwide Governance Indicators sites of the G20 countries were used and as an econometric model; fixed effects, random effects, generalized method of moments (GMM), system GMM and robust (resistive error) estimators were applied. According to the results of the analysis applied in the study, the dependent variable final consumption expenditures and the independent variables that were found to have a significant and positive relationship; gross domestic product (GDP), internet usage of individuals (% of total population) and rate of urbanization (% of total population). However, there is no statistically significant relationship between final consumption expenditures and the political stability index which is one of the independent variables.

Keywords: Final consumption expenditures, GDP, Panel Data Analysis

* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, zerdinc@anadolu.edu.tr ORCID: 0000-0001-9599-0630

**Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, gkcnaydnbs@gmail.com ORCID: 0000-0001-9435-5387

Giriş

Tüketim, makroekonomik görünümde oldukça hızlı bir canlanmaya sahip, birçok sektör üzerinde de doğrudan etkili olmanın yanı sıra birtakım unsurlardan etkilenen bir faktördür. Tüketici davranışları ise en temelinde, mikro iktisat açısından üzerinde durulan bir konu olmuştur. Bu bağlamda mikro iktisadi açıdan tüketicinin fayda maksimizasyonu, tüketim harcamalarında belirleyici olmaktadır. Tüketici davranışlarının belirlenmesinde ise, tüketime yönelik karar alma süreçlerinde çeşitli etkenler dikkat çekmektedir. Tam da bu noktada, tüketim olgusu üzerinde iktisadi faaliyetler içerisinde sosyal ve psikolojik etkilerin ağırlığının önemli bir düzeyde hissedildiğini vurgulamak gerekmektedir. Tüketim olgusuna, Keynes'e kadar çok fazla ilgi duyulmamıştır. Keynes'in bu konudaki görüşlerinin ardından tüketim üzerine farklı ekonomistler tarafından farklı teoriler geliştirilmeye başlanmıştır.

Bu çalışma kapsamında, 2007-2019 dönemi için G20 ülkeleri bazında (19 ülke) tüketim harcamalarına etki eden unsurları panel veri analiz yöntemiyle tespit etmek amaçlanmıştır. G20 ülkeleri, dünya nüfusunun büyük bir bölümünü barındırması ve küresel gayri safi hasılanın büyük oranda bu ülkelerce yaratılmasına bağlı olarak ilgili ülkelerdeki tüketim harcamalarına dikkat çekilmesinden ötürü tercih edilmiştir. Dijitalleşme ile gelen teknolojilerin hız kazandığı, yeni bir sürece geçilen (örneğin akıllı telefonların piyasaya girişi) 2007 yılı, çalışmanın başlangıç dönemi olarak ele alınmıştır. Bu minvalde tüketici harcamalarına etki eden faktörler olarak; GSYH, internet kullanımı, kentleşme oranı (toplam nüfus%) ve politik istikrar serileri değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen tahminler ile GSYH, bireysel internet kullanımı (nüfus%), kentleşme oranı (toplam nüfus%) ve politik istikrar değişkenlerinin nihai tüketim harcamalarına etkileri belirlenmiştir.

Çalışmanın orijinal tarafı, tüketim harcamalarına etki eden unsurlara ilişkin seçilen değişkenlerin çeşitliliğiyle dikkat çekmektedir. Nihai tüketim harcamalarına etki edebileceği tahmin edilen değişkenler; ekonomik (GSYH), politik (politik istikrar), teknolojik (bireysel internet kullanımı) ve demografik (kentleşme oranı) çerçevede ele alınmıştır. Tüketim harcamalarına bağlı olarak seçilen değişkenlerin bu şekilde kategorilere göre değerlendirilmesiyle çalışma, ileride yapılacak çalışmalar için de yol gösterici bir nitelik kazanmaktadır. Bu noktada, farklı boyutlarıyla değerlendirilen bu çalışmanın, diğer çalışmaları tamamlayıcı özellik taşıyarak literatüre önemli katkılar sağlaması beklenmektedir.

Çalışmada ilk olarak, tüketici teorilerinin yanı sıra tüketim harcamalarına etki eden unsurlar teorik çerçevede ele alınarak dünyada ve Türkiye'de tüketim harcamalarına yönelik gelişimler üzerinde durulmuştur. Akabinde, ulusal ve uluslararası literatür kapsamında tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin uygulamalı analizleri tartışılmıştır. Bir sonraki kısımda ise, çalışmanın ampirik analizindeki yöntem, veri seti ile modellere değinilmiş ve araştırmada elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Sonuç kısmında, literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırmalı olarak bulgular yorumlanmış ve ilgili bulgular doğrultusunda çeşitli politika önerileri sunulmuştur.

1. Tüketim Harcamaları ve Etki Eden Unsurlar: Teorik Çerçeve

Yüzyıllardır tartışılmalı gelen (insanlık tarihi kadar eski) tüketim olgusu, “Aydınlanma Çağı” ile ele alınmaya başlamıştır. Bir zamanların tüketim olgusu yapısal olarak; ilk insanların avcılık, toplayıcılık gibi faaliyetlerle hayatlarını idame etmeleri çerçevesinde şekillenmiştir. Orta Çağ Avrupa'sında ise aşırı yemenin (tüketmenin) kilisenin yedi büyük günahından olması, tüketime

karşı olumsuz bir bakış açısına yol açmıştır (Topaloğlu ve Güngör, 2016: 284). Nihayetinde endüstriyel devrimle gelen sosyal yapı değişikliğiyle tüketimin yapısında ve amacında değişmeler olmuştur. Modern hayatta tüketim olgusu, işlevsel bir yarardansa duygusal faydaların öne çıktığı soyut bir kavram haline gelmiştir (Azizoğlu ve Altunışık, 2012: 34).

Ekonomik, kültürel, psikolojik ve toplumsal nitelikteki tüketim olgusu, yeni dünyanın bir ideolojisi olarak görülmektedir. İnsan yaşamının vazgeçilmezi olan tüketim, bütün canlı organizmaların yaşamını sürdürebilmesi bakımından gerekli enerjinin sağlanmasına ilişkin bir yöntemdir. Ross (1964)'e göre tüketim, insan ihtiyaçları/isteklerinin doğrudan (dolaysız) gideriminde mal ve hizmetlerden yararlanılması anlamına gelmektedir. Bir başka deyişle tüketim, belirli bir zamanda belli bir faydanın sağlanması doğrultusunda bir mal veya hizmetin kullanımı (yok edilişi) manasında negatif üretimdir. Negatif üretim kavramına uygun bir şekilde tüketme kelimesinden Raymond Williams (1976), “*bitirmek, harcamak, israf etmek, tahrip etmek*” olarak söz etmiştir. Tüketim, insan ihtiyaçlarının (isteklerinin) tüketim olgusunun itici güçleri olmasıyla ekonomik sistemlerin her birinde pazarın bulunmasından kaynaklı olarak gerçekleşmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2013: 3). Bu bakımdan tüketim, yaşanıldığı dönem içerisinde belli bir ihtiyacın tatmini doğrultusunda üretim kaynaklarının kullanımını (bir ürünü veya hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma, yok etme) içeren bir tanım olarak sosyal ve ticari öğeleri bütünleştirmektedir. Mikro ekonomik teoriye göre tüketim, genel manada tüketicinin toplam faydasını arttırma eylemi olarak nitelendirilmektedir. Makroekonomik açıdan ise tüketim, ekonomideki birimlerin tamamının mal veya hizmet üretme gayesiyle devlet ve firmaların üretim faktörü satın almalarının yanı sıra hane halkının ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yaptığı harcamaları da kapsamaktadır. Nitekim iktisat terminolojisinde tüketim; marjinalistlerin kullandığı biçimde tüketicinin tatmin duygusu; mal ve hizmetler sunuşu olan reel tüketim araçları, tüketim mallarına yönelik (nakdi) harcanan para miktarı olarak da tanımlanmaktadır. Tüketim kavramına ilk kez değinen Keynes (1969)'e göre bu doğrultuda yapılan harcamalar, belirli bir dönemdeki toplam satışlar ile müteşebbisler arasındaki toplam satışlar arasındaki farkı ifade etmektedir. Ayrıca, tüketim harcamaları, dayanıklı, dayanıksız mal ve hizmetlere yönelik yapılan harcamalar olarak da ifade edilebilir (Somel, 2014: 28). Bunun yanı sıra, Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) tarafından belirtildiği üzere; mal ve hizmetleri satın almaya yönelik parasal olarak yapılan ödeme ve parasal olmayan “*fedakârlık*”ların tümü tüketim harcamaları (iktisadi tüketim) olarak adlandırılmaktadır. Bu yaklaşıma göre, hane halkı tüketim harcamaları; satın aldığı ve kendi ürettiği veya iş stokundan, aynı faaliyete ilişkin gelirin tüketimi ve hediye veya yardıma yönelik alımlar, aynı gayrimenkul geliri ve oturmuş olduğu konutun “*ızafi kira değeri*”nin birleşiminden meydana gelmektedir (TUİK, 2020). Dolayısıyla hane halkı nihai tüketim harcamaları; boş vakit, barınma, konut harcamaları (kira), dayanıklı mallar, eğitim, enerji, gıda, giyim ve sağlık (doktor muayenesi) gibi alanlara yapılan harcamaları içermektedir. Otnes ve Lowery (2004)'e göre ise bireyler, haz ve doyum gibi hisler doğrultusunda acı ve elemenden kurtulmak amacıyla “*ihtiyaçları*”nı gidererek fayda sağlamak için tüketebildikleri gibi doğum günü hediyeleri, düğün ve mezuniyet törenleri ile yeni iş gibi geleneksel tüketim harcamalarına da yönelebilmektedir. Ancak kapitalizm öncesindeki tüketim anlayışı, yalnızca malların veya hizmetlerin kullanılması ve yerine yenilerinin üretimini ifade ederken, kapitalist toplumlardaki tüketim olgusu, Maslow'un birinci basamağındaki fiziksel ihtiyaçlardan başlayarak bireyin kendisini gerçekleştirme, yaşam tarzı belirlemesine yönelik Maslow'un üçüncü basamağından son basamağına kadar bütün ihtiyaçlarının giderimini kapsamaktadır. Nitekim günümüzde tüketim, bireysel ihtiyaçların yanı sıra arzuların (isteklerin) de tatminine odaklı gerçekleşmektedir (Odabaşı, 1999: 40). Tam bu noktada ihtiyaçtan kastedilen, karşılandığında “*haz ve doyum*”,

karşılanmadığında ise “acı ve elem veren duygular”dır (Aren, 1986: 11). Burada ihtiyaç kavramından söz ederken, 14. yüzyıl düşünürü ekonomi ve sosyolojide öncü olarak kabul edilen İbn Haldun’un görüşlerine değinmek önemlidir. İbn Haldun’un görüşü, ihtiyaçların toplumlarda medeniyete varış veya yok oluş süreci açısından itici güçte etkin bir role sahip olduğuna dayanmaktadır (Göcen, 2013: 177). İlk kez 1989’da yayınlanmış olup “*Aylak Sınıfı Teorisi*” (The Theory of The Leisure Class) olarak adlandırılan eseriyle Veblen ise; ihtiyaç ve tüketime yönelik bazı eleştirilerde bulunmuştur. Bu yaklaşım bireylerin, günlük olarak ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade bulduklarında kendilerini olduğundan daha üstün görebildikleri grupta yer almak ve o grupta dikkatleri üzerinde toplamak amacıyla tükettiğini vurgulamaktadır. Nitekim tüketim eylemini yapan bireyler, tüketici olarak adlandırılmaktadır. Sınırlı gelirleriyle tüketiciler, mal ve hizmet olarak gelirlerini ihtiyaçlarına bağlı olarak bölüştürme eğilimindedir. Ancak tüketici taleplerindeki değişimler, teknolojik gelişmeler, mal ve hizmetlerin serbest dolaşım hızındaki artış, iletişimdeki “ulaşım”daki kolaylıklar; tüm dünya tüketicilerini birbirlerine yakınlaştırmakta, benzeştirmektedir. Farklı kültürdeki, coğrafyadaki insanlar, benzer tüketim kalıplarına “talep”lere sahip olabilmektedir ki bu durum küreselleşme sürecinin bir çıktısı olarak görülebilmektedir (Oluç ve Gövdere, 2020: 167).

Küreselleşme ile üretimin ve tüketimin birbirleriyle ilişkili olarak hızlı bir şekilde artması, sürdürülebilirlik kavramını gündeme taşımaktadır. 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Dünya Zirvesi’nin “*sürdürülebilir gelişme eylem planı*” kapsamındaki 21. gündem maddesinde bahsedilmesiyle (United Nations Sustainable Development, 2021) sürdürülebilir tüketim kavramı literatürdeki yerini almıştır. Rio zirvesi neticesinde sürdürülebilir gelişmeyle birlikte insanların yapmış oldukları faaliyetlerin ekolojik çevreye olumsuz etkilerini minimum seviyeye düşürme amacı doğrultusunda tüketim kalıplarında değişikliğe gitmek, bireylerin en önemli mücadelelerinden biri haline gelmiştir. Sürdürülebilir tüketimin sağlanması ve kaynakların etkin kullanımında tüketici davranışlarının belirlenmesindeki etkenlerin tespiti, sürdürülebilirliği sağlamak için tüketim alışkanlıklarını iyi yönde değiştirmek açısından önem arz etmektedir (Hayta, 2009: 144-145).

1.1. Dünya ve Türkiye Ekonomisinde Tüketim Harcamalarına Yönelik Gelişmeler

Tüketim harcamaları anketlerine dayalı tüketim konusunun bilimsel-akademik araştırmalarda değerlendirilmesi, 18. yüzyıl sonlarında David Davies ve Sir Frederick’in çalışmalarıyla başlamıştır. 1857 yılında ise bu konudaki ilk ve en ünlü ekonometrik çalışmayı Ernest Engel yapmış olup modern iktisadi düşüncede tüketim araştırmalarının önemini kendi adıyla anılan yasayla (iktisat literatüründe Engel yasası) vurgulamıştır. 1895 yılındaki çalışmasında Engel, toplam harcamadaki artış ile toplam harcama ya da gelir yüzdesinde giyimin payı artarken; aydınlanma, barınma ve yakıtın payının düştüğü sonucuna varmıştır (Ergenç, 2011: 3). Ancak Engel yasasına göre; gelir artışı ile gıda harcamalarının gelirdeki payının düştüğü; giyim ve konut harcamalarındaki payın sabit kaldığı; eğitim, eğlence, kültür gibi harcamalara ayrılan payın ise arttığı öne sürülmektedir (Ergenç, 2011: 5).

Hane halkı tüketim harcamalarıyla devlet harcamalarının bir arada ele alınması durumunda, dünya ekonomilerinde tüketim harcamaları toplamının büyük bir payı olduğunu söylemek mümkündür. Dünya genelinde tüketim harcamaları içerisinde en önemli pay ise, gıda harcamalarına aittir. Devletlerin iklim koşulları, kaynakları, sosyo-ekonomik dönüşümleri, kültür ve yaşam şekillerine bağlı olarak gıda tüketimi değişmektedir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hane halkı tüketim harcamaları, GSYH’nin oldukça büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Hane halkı tüketim harcamalarının bu büyüklüğü, GSYH’nin %50 ile %80’i arasında değişen oranlarda

değerler almaktadır (Oluç, 2020). OECD (2016) tarafından yapılan tahminine göre; Türkiye’de 1980 yılında hane halkı tüketimi GSYH’nin %75,59 oranına ulaşmıştır. Türkiye ekonomisinin dörtte üçünden daha fazlasına tekabül eden hane halkı tüketim oranı giderek düşme eğilimi girmiştir. 2018 yılı TÜİK verileri bazında bu oran %58,86’ya düşmüştür. TÜİK’in hazırlamış olduğu Hane halkı Bütçe Anketleri ile hanelerin belli bir dönemde yapmış oldukları tüketim harcamalarına konu olan mal ve hizmetler belirlenmektedir. Hane halklarının yıllık tüketim harcamaları, içindeki mal ve hizmet tüketimlerinin paylarıyla Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) kapsamında ürünlerdeki ağırlıklara yönelik olarak hesaplanmaktadır (Oluç ve Gövdere, 2020). Türkiye’de bölgesel olarak 2019 yılı hane halkı tüketim harcaması araştırmasına ait değerler tablo 1’de gösterilmiştir.

HANEHALKI TÜKETİM HARCAMALARI (%)	
İstanbul	24,40
Ege Bölgesi	15,10
Akdeniz Bölgesi	11,40
Doğu Karadeniz Bölgesi	2,90
Ortadoğu Anadolu Bölgesi	2,60
Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi	1,80

Tablo 1. 2019 yılı Türkiye hane halkı tüketim harcaması bölgesel araştırmasına ait değerler

Kaynak: TÜİK, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-\(Bolgesel\)-2019-33594](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-(Bolgesel)-2019-33594)

Tablo 1’de TÜİK hane halkı tüketim harcaması (bölgesel) araştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Türkiye’de 2019 yılı tüketim harcamalarının %24,4’ü İstanbul’da yaşayan bireyler tarafından gerçekleştirilmiştir. Tüketim harcamaları bölgesel listesinde İstanbul’u takip eden diğer iki bölge sırasıyla; Ege (%15,1) ve Akdeniz (%11,4) olmuştur. Toplam hane halkı tüketim harcamalarında en düşük paya sahip bölgeler ise sırasıyla; Kuzeydoğu Anadolu (%1,8), Ortadoğu Anadolu (%2,6) ve Doğu Karadeniz (%2,9) olmuştur.

	Toplam		Maaş, Ücret, Yevmiye Geliri		Müteşebbis Geliri		Gayrimenkul ve Menkul Kıymet Geliri		Emeklilik Geliri		Diğer Karşılıksız Transfer Gelirleri	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
<i>Giyim ve ayakkabı</i>	4,8	5	5,1	5,5	5,1	5,1	3,7	3,3	3,8	3,7	4,4	4,1
<i>Sağlık</i>	2,2	2,2	2	2	1,8	2	4,2	3,9	3	2,9	2,6	2,6
<i>Alkollü içecekler, sigara ve tütün</i>	4	4,3	4,2	4,6	4,2	4,5	1,8	1,8	3,4	3,7	3	3,4
<i>Gıda ve alkolsüz içecekler</i>	20,3	20,8	18,7	19	19,5	19,8	16,4	17,9	25,5	26,5	26,3	26,6
<i>Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri</i>	6,5	6,4	6,3	6,3	6,2	6,5	7,4	6,6	7,1	7	7	5,9

<i>Ulaştırma</i>	18,3	16,5	19,2	17,7	22,7	19,2	18,6	18,6	13,4	12,1	6,1	6,9
<i>Lokanta ve oteller</i>	6,5	6,5	7,6	7,8	6	5,8	4,2	4,3	4,5	3,9	3,4	3,9
<i>Haberleşme</i>	3,8	3,6	4,1	3,9	3,9	3,5	2,8	2,5	3,1	3,2	3,7	3,2
<i>Konut ve Kira</i>	23,7	24,1	22,4	22,4	19,7	20,4	28,1	30,3	28,6	29,2	35,4	35,1
<i>Eğitim Hizmetleri</i>	2,3	2,5	2,1	2,5	3,6	3,6	2,7	4,8	1,2	1	1,5	2,1
<i>Eğlence ve Kültür</i>	2,9	3,1	3	3,3	2,6	2,7	3,4	3	2,7	2,6	2,5	2,5
<i>Çeşitli Mal ve Hizmetler</i>	4,9	5,1	5,2	5	4,7	6,8	6,6	3	3,7	4,2	4	3,7

Tablo 2. Temel gelir kaynağı hane halkı tüketim harcaması türleri bazında dağılım, Türkiye (2018, 2019)

Kaynak: TÜİK, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-2019-33593>

2018 ve 2019 yılları için karşılaştırmalı olarak TÜİK hane halkı tüketim harcaması araştırma sonuçlarına göre hazırlanan Tablo 2’den de görüldüğü üzere; toplam tüketim harcamalarının en büyük bölümü sırasıyla; konut ve kira, gıda ve alkolsüz içecekler ile ulaştırma harcamalarından oluşmaktadır. 2019 yılında ilgili harcama türlerinde toplam tüketim harcamaları açısından en düşük pay ise sağlık (%2,2) ve eğitim harcamalarının (%2,5) olmuştur.

Dünya GSYH’nin üçte ikisinden fazlasını teşkil eden kişisel tüketim harcamalarında, 2020 yılı ikinci çeyreğinde rekor düzeyde bir düşüş yaşanmıştır. Bu dönemde, küresel açıdan ilk çeyreğe göre %10,1’lik negatif yönde bir değişim olmuştur. Bu daralmaya bağlı olarak küresel ekonomik aktivitede aşağı yönlü hareketlenmeler gözlenmiştir (Barua ve Levin, 2020). Bu durumu; COVID-19 pandemisinin günlük hayatta meydana getirdiği değişmelere bağlı olarak tüketici harcama eğilimlerini, tüketici tercih ve alışkanlıklarının değişmesi ile ilişkilendirmek mümkündür. Deloitte’nin 2020 yılındaki araştırmasına göre, dünya genelinde pandemi sürecinde restoranda yemek yemeye yönelik harcamalarda azalma (%-1,6) görülürken, evde yemek yapma doğrultusunda yapılan harcamalarda ise ciddi bir artış (%5,2) olmuştur (Deloitte, 2021). Ayrıca, gerek dayanıksız mallara gerekse dayanıklı tüketim mallarının çoğuna yapılan harcamalarda azalma olmuştur. 2020 yılı ikinci çeyreğinde yaşanan tüketici harcamalarındaki bu değişim, dayanıklı tüketim mallarında %2,9’luk, dayanıksız tüketim mallarında %4,2’lik, hizmetlerde ise %13,3’lük bir daralmaya yol açmıştır (Kartal ve Şentürk, 2020: 165). Ayrıca 2020 yılının ikinci çeyreğinde, ulaşım hizmetlerine yapılan harcamalar da pandemiden olumsuz yönde (-%36,7) etkilenmiştir. Tam da bu noktada, pandemiden en çok etkilenen sektörlerin; eğlence, konaklama, perakende ve yeme, içmenin yanı sıra ulaşım hizmetleri olduğunu belirtmek mümkündür. Nitekim savaş dönemlerinde gereksinim duyulan ancak sonrasında hafızalardan kaybolan “stok yapma” anlayışının COVID-19 pandemisi döneminde tekrar değerlenmesiyle, gerek tüketicilerin satın almadaki öncelikleri gerekse satın alma biçimleri değişmeye başlamıştır (Erkan, 2020: 588). Bu dönemde, özellikle raf ömrü uzun ürünlerin ve pandeminin gerektirdiği ihtiyaçlardan olan dezenfektan, eldiven, maske gibi tıbbi ürünlerin talebi artmış olup çok fazla kişi tarafından dokunulmamış olduğu düşüncesinden hareketle söz konusu ürünlerin temininde online sipariş yolu tercih edilmiştir (Yıldız, 2020: 386). Pandemi sürecinde tüketiciler, dışarıda yaptıkları alışverişlerde hijyen açısından banknot ve madeni para yerine kredi kartı ile temassız ödeme yöntemini tercih etmeye başlamıştır. Bu noktada pandemiyle birlikte gelen kısıtlamaların, teknoloji kullanımının önemini arttırdığı anlaşılmaktadır. Akıllı üretim çözümlerini aktif olarak

kullanabilen işletmeler, süreci minimum hasarla atlattırmaktadır. Ayrıca söz konusu süreçte, fiziki pazarlar güç kaybetmekteyken sanal pazarlar güçlenmektedir. Dolayısıyla salgın ile çoğu ülkede gerçekleştirilen karantina (izolasyon) uygulamalarıyla tüketici alışverişleri e-ticaret sektörüne doğru evrilmiştir. Nitekim Dünya Sağlık Örgütü tarafından Mart 2020’de COVID-19’un pandemi olarak ilan edilmesiyle e-ticarette yeni, aktif kullanıcıların sayısında istikrarlı seyreden bir artış gerçekleşmiştir. Bütün bu gelişmelerden de anlaşıldığı üzere dünyada COVID-19 pandemisi, tüketici davranışları ve yaşam tarzlarını değiştirmiş olup dijital dönüşüm sürecini hızlandırmıştır. Euromonitor’un araştırmasında; sesle kontrolü olası teknolojilerin yüzeylere dokunma ihtiyacını olabildiğince azaltmasından ötürü robot, yapay zekâ içerikli ürünlere talebin artmaya başladığının belirtilmesi, dijital dönüşüm kapsamında verilebilecek en önemli örneklerden biridir (BBC, 2020).

Günümüzde döviz kuru, enflasyon, milli gelir, sanayi üretimi gibi pek çok makroekonomik değişkene bağlı olarak tüketiciler, gerek rasyonel beklentilerini gerekse tüketim davranışlarını değiştirmektedir. Bu minvalde hesaplanan tüketici güven endeksleri, tüketicinin davranış değişiklikleri ve eğilimlerine dayanarak gelecekteki tüketim davranışlarının tahmininde belirleyici olmaktadır (Arısoy ve Aytun, 2014: 34-35). Bu endeksin 100’den küçük olması, tüketicilerin gelecekteki ekonomik beklentilerinin olumsuzluğuna, dolayısıyla da tüketim harcamalarını daraltabileceğine ilişkin sinyaller vermektedir. 2008 küresel krizinin de etkisiyle tüketiciler ve reel kesimin ekonomik gelişmeler karşısındaki tepkisini ölçme amacı doğrultusunda güven endekslerinin önemi giderek artmaktadır. Bu noktada şunu belirtmek gerekir ki; politik ve ekonomik kriz veya savaş dönemlerinde olduğu gibi pandemi döneminde de tüketime ilişkin beklentiler ve eğilimlerin değerlendirilmesi elzemdir. Bu önemi, hane halkları yurt içi tüketim harcamalarının, ülke sınırlarındaki gelirin en büyük bileşenlerinden olması da pekiştirmektedir. Dünyada tüketime yönelik beklentiler ve eğilimlerin değerlendirildiği özel bir ekonomik parametre olan Tüketici Güven Endeksi; bir ülkenin ve ilgili ülkede yaşayan bireyler ile firmaların (işletmelerin) ekonomi bağlamında genel durumunun belirlenmesinde kullanılmaktadır (Türkan, 2008: 1). Türkiye’de Tüketici Eğilim Anketi ve Tüketici Güven Endeksi verileri, TÜİK tarafından yayınlanmaktadır. G20 ülkelerinden 18 ülkeye ilişkin 2021 yılı Ocak ayı Tüketici Güven Endeksi değerleri, tablo 3’te değerlendirilmiştir.

	Ocak 2021	Değişim (Ocak 2020’ye göre)
Kanada	46,3	-6
Meksika	38,3	-10,5
Avustralya	52,7	2,2
Japonya	36,9	-3,6
Brezilya	43,4	-6,8
ABD	50,2	-12,3
Çin	74,1	4,5
Güney Kore	37,1	-3
İngiltere	43,8	-6,4
Arjantin	36,2	-4
Türkiye	31,7	-2,3
Rusya	34,9	-3,1
Güney Afrika	33,9	-6,5
İtalya	37	-4,1
Fransa	39,2	-3,7

Hindistan	53,6	-5,9
Suudi Arabistan	62,8	-1,2
Almanya	50,3	-3,3

Tablo 3. G20 Tüketici Güven Endeksi Değeri (2021 yılı Ocak ayı değerleri ve Ocak 2020'ye göre değişim)

Kaynak: Global IPSOS, <https://www.ipsos.com/en-jo/global-consumer-confidence-index-january-2021>

Tablo 3'e göre; tüketici güveninde 100 üzerinden 50'yi aşan G20 ülkeleri arasında 6 ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler sırasıyla: 74,1 ile Çin, 62,8 ile Suudi Arabistan, 53,6 ile Hindistan, 52,7 ile Avustralya, 50,3 ile Almanya ve 50,2 ile ABD'dir. Ayrıca tüketici güveninde 35 puanın altında G20 ülkeleri arasında sadece 3 ülke bulunmaktadır. Tüketici güveni açısından bu ülkeler; 34,9 ile Rusya, 33,9 ile Güney Afrika, 31,7 ile Türkiye olmak üzere sıralanmıştır. 2020 yılı Ocak ayı ile 2021 yılının Ocak ayına ilişkin veriler karşılaştırıldığında; Türkiye'de tüketici güveninin 2,3 puan azaldığı görülmektedir. Ocak 2021 rakamlarına göre Türkiye, tüketici güven endeksi listesinin son sırasında yer almıştır.

1.2. Tüketim Teorileri ve Tüketim Harcamalarını Etkileyen Unsurlar

Doğadaki tüm canlılar gibi insanoğlu da yaşamı süresince tüketmektedir. Ancak, diğer canlıların tüketimi yalnızca fiziki ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik iken, insanlar sosyo-psikolojik ihtiyaçlarına bağlı olarak da tüketim faaliyetlerinde bulunmaktadır (Bakır ve Çelik, 2013: 47). Bu bağlamda tüketime yönelik yapılan çalışmalar, toplumun ve bireylerin mal ve hizmetleri nasıl ve neden tükettiğine, bunun topluma ve insan ilişkilerine nasıl bir etkisi olduğuna odaklanmaktadır (Abdulrahman, 2010: 3). Tüketim davranışlarını açıklamak için geliştirilen çeşitli hipotezler bulunmaktadır ki bunlar “tüketim teorileri” olarak adlandırılmaktadır. Tüketim fonksiyonun belirleyicilerine yönelik ortaya koyulan bu yaklaşımlar; “Zamanlar arası Tüketim Tercih Hipotezi, Mutlak Gelir Hipotezi, Nispi Gelir hipotezi, Yaşam Boyu Gelir Hipotezi, Sürekli Gelir Hipotezi, ve Rassal Yürüyüş Hipotezi” olarak ifade edilmektedir.

Zamanlar arası Tüketim Tercih Hipotezi: Tüketime ilişkin ilk teorik açıklama, Fisher (1930) tarafından yapılmıştır. Fisher (1930)'a göre bireyler zamansal açıdan hayatını, şimdiki zaman ve gelecek zaman olarak ikiye ayırmıştır. Söz konusu yaklaşıma dayandırılan görüş; tüketim maliyeti ve tasarruf kazancına ilişkin zamanlar arası tüketim ve tasarrufu miktarsal olarak değişen bireylerin, bugünkü tüketimi (tasarrufu) gelecekteki tasarrufa (tüketime) tercih edebileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca bu hipotezde, Fisher tarafından likidite kısıtı dikkate alınmamıştır (Pehlivan ve Utkulu, 2007: 41).

Mutlak Gelir Hipotezi: Keynes gelir-tüketim ilişkisini sistematik açıdan incelemiş olup “İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi” (The General Theory of Employment, Interest and Money) eserini 1936 yılında yayınlamıştır. Söz konusu eserde, temel psikolojik yasadan hareket ederek Keynes, Mutlak Gelir Hipotezini (MGH) geliştirmiştir. Bu hipoteze göre (reel) tüketim, cari (reel) gelirin azalan bir fonksiyonudur. Tüketim ile tüketimi etkileyebilecek değişkenler arasındaki ilişki, tüketim fonksiyonu ile ortaya koyulmaktadır. Tüketim fonksiyonu; $C=a+bY_d$ şeklinde formüle edilmiş olup C tüketimi, a sabiti (otonom tüketim) $a>0$, b marjinal tüketim eğilimini $b>0$ ve Y_d harcanabilir geliri temsil etmektedir. Marjinal tüketim eğilimi, ilave bir birim harcanabilir gelirdeki artışın tüketimde ortaya çıkaracağı artışı göstermektedir (Hall vd., 2005: 170). Mutlak Gelir Hipotezinde tüketimi en çok etkileyen faktörün, gelir olduğu vurgulanmaktadır. Ancak İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelirdeki durgunluğa rağmen tüketimin düşmemesi, bu hipotezin eleştirilmesine yol açmıştır. Bu bakımdan Simon Kuznets (1946)'in

araştırmasına göre, uzun dönem kullanılabilir gelir artarken ortalama tüketim eğiliminin sabit kalması (düşmemesi) iktisat terminolojisinde “*tüketim bulmacası*” olarak adlandırılmaktadır. Tüketim Bulmacası, Keynes’in önemli bir bulgusunun geçersizliğini kanıtlamış ve mutlak gelir hipotezini zayıflatmıştır (Kuznets, 1946).

Nispi Gelir Hipotezi: Bu hipotez, 1949 yılında James S. Duesenberry tarafından geliştirilmiş olup öncelikle kişisel tüketim davranışlarının birbiriyle ilişkili olduğunu (birbirinden bağımsız değil), ikinci olarak da tüketim ilişkilerinin tersinmez olduğunu (geri çevrilmezliği) vurgulamaktadır. Duesenberry (1952) nispi (mukayeseli) gelirin yanı sıra sosyo-psikolojik unsurlardan da etkilenen tüketimin, cari gelirin geçmişte elde edilen en yüksek gelire oranını içeren bir fonksiyonu olduğunu öne sürmektedir (Palley, 2010: 42). Duesenberry (1952), bireylerin “*gösterişçi*” bir tüketime yönelmesi ve iletişim kanallarının güçlenmesiyle “*taklitçi*” tüketim düzeyinde artış yaşanacağını öne sürmüştür (Altan ve Göktürk, 2007: 30).

Yaşam Boyu Gelir Hipotezi: Bu hipoteze göre tüketimin bireylerin mevcut gelirlerine değil, yaşam boyu elde edecekleri servetlere bağlı olarak gerçekleşeceği öne sürülmektedir. Dolayısıyla, bireylerin kısa süreli gelir şoklarına karşın tüketim eğilimlerini değiştirmesi gerekmemektedir. Tam da bu noktada anlaşılan şudur ki, yaşam boyu gelir beklentileri ile tüketim harcamaları arasındaki oran sabittir. Bu teoriye, “*Albert Ando, Franco Modigliani, Richard Brumberg*” katkıda bulunmuşlardır. Bireyin yaşamını Modigliani, “*Gençlik-Orta Yaş-İleri Yaş*” olmak üzere üç dönemde incelemiştir (Altunöz, 2014: 3).

Sürekli Gelir Hipotezi (SGH): Bu hipotezi, Milton Friedman açıklamıştır. Friedman (1957) SGH’yi, tüketicinin elindeki kaynaklarla optimizasyonuna ve tüketimini sürekli gelire ya da uzun dönem tüketim fırsatlarına göre ayarlamasına dayandırmıştır. Bir başka deyişle SGH’de tüketim, sürekli gelirin bir fonksiyonudur. SGH’ye göre gelir ve tüketim, sürekli ve geçici olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Deaton ve Laroque, 1992: 76). Nitekim sürekli ve geçici tüketim ile sürekli ve geçici gelire ilişkin denklemler şu şekilde gösterilmektedir: $Y = Y_P + Y_T$ denkleminde “*Y*” t dönemindeki cari geliri, “*Y_P*” sürekli geliri, Y_T ise geçici geliri temsil etmektedir. Ayrıca; $C = C_P + C_T$ denklemindeki *C* cari tüketim, C_P sürekli tüketim ve C_T ise geçici tüketim olarak ele alınmaktadır (Kaya, 2018: 8).

Tüketimin Rassal Yürüyüşü: Robert Hall tarafından öne sürülen bu hipoteze göre, tüketiciler rasyonel beklentilere sahip olup tüketim kararlarında, şu anki ve geçmişteki bütün bilgilerinden yararlanmaktadır. Bir başka deyişle ilgili hipoteze göre bireyler, rasyonel beklentiler varsayımı altında faydalarını maksimize eden tüketim davranışlarına yönelmektedir. Nitekim yalnızca geçmiş dönem verilerini kullanarak şimdiki tüketimin tahmininin olanaksız olduğunu iddia eden model “*Rassal Yürüyüş Modeli*” olarak adlandırılmaktadır. Buna bağlı olarak tüketimin rassal hareket ettiği belirtilmektedir (Hall, 1978: 972-973).

Bahsedilen tüm bu tüketim teorilerinden de anlaşıldığı üzere; iktisadi açıdan gelirin bir fonksiyonu olan tüketim, iktisat dışı faktörler (*N*) ile $C=f(Y,N)$ biçiminde ifade edilmektedir. Dolayısıyla tüketim iktisat biliminden iktisat sosyolojisine doğru kayabilen bir anlam taşımaktadır. Tüketim teorilerinin yanı sıra tüketim harcamalarından bahsetmek, bunlara etki eden faktörlerin incelenmesi açısından önem arz etmektedir. Tüketim harcamalarını etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Örneğin tüketim harcamaları; makroekonomik açıdan ekonomik büyüme (GSYH), enflasyon, faiz oranı, istihdam, işsizlik gibi değişkenlerin yanı sıra bireylerin aile büyüklüğü (hane halkı büyüklüğü), çocuk sayısı, eğitim düzeyleri, meslekleri, yaşları, yaşadığı yer, yaşam biçimi, ülkedeki nüfus artışı hızı ve benzeri demografik özelliklerden de

etkilenmektedir. Ayrıca ülkelerin ticari ve ekonomik politika uygulamaları, para veya vergi politikaları, ülke ekonomik koşulları, siyasi değişimler, risk ve belirsizliğe yol açan durumlar da hane halklarının tüketim kararlarında etkili öğeler arasında yer almaktadır. Tüketim harcamalarında meydana gelen dalgalanmalar; GSYH, istihdam, enflasyona yönelik belirsizliği de artırmaktadır. Tüketicilerin harcamalarına etki eden unsurları genel olarak şu şekilde detaylandırmak mümkündür:

Harcanabilir Gelir: Sürekli gelir hipotezi (Friedman, 1957) baz alındığında tüketim harcamalarına etki eden en önemli unsur harcanabilir gelirdir. Ludvigson (1999) ise tüketim ve gelirdeki büyümeye ilişkin korelasyonu açıklamıştır. Ekonomik kriz dönemlerinde yüksek gelirli ailelerin harcamalarını orta gelirliilere göre daha az kısıtıkları sonucuna varılmıştır (Zurawicki ve Braidot, 2005: 1100-1109). Nitekim gelir, tüketimi etkileyen ekonomik faktörlerin başında yer almaktadır. Dolayısıyla, gelir arttıkça tüketimin de artması aralarındaki pozitif ilişkiyi kanıtlamaktadır. Gelirle birlikte *servet* de tüketimi etkileyen etmenlerdendir. Hane halkının reel servetinde bir artış, her bir harcanabilir gelir düzeyinde tüketim harcamalarını artırmaktadır. *Kişî başı gelir;* bir ülkede yaşayan insanların ortalama refah düzeyi olup tüketimin bir potansiyelidir. Ayrıca hane halkı tüketiminin, ekonomik refah ve kalkınmanın temel belirleyicisi olduğunu söylemek mümkündür. *Gelir eşitsizliği:* Düşük gelirli kesim sahip oldukları her birim paranın belli payını harcamakta iken, yüksek gelirli kişiler harcamak yerine para biriktirmeyi (tasarruf) veya yatırım yapmayı tercih edebilmektedir. Bir ülkede gelir dağılımının yüzdelik dilimleri hakkında bilgi sahibi olunması, ekonomide yer alan karar vericilere tüketim-tasarruf kararlarında değerlendirme yapma olanağı tanımaktadır (Pehlivan, 2006: 89). *Faiz oranları:* Faiz ile tüketim ilişkisinin negatif yönlü olduğu ortak bir görüş olarak bilinmektedir. Nominal ve reel faizdeki artış, maliyeti artırdığından dolayı tüketimde azalmaya yol açmaktadır. Bireyler tüketimlerini kısarak tasarruflarını artırabilmekte ve böylelikle faiz geliri elde edebilmektedir. Bu yöndeki eğilimlerde faiz beklentileri önemli bir rol oynamaktadır. *Enflasyon oranı (fiyatlar genel düzeyi):* Enflasyonda gerçekleşen bir artış, kişilerin tüketim kararlarını erteleyebilirken; beklenen enflasyonda artış, tüketimleri cari döneme çekebilmektedir. *Döviz kuru:* Para birimindeki değer kaybı, reel olarak tüketicilerin gelirini azaltacağından dolayı tüketim harcamalarını da düşürmektedir. Nitekim kur hareketleri gerek cari gerekse gelecek dönem için tüketim harcamalarında etkili olabilmektedir. *İşsizlik:* İşsizliğin artmasıyla tüketimin azalacağı beklenen bir sonuçtur. Tam aksi şekilde, istihdamdaki artış da tüketimi artırmaktadır. *Eğitim:* Eğitim seviyesi yüksekse bireyler geleceğe yönelik kararlarında daha rasyonel olabilmekte bu da bireylerin tüketim kararlarını etkilemektedir. *Davranışsal (psikolojik) unsurlar:* Davranışsal değişkenler, tüketicilerin satın alma kararlarında etkili olan psikolojik faktörleri de kapsamaktadır. Belirsizlik dönemlerinde bireylerin satın alma davranışlarında niteliksel bir kayıp yaşanmakta ve bu da kararsızlığa yol açmaktadır. Tüketici bu durumlarda hayati olmayan bütün ürün ve hizmeti azaltma eğilimindedir. Nitekim tüketim kararlarına etki eden davranışsal unsurlar; tüketici beklentileri, planları, iyimser veya kötümser tutumlarıdır. *Tüketici Beklentileri:* Makroekonomik istikrar ve kişilerin geleceğe yönelik beklentileri de tüketim harcamaları üzerinde en etkili unsurlardan biridir. Kendilerine ve çevrelerine ilişkin güvenleri yüksek bireylerin tüketim harcamaları yüksek olabilmektedir. Nitekim tüketim harcamaları, ekonomik ve sosyo-politik hayata ilişkin bütün beklentilerden etkilenme potansiyeline sahiptir. Savaş çıkma ihtimali, ekonomik ve politik kriz, doğal afet veya salgın gibi birçok durumda hane halkları henüz gerçek bir kıtlık yaşanmadan bile mal istiflemeye yönelmektedir. Ayrıca, tüketicinin gelecekteki geliri ve mal fiyatlarına ilişkin beklentileri tüketimlerini etkilemektedir. Bir resesyon

beklentisiyle tüketici daha az tüketip daha fazla tasarruf etme eğilimine girecektir. İyimsen bir beklenti ise tüketicinin otonom tüketimini artırarak tasarruflarını azaltacaktır. Tüketicilerin geleceğe ilişkin planları da tüketim harcamalarında etkilidir. Örneğin bazı çalışmalarda, hiçbir sosyal güvenlik kurumu kapsamında olmayanların yaşlılık dönemlerini garantiye alma istekleri fark edilmiştir (Pehlivan, 2006: 102). *Tüketici kredileri*: Tüketici kredilerine ilişkin taksit sayısı ve ödeme koşullarında meydana gelen değişimler de tüketim talebini etkileyebilmektedir. Kredi erişilebilirliğindeki kolaylıklara bağlı olarak bireyler elde ettikleri gelirlerden daha fazla tüketebilmektedir. *Vergi değişiklikleri*: Vergiler, harcanabilir gelir ile birlikte ulusal nihai tüketimi de etkileyebilmektedir. Vergi artışları otonom harcamaları düşürürken, azalışları otonom harcamaları artırmaktadır. Vergi indirimlerine yönelik tartışmalar, Ricardo'ya kadar dayanmaktadır. Söz konusu dönemde reddedilen tezler, 1974 yılında R. Barro tarafından tekrar gündeme getirilmiş ve bu durum iktisat terminolojisinde “*Ricardo-Barro Hipotezi*” olarak adlandırılmıştır. Bu hipotez, “*Bugünkü vergi indirimi sayesinde halkın gelirindeki vergi indirimi kadarlık artış ile tasarruf edilecek, gelecekteki yüksek vergi de bununla ödenecektir.*” şeklinde ifade edilebilir (Cinel, 2021: 116).

2. Ulusal ve Uluslararası Literatür

Geçmişten günümüze iktisat literatüründeki akademik tartışmalarda tüketim olgusu, odak noktası olmuştur. GSYH'nin bileşenleri arasında en büyüğü olan tüketim harcamaları, bu açıdan önemli bir makroekonomik göstergedir. Tam bu noktada, tüketim harcamalarına ilişkin analizlerin iktisatçılar, politikacılar, sosyologlar, tüketiciler ve üreticiler gibi toplumun tüm kesimlerinden olan insanları yakından ilgilendirdiği söylenebilmektedir. Çalışmanın literatüre ilişkin bu kısmında, Türkiye’de ve dünyada tüketim harcamaları üzerine yapılmış ampirik çalışmalara Tablo 4’te kronolojik sırayla yer verilmiştir.

Çalışma	Yöntem	Yıl Aralığı	Örneklem Grubu	Sonuç
Konya ve Ohashi, (2007)	En küçük kareler (EKK) yöntemi	1985 ve 1999 yılları	22 OECD ülkesi	Çalışmada yapılan analiz sonuçlarına göre; küreselleşmenin farklı ülkelerde tüketim kalıpları arası farkı azaltarak bu kalıpların birbirine yakınsamasına neden olduğu saptanmıştır.
Abdulrahman (2010)	EKK yöntemi	1970-1994	Sudan	Çalışmada yapılan analiz sonucuna göre; tüketim harcamalarını etkileyen en önemli faktörün milli gelir olduğu tespit edilmiştir.
Büyükakın (2011)	vd. Granger analizi	1998:1-2008:4	Türkiye	Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre; tüketicilerin yaptıkları alışverişin büyüklüğüne bağlı olarak kredi kartı kullanımlarında artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Arısoy ve Aytun (2014)	Toda-Yomamoto testi, Granger nedensellik, Regresyon analizleri	2005:1-2012:8	Türkiye	Çalışmada yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre; tüketim harcamaları ile tüketici güven endeksi ve tüketim kredileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.
Verter ve Osakwe (2014)	Regresyon analizi, Granger nedensellik analizi	1993-2012	Çekya	Çalışmada yapılan regresyon neticesinde; enflasyon oranları, net harcanabilir gelir, sosyal küreselleşme ve tasarruf oranlarının hane halkı tüketim harcamalarını ciddi oranda etkilemiş olduğu tespit edilmiştir.
Varlamova ve Larionova (2015)	Regresyon analizi	1970-2013	11 OECD ülkesi	Çalışmada yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre; tüketim harcamalarına etki eden önemli faktörlerin; enflasyon, faiz oranları, harcanabilir gelir, kamu harcamaları ve nüfusun eğitim düzeyinin olduğu saptanmıştır.

Tablo 4. Tüketim Harcamalarına Etki Eden Unsurlar Üzerine Ampirik Literatür

Çalışma	Yöntem	Yıl Aralığı	Örneklem Grubu	Sonuç
Akıncı ve Tuncer (2016)	Zaman serisi analizi	2006:Q1, 2016-Q2	Türkiye	Çalışmada, kamu harcamalarının özel tüketim harcamalarını dışlama etkisi olduğu saptanmıştır.
Balan (2016)	VAR analizi	1986-2013	Türkiye	Çalışmada, devletin nihai tüketim harcamaları ile politik istikrar arasında nedensellik ilişkisi saptanamamıştır.
Keyifli ve Akdede (2017)	Panel veri yöntemi	1990-2015	81 ülke	Çalışmada, devletin boyutu niteliğinde devletin nihai tüketim harcamaları ile pozitif yönlü ilişki saptanan değişkenler; demokrasi, siyasi ayrışma, dini ayrışma olarak belirtilmiştir.

Erdaş vd. (2017)	Regresyon analizi, ARDL hata düzeltme analizi	1980-2015	Türkiye	Çalışmada ulaşılan bulgulara göre; milli gelirle pozitif ilişkili tüketimin, enflasyon ve tasarruflar ile arasındaki negatif ilişki tespit edilmiştir.
Alp ve Seven (2019)	Gecikmesi dağıtılmış otoregresif model (ARDL), Tam değiştirilmiş EKK (FMOLS)	1998:Q1-2016Q2	Türkiye	Çalışmada yapılan analiz sonuçlarına göre tüketim üzerinde; gelir, krediler ve emlak zenginliğinin pozitif yönlü, faiz oranları ve hisse senedi piyasası toplam varlığının ise negatif yönlü etkisi olduğu saptanmıştır.
Oluç ve Gövdere (2020)	VAR analizi	2018 yılı	Türkiye	Çalışmada kurulan modelde; genel küreselleşme endeksinin hane halkı tüketim harcamalarının %16,75'ini açıklayabileceği anlaşılmıştır.

Tablo 4. Tüketim Harcamalarına Etki Eden Unsurlar Üzerine Ampirik Literatür (Devamı)

Çalışma	Yöntem	Yıl Aralığı	Örneklem Grubu	Sonuç
Songur (2020)	ARDL analizi	2002:1-2019:4	Türkiye	Çalışmada; tüketim harcamaları ile uzun dönemde gelirin pozitif, kısa dönemde faizin negatif, olumlu belirsizlik şokunun negatif ve olumsuz bir belirsizlik şokunun ise pozitif yönlü etkisi olduğu saptanmıştır.
Şahin ve Tahan (2020)	Granger nedensellik testi	1987-2019	Türkiye	Çalışmada, Türkiye'de tüketim ve gelir arasında pozitif, tüketim ile tüketimin ve faizin geçmiş dönemleri arasında ise negatif yönde ilişki olduğu saptanmıştır.

Akın ve Dağlıoğlu (2021)	Enders ve Lee Fourier ADF birim kök sınaması ve Gregory-Hansen yapısal kırılmalı eşbütünleşme analizi	2004:Q1, 2019-Q3	Türkiye	Çalışmada; tüketim harcamalarının, kişi başına düşen gelir ve tüketici endeksi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır.
--------------------------	---	------------------	---------	---

Tablo 4. Tüketim Harcamalarına Etki Eden Unsurlar Üzerine Ampirik Literatür (Devamı)

Kaynak: Literatür taramasına ilişkin tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada, Alp ve Seven (2019) ile Şahin ve Tahan (2020) tarafından yapılan çalışmalarda olduğu gibi tüketim gelir ilişkisi değerlendirilmiştir. Ayrıca bu çalışma, Balan (2016) tarafından yapılan çalışmadaki tüketim ile politik istikrar ilişkisi açısından da benzeşmektedir. Özetlemek gerekirse; bu çalışmanın orjinal yönü, tüketim harcamalarına etki edebilecek değişkenlerin; ekonomik (GSYH), politik (politik istikrar), teknolojik (bireysel internet kullanımı) ve demografik (kentleşme oranı) boyutunda ele alınmasıyla ortaya çıkmaktadır.

3. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, G20 ülkeleri için tüketim harcamalarına etki eden unsurlar panel veri ekonometrik yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın kısıtlarını, 2007-2019 arası dönem oluşturmaktadır. Ekonomik model çerçevesinde seçilmek üzere dünyanın en büyük ekonomileri olan 19 ülke (G20 ülkeleri) tercih edilmiştir. Panel veri analizi kapsamında; sabit etkiler modeli, tesadüfi etkiler modeli, GMM, sistem GMM ve robust (dirençli hata) tahmin edicileri ekonometrik modelleri uygulanmıştır. Modellerin uygulamasında Stata 16 paket programı kullanılmıştır. Çalışmada nihai tüketim harcamaları (bağımlı değişken) ve belirleyicileri olarak (bağımsız değişkenler) gayrisafi yurtiçi hâsıla (GSYH), bireysel internet kullanımı (nüfus%), kentleşme oranı (toplam nüfus%) ve politik istikrar serileri üzerinde inceleme yapılmıştır. Çalışmanın analizinde kullanılan veriler, Dünya Bankası ve Dünya Genelinde Yönetişim Göstergeleri sitelerinden elde edilmiştir. Ayrıca teorik kısımdaki tablo ve grafikler için kullanılan veriler, Global IPSOS ve TÜİK resmi sitelerinden elde edilmiştir. Bu çalışma için etik kurul izin belgesi gerekmemektedir.

3.1. Veri seti ve metodoloji

Panel verinin niteliksel olarak ayırt ediciliği, pür zaman serisi ya da pür kesit analizini içermeksizin yalnız başına daha gerçekçi modellerin analizini sağlamasından kaynaklanmaktadır. Panel veri analizleri çerçevesinde elde edilen fonksiyon, bağımlı değişken için kesit serisi boyutu “N” ve zaman serisi boyutu “T”nin kullanımıyla analiz edilmektedir (Kaya ve Yılmaz, 2006: 69). Panel veri modeli aşağıda formülize edilmiştir:

$$Y_{it} = \beta_{1it} + \beta_{2it}X_{2it} + \beta_{3it}X_{3it} + \varepsilon_{it} \quad i=1, \dots, N \quad t=1, \dots, T \quad (1)$$

Eşitlikte zaman “t”, yatay kesit birimi ise “N” ile temsil edilmiştir. Y değişkeninin aldığı değerler, farklı kesitlere ve ardışık zamana göre değişebildiğinden ötürü i ve t olmak üzere iki alt indisten oluşmaktadır.

Panel regresyonlarında, temelinde rassal etkiler (RE) modeli ve sabit etkiler (FE) modeli olarak iki yaklaşım öne çıkmaktadır. Sabit etkiler (FE) modeli, zamana ilişkin verilerde gözlemlenen değişimi ortaya koyarak analiz kapsamında tartışılan bağımlı ve bağımsız değişkenler arası ilişkiyi araştırmaktadır. Belli niteliklerdeki birimlerin (örneğin; ülke, birey ve/veya şirket) tahmin edilen değişkenleri etkileme veya etkileyememe durumu söz konusudur. Sabit etkiler modelinin genellikle kullanılan formülüne aşağıda yer verilmiştir (Judge, 1985: 519):

$$Y_{it} = \beta_1 + \alpha_i + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_k X_{kit} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Bu denklemde, bağımlı değişkeni Y_i ; ortalama sabit terimi β_1 ; i kesitinin ortalama sabit terim ile farklılığı α_i ; bağımsız değişkenleri X_{it} ve hata terimini ε_{it} temsil etmektedir.

Rassal etkiler modelinde, sabit etkiler modelinden farklı neticeler ortaya koyulabilmektedir. Bu noktada en önemli farklılık, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin birbiriyle ilişkisiz olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağıntı bulunmamasıyla birlikte koşullu varyans sabit, koşullu kovaryanslar ise sıfır olmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2012). Rassal etkiler modelinde, her bir kesit biriminde farklı trend değerler olup, zaman periyodu boyunca bu trend değerleri sabit kalmakta ve bağımlı ile bağımsız değişkenler arasında geçici bir yatay kesit bağımlılığının mevcudiyeti varsayılmaktadır. Esasında rassal etkiler modelinin genellikle kullanılan formülüne aşağıda yer verilmiştir (Wooldridge, 2009: 489):

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{1ij} + \dots + \beta_k X_{kij} + \alpha + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

Analizlerde kullanılan tahmin yöntemi, dayanıklı, dirençli (robust) ve dayanıklı olmayan şeklinde çeşitlenmektedir. Robust (dirençli-dayanıklı) tahmincilerin kullanımındaki amaç, veri kümesinde güvenli gözlemlerin homojen dağılmadığı zaman elde edilen güvenli sonuçlar ile sapan değerlerin etkisini azaltmaktır. Dolayısıyla, bir tahmin edicinin verideki aykırı gözlem(ler)den etkilenmesi o tahmin edicinin dayanıklılığını (robust); etkilenmemesi ise dayanıklı olmayan tahmin edici özelliğini kanıtlamaktadır. Nitekim tahmin edicilerin dayanıklılık özelliği ve bu dayanıklılığın derecesi esasında etki fonksiyonu (influence function), hassasiyet eğrisi (sensivity curve) ve kırılma noktası (breakdown point) olmak üzere birtakım büyüklüklerle değerlendirilmektedir. Tahmin edicinin kırılma noktası 0'dan büyükse ilgili tahmin edicinin dirençli-dayanıklı (robust) özelliği gösterdiğini söylemek doğru olacaktır.

Panel veri analizleri model seçimi aşamasında genellikle Hausman (1978) testi tercih edilmektedir. Hausman (1978) testinin amacı, esasında birim ya da zaman etkileri ile bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonu saptamaktır. Bu testte sıfır hipotezi, birim etkilerinin modelde yer alan diğer bağımsız değişkenler ile arasında ilişki bulunmadığını (etkinin tesadüfi olduğu) göstermektedir. Hausman test istatistiği Ki-kare dağılımını göstermekte olup bu test istatistiğinin matris formülasyonundaki hesaplamaya aşağıda yer verilmiştir;

$$H = (\hat{\beta}_{FE} - \hat{\beta}_{RE})' [Avar(\hat{\beta}_{FE}) - Avar(\hat{\beta}_{RE})]^{-1} (\hat{\beta}_{FE} - \hat{\beta}_{RE}) \quad (4)$$

Bu denklemde; FE sabit etkiler modelinin tahmin edicilerini, RE ise tesadüfi etkiler modelinin tahmin edicilerini; $Avar(\hat{\beta}_{FE})$ ve $Avar(\hat{\beta}_{RE})$ ise tahminlerde ulaşılan asimptotik varyans-kovaryans matrislerini temsil etmektedir. Hesaplanan bu test istatistiğinin sıfıra eşitliği sınanmakta olup testin hipotezleri aşağıda açıklanmıştır:

H_0 = Bağımsız değişkenlerle birim ve zaman etki arasında korelasyon yoktur.

H_a = Bağımsız değişkenlerle birim ve zaman etki arasında korelasyon vardır.

Dolayısıyla sıfır hipotezinin reddedilmesi durumunda sabit etkiler modelinin, bu hipotezin kabulünde ise tesadüfi (rassal) etkiler modelinin tercih edilmesi gerektiğini göstermektedir.

Dinamik panel veri analizlerinde tercihen genellikle, Arellano-Bond (1991)'un önermiş olduğu GMM (Generalized Method of Moments) tekniği kullanılmaktadır. Arellano-Bond (1991), Anderson-Hsiao (1981) tarafından uygulanan yöntemi geliştirmiştir. Bu bakımdan, dinamik panel veri modellerinde tüm geçerli gecikmeli değişkenlerin araç değişken olarak kullanılmasını önererek

GMM tekniğini oluşturmuştur. Hata terimleri otokorelasyonlu olduğu koşullarda kullanılan bu yöntem, sabit ve değişen varyans durumuna uygun bir yöntemdir. GMM tahmincileri temelinde, örneklem ve kitle momentlerinin eşitlenmesi ilkesine bağlı momentler metoduna dayanmaktadır. GMM’de kullanılan temel tahmin edici modeller: “*Araç Değişken (IV-Instumental Variable) Tahmincisi, Arellano-Bond Tahmincisi ve Arellano-Bover Tahmincisi*”dir. Bunun ardından da, Arellano-Bover (1995), Sistem-GMM tahmincisini geliştirmiştir (Akay, 2015: 95).

Çalışmada kullanılan tüketici harcamalarına etki eden faktörlere ilişkin değişkenlerden CONS (nihai tüketim harcamaları) ile GDP (gayri safi yurt içi hasıla) değişkenleri logaritmaları alınarak, IU (bireysel internet kullanımı toplam nüfus yüzdesi), PI (politik istikrar endeksi) ve UR (kentleşme oranı) ise direkt olarak aşağıdaki gibi formülize edilmiştir:

$$\log(CONS)_{it} = \alpha_{0i} + \beta_1 \log(GDP)_{it} + \beta_2 (IU)_{it} + \beta_3 (UR)_{it} + \beta_4 (PS)_{it} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

Bu denklemde; $i=1, \dots, N$ ülkeleri; $t=1, \dots, T$ zaman boyutunu ve ε hata terimini ifade etmektedir.

Tablo 5’te, analizdeki bağımlı ve bağımsız değişkenlere yönelik açıklamalar, değişkenler, veri kaynakları belirtilmektedir. Bu çalışmada, tüketim harcamalarının etkilenebileceği değişkenler; ekonomik (GSYH), politik (politik istikrar), teknolojik (bireysel internet kullanımı) ve demografik (kentleşme oranı) boyutuyla ele alınmıştır.

Yıllık Veriler (2007-2019)	Verilerin Tanımlanması	Veri Kaynakları
CONS	Nihai Tüketim Harcamaları	Dünya Bankası-World Bank (WB)
GDP	GSYH	Dünya Bankası-World Bank (WB)
IU	Bireysel İnternet Kullanımı (Nüfus%)	Dünya Bankası-World Bank (WB)
UR	Kentleşme oranı(toplam nüfus%)	Dünya Bankası-World Bank (WB)
PS	Politik İstikrar ve Şiddetin/Terörizmin Yokluğu	Dünya Genelinde Yönetişim Göstergeleri- Worldwide Governance Indicators (WGI)

Tablo 5. Çalışmada Kullanılan Verilerin Tanımlanması ve Kaynakları

Kaynak: Yazarlar tarafından analizde kullanılan verilerin tanımlanması ve kaynakları açıklanmıştır.

Çalışmada 2000-2019 yıl aralığı baz alınarak Tablo 6’da gösterilen G20 ülkeleri (dünyadaki en büyük ekonomilere sahip 19 ülke) kullanılmıştır. G20 oluşturulduğu tarihten (26 Eylül 1999) itibaren Türkiye’nin de üyesi olduğu, “*yükselen piyasa ekonomileri*” ile gelişmiş ülkelerin toplandıkları bir platformdur.

G20 Ülkeleri (19 ülke)			
Almanya	Endonezya	İtalya	Türkiye
ABD	Fransa	Japonya	
Arjantin	Güney Afrika	Kanada	
Avustralya	Güney Kore	Meksika	
Brezilya	Hindistan	Rusya	
Çin	İngiltere	Suudi Arabistan	

Tablo 6. Panel Veri Analizinde Kullanılan G20 Ülkeleri

Kaynak: Yazarlar tarafından çalışmada kullanılan G-20 Ülkeleri (19 ülke) tabloda gösterilmiştir.

4. Araştırma Bulguları

Bu çalışmada tüketim harcamalarını etki eden unsurların tahmininde sabit etkiler, tesadüfi etkiler, Arellano-Bond (1991) tarafından geliştirilen dinamik GMM, sistem GMM ve robust (direnci hata) tahmin edici modelleri bir arada değerlendirilmiştir. Çalışmada, panel veri analiz yöntemlerine dayalı bu modeller, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlılığını ve yönünü belirlemek için kullanılmıştır.

Sabit etkiler tahmincisi daima sabit (consistent) olması nedeniyle ağırlıklı olarak tesadüfi (rassal) etkiler modeline odaklanılmaktadır. Varsayımın geçersiz olduğu koşulda, rassal etkiler tutarsız (inconsistent) olmaktadır. Dolayısıyla, özellikle rassal etkiler modelinin kullanılabilmesi, Hausman testiyle onay verilmesine bağlı olmaktadır. Tablo 7’de literatür çerçevesinde çoğunlukla model seçimi için kullanılan Hausman test sonuçları açıklanmıştır.

Değişkenler	Katsayı Değerleri	
	Sabit Etkiler Modeli	Rassal Etkiler Modeli
LNGDP	.9053848	.9207557
IU	.0005879	.0013442
UR	.3793274	.1627534
PS	.0253506	.0215676
Ki-Kare:		55.91
Prob Değeri>Ki-Kare:		0.0000
Seçilen Model: Sabit Etkiler Modeli		

Tablo 7. Hausman Test Sonuçları

Kaynak: Yazarlar tarafından Stata 16 programı kullanılarak hesaplanmıştır.

Hausman test sonuçları değerlendirildiğinde olasılık değeri Prob>Ki kare=0,0000 olduğu anlaşılmaktadır. Bu tablo, test istatistiği olasılık değerinin 0,05’in altında olmasına bağlı olarak tesadüfi etkiler tahmincisinin tutarsızlığına ve boş hipotezin reddedildiğine ilişkin bir sonuç vermiştir. Dolayısıyla burada, sabit etkiler modeli tercih edilmelidir (Tablo 7). Tablo 8’de analiz sonucu elde edilen tahminlerle ilgili sonuçlar raporlanmıştır.

Değişkenler	GMM_ROBUST	Sabit	Sabit_ROBUST	Rassal	Rassal_ROBUST	GMM	Sistem GMM
L.LNCONS	0.160*** (0,0555)					0.160*** (2.88)	0.978*** (85.42)
LNGDP	0.816*** (0,0653)	0.905*** (0,0295)	0.905*** (0,0637)	0.921*** (0,0287)	0.921*** (0,056)	0.816*** (12.50)	0.0391* (2.12)
IU	-0,00173 (0,00127)	0,000588 (0,00056)	0,000588 (0,000624)	0,00134*** (0,00049)	0,00134* (0,000694)	0,00173 (-1.36)	0,00139** (-2.97)
UR	0.522* (0,285)	0.379*** (0,133)	0,379 (0,31)	0,163 (0,103)	0,163 (0,185)	0.522 (1.83)	-0.198 (-1.14)
PS	0,0217 (0,0286)	0,0254 (0,0215)	0,0254 (0,0241)	0,0216 (0,0216)	0,0216 (0,0206)	0,0217 (0.76)	-0,00441 (-0.29)
CONSTANT	-8.936* (4,844)	-4.556** (2,109)	-4,556 (4,372)	-1,113 (1,651)	-1,113 (2,631)	-8.936 (-1,84)	-0.157 (-0.06)

Gözlemler	194	232	232	232	232	194	213
R-kare		0,919	0,919				
Ülke Sayısı	19	19	19	19	19	19	19

Parantez içinde olan değerler, Robust standart hataları temsil etmektedir.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tablo 8. Tüketim Harcamalarına Etki Eden Unsurlar: 2007-2019, Tesadüfi Etkiler, Sabit Etkiler ve GMM, Sistem GMM Modellerine Ait Sonuçlar

Not: Bağımlı değişken nihai tüketim harcamaları değişkeninin logaritmasıdır.

Kaynak: Stata 16 paket programı vasıtasıyla yazarlarca hesaplanmıştır.

Tahminde elde edilen bulgulara göre; bağımlı değişken tüketim harcamaları ile bağımsız değişken GSYH arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır (Tablo 8. Sabit etkiler, Rassal etkiler, GMM ve Sistem GMM). Bu tespit, Alp ve Seven (2019) ile Şahin ve Tahan (2020) tarafında yapılan çalışmalarla uyumludur. Tüketim harcamaları ile bireylerin internet kullanımı (toplam nüfus%) arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan pozitif yönlü ve anlamlı olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8. Rassal etkiler ve Sistem GMM). Tüketim harcamaları ile kentleşme oranı (toplam nüfus%) arasındaki ilişkinin de istatistiksel bakımdan pozitif yönde ve anlamlı olduğu bulunmuştur (Tablo 8. Sabit Etkiler). Öte yandan, tüketim harcamaları ile politik istikrar endeksi arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu tespit, Balan (2016) çalışmasıyla benzerlik içermektedir. Çalışmadaki model, beklentilerle uyumlu olup istatistiksel bakımdan anlamlı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Araştırmanın bulguları bakımından; seçilen ülkeler çerçevesinde ele alınan modelde, bağımlı değişken nihai tüketim harcamaları düzeyi, diğer tüm bağımsız değişkenlerce % 91,9 açıklanmaktadır.

Sonuç ve Tartışma

İktisadî mal ve hizmetlere yönelik tüketim, gerek iktisat teorisi ve politikası gerekse iktisat sosyolojisi için oldukça önemli bir konudur. Tüketim analizlerinin yapılışı, 18. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Tüketimin önemi, ilk olarak Keynes tarafından 1936 yılında vurgulanmış ve bu tarihten itibaren tüketim harcamaları kapsamında çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu çalışmada, panel veri analiz yöntemi kullanılarak G20 ülkeleri (19 ülke) bazında tüketim harcamalarını etkileyen etmenler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma, 2007-2019 arası dönem ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın orijinal yönü, farklı kategorilerle tüketim harcamalarını etkileyen unsurların değerlendirilmesidir. Tam bu noktada tüketim harcamalarının düzeyini etkilemesi beklenen değişkenler; ekonomik, politik, teknolojik ve demografik boyutlarıyla ele alınmıştır. Bu bakımdan literatürdeki diğer çalışmaları tamamlayıcı nitelikte olan çalışmanın ileride yapılacak araştırmalara ışık tutabilmesi arzulanmaktadır. Araştırma bulgularına göre; bağımlı değişken olan nihai tüketim harcamaları ile bağımsız değişkenlerden GSYH, bireylerin internet kullanımı (toplam nüfus%) ve kentleşme oranı (toplam nüfus%) arasında istatistiksel açıdan pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu kanıtlanmıştır. GSYH ile tüketim harcamaları arasındaki pozitif ilişki, genel manada literatür ile paralel bir sonuç olmuştur. Ayrıca, bireylerin internet kullanımı ile tüketim harcamalarına ilişkin elde edilen pozitif yönlü ilişkinin tespiti, teknoloji ile tüketim ilişkisini gözler önüne sermiştir. Dolayısıyla, 2019 yılında başlayan ve 2022 yılında da devam eden COVID-19 salgınında da olduğu gibi bireylerin alışverişlerini online olarak yapma çabalarıyla belirsizlik durumuna karşılık tüketim harcamalarını artırdıkları da literatüre uygun bir şekilde kanıtlanmaktadır. Tüketim harcamaları ile demografik değişken olan

kentleşme oranı arasındaki pozitif ilişki de; literatürdeki araştırmalarda olduğu gibi benzer sonuçlar vermiştir. Kent sayısı ile kentlerde yaşamını sürdüren nüfustaki artış olarak ifade edilen kentleşme oranındaki artış, nüfusun bu kesiminin harcamalarında da artışa yol açacaktır. İktisat literatüründe geçen Veblen etkisi, kent nüfusu için oldukça etkili bir görüştür ki kentlerde yaşayan bireyler, ihtiyaçlarının yanı sıra etrafındaki diğer bireylerin tüketim davranışlarının da tesiri altında kalarak tüketimlerini benzer şekilde gerçekleştirmeye yönelebilmektedir. Bu bakımdan kent nüfusundaki bu artış oranına bağlı olarak taklitçi ve gösterişçi tüketimin etkileri sıklıkla hissedilebilmektedir. Bunun yanı sıra, nihai tüketim harcamaları ve bağımsız değişkenlerden biri olan politik istikrar endeksi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki tespit edilememiştir. Sonuç olarak bu çalışma, beklentilerle uyumlu bir şekilde modelin istatistiksel açıdan anlamlılığını ortaya koymuştur.

Araştırma bulgularına ilişkin önerileri şu şekilde ifade etmek mümkündür: Öncelikle iktisat biliminin de vurguladığı kaynakların kıtlığından dolayı bunların nasıl kullanılacağına ilişkin tüketicilerin bilgi sahibi olması önemlidir. Tüketicinin tüketim davranışlarında bilinçli bir hale gelmesi (getirilmesi), tüketicilere verilecek eğitimlerle mümkün olmaktadır. Eğitilmiş bir tüketici, sahip olduğu bütçe ile ülke ekonomisi açısından verdiği kararların sonuçlarını düşünerek hareket edebilmektedir. Bu noktada ilk akla gelen ve Türkiye’de sıklıkla kullanılan “*Ayağımı yorganına göre uzatmak*” atasözüdür ki bunun anlamı, yapılacak olan harcamaların hiçbir zaman geliri aşmaması gerektiğidir. Nitekim tüketiciye verilecek olan eğitim, tüketicinin değer ve kabiliyetlerini geliştirmektedir. Bu durum, tüketicinin yapmış olduğu tüketimden sağladığı faydayı maksimize etmesine ve karar verme yetkinliğinin artmasına, değişen piyasa koşulları ile birlikte ekonomiyi anlamlandırmasına katkı sunmaktadır. Aksi şekilde aşırı ve kontrolsüzce gerçekleşen tüketim, birçok ekonomik soruna, çevre kirliliğine ve sağlık problemlerine de yol açacaktır. Günümüzde doğanın hızlıca tüketimi ile meydana gelen salgın hastalık adeta bu duruma ilişkin sinyaller vermektedir. Çevreye minimum düzeyde kirlilik verilmesi veya hiçbir şekilde kirlilik verilmemesi noktasında yeni teknolojilerin geliştirilmesine odaklanılmalıdır. Ayrıca, teknolojik yenilikler, bir ülke için sürdürülebilir büyüme ve kalkınmada elzem bir role sahiptir. Dolayısıyla, teknolojiye yönelik yapılan harcamalar (yatırımlar), ülkeyi uluslararası piyasada ön plana çıkararak onlara rekabete dayalı bir güç kazandıracaktır. Bir ülkenin uluslararası piyasada rekabete dayalı bir güç oluşturması da ancak ilgili ülkedeki firmaların (şirketlerin), kurulu ekonomik yapıdaki sürdürülebilirliği sağlamasıyla mümkün olmaktadır ki bunun için de belirli temel koşulların oluşturulması gerekmektedir. Bu bakımdan özellikle yeni tüketiciler ile birlikte yeni tüketim alanlarının tanınması ve geliştirilmesiyle firmaların, şirketlerin üretim, satış ve dağıtım tekniklerinin yeni koşullarla uyumlu olarak düzenlenmesi önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Abdulrahman, A. M. B. (2010). Determinants of total consumption expenditure in Sudan: An empirical study. 1970-1994. *Journal of Human Sciences (Ulum Insania)*, 46, 1-22.
- Akay, Ç. E. (2015). *Dinamik Panel Veri Modelleri, Stata ile Panel Veri Modelleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Akın, T. ve Dağlıoğlu, C. (2021). Tüketim, belirsizlik ve borçlanma kısıtı üçlemi: Türkiye örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(61), 414-433. doi: 10.19168/jyasar.737101.

- Akıncı, A. ve Tuncer, G. (2016). Kamu harcamaları ile özel tüketim harcamaları arasındaki ilişki: Türkiye örneği. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 8, 35-55.
- Alp, E. ve Seven, Ü. (2019). The dynamics of household final consumption: The role of wealth channel. *Central Bank Review*, 19(1), 21-32.
- Altan, M. ve Göktürk, İ. E. (2007). Türkiye’de kredi kartlarının toplam özel nihai tüketim harcamalarına etkisi: Bir çoklu regresyon analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Konya, 18, 25-47.
- Altunöz, U. (2014). Tüketim fonksiyonu ve Türkiye için gelir tüketim ilişkisinin ampirik analizi. *International Conference on Euroasin Economies*, Makedonya.
- Aren, S. (1986). *100 Soruda Ekonomi El Kitabı*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Arısoy, İ. ve Aytun, C. (2014). Türkiye’de tüketim harcamaları, krediler ve tüketici güveni arasındaki ilişkilerin analizi. *Business & Economics Research Journal*, 5(2), 33-45.
- Azizoğlu, A. ve Altunışık, R. (2012). Postmodernizm, sembolik tüketim ve marka. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 33-50.
- Bakır, U. ve Çelik, M. (2013). Tüketim toplumuna eleştirel bir yaklaşım: Kültür bozumu ve yıkıcı reklamlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(4), 46-63.
- Balan, F. (2016). Politik istikrar ve devlet harcamaları ilişkisi: 1986-2013 Var analizi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(27), 519-537.
- Barua, A. ve David L. (2020). What’s Weighing On Consumer Spending: Fear Of COVID-19 And Its Economic Impact, *Economics Spotlight*. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/spotlight/economics-insights-analysis-08-2020.html> adresinden 10.06.2021 tarihinden alınmıştır.
- BBC (2020). Koronavirüs Salgını Tüketici Alışkanlıklarını Nasıl Değiştiriyor? <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52448919> adresinden 10.06.2021 tarihinde alınmıştır.
- Büyükakın, F., Cengiz, V. ve Pehlivanoglu, F. (2011). Türkiye’de finansal yenilik-tüketim harcamaları ilişkisi (Ampirik analiz:1998-2008). *Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı*, 10, 207-222.
- Cinel, E. A. (2021). Ricardo-Barro hipotezine karşı arz yanlı ekonomi yaklaşımının Türkiye’de geçerliliği. *Fiscaoeconomia*, 5(1), 113-135.
- Deaton, A. ve Laroque, G. (1992). On the behaviour of commodity prices. *Review of Economic Studies*, 59(1), 1-23.
- Deloitte (2021). Küresel COVID-19 salgınının Türkiye’de farklı kategorilere etkileri. <http://www.deloitte.com> adresinden 10.06.2021 tarihinde alınmıştır.
- Duesenberry, J. S. (1952). *Income, Saving and The Theory of Consumer Behavior*. Harvard: Harvard University Press.

- Erdaş, H., Erdoğan, S. ve Erdoğan, A. (2017). Türkiye’de hanehalkı tüketim harcamalarının belirleyicileri. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 6(1), 309-326.
- Ergenç, Ü. (2011). *Engel eğrileri: Türkiye örneği incelemesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Erkan, İ. (2020). Consumers’ perceptions of unity solidarity and motivation themed advertisements published in the COVID-19 period. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 585-600. doi:10.21547/jss.788085.
- Fisher, I. (1930). *The Theory of Interest*. New York: Macmillan.
- Friedman, M. (1957). *A Theory of the Consumption Function*. Princeton: Princeton University Press.
- Göcen, G. (2013). İbn Haldun’un toplum ve insan yaklaşımının günümüze düşen izdüşümleri: Tüketim toplumu ve narsist insan. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 8, 175-198.
- Hall, R. E. (1978). Stochastic Implications of the life cycle permanent income hypothesis: Theory and evidence. *The Journal of Political Economy*, 86(6), 971-986.
- Hall, R. E., Papell, D. H., Culver, S. E. ve Taylor J. B. (2005). *Macroeconomics: Economic Growth, Fluctuations, and Policy*. New York.
- Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (3), 143-151.
- İslamoğlu, H. ve Altunışık, R. (2013). *Tüketici Davranışları*. (4. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Judge, G.G. (1985). *The Theory and Practice of Econometrics*. (2nd Ed.). Wiley: USA.
- Kartal, C. ve Şentürk, E.E. (2020). COVID-19 Dönemi Tüketici Harcamalarındaki Değişiklikler ve Sanayi Üzerindeki Etkileri. *5th International Scientific Research Congress (IBAD - 2020) Bildiriler September*, İstanbul, Türkiye.
- Kaya, V. ve Yılmaz, Ö. (2006). Bölgesel enflasyon bölgesel büyüme ilişkisi: Türkiye için zaman serisi ve panel veri analizleri. *İktisat İşletme ve Finans*, 21(247), 62-78.
- Kaya, S. (2018). Türkiye’nin tüketim fonksiyonu: Yapısal kırılmalı zaman serisi analizi (1998-2016). *İktisat Politikaları Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-34.
- Keyifli, N. ve Akdede, S. (2017). Devletin hacmini belirleyen faktörler: Ampirik bir analiz. *International Journal of Public Finance*, 2(1), 81-92.
- Keynes, J. M. (1969). *İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi*. (A. Baltacıgil, Çev.). İstanbul: Fakülteler Matbaası, 1969.
- Konya, I. ve Ohashi, H. (2007). International consumption patterns among high-income countries: Evidence from the OECD data. *Review of International Economics*, 15(4), 744-757.
- Kuznets, S. (1946). National Product since 1869. *National Bureau of Economic Research*, New York.

- Ludvigson, S. (1999). Consumption and credit: A Model of time-varying liquidity constraints. *The Review of Economics and Statistics*, 81, 434-447.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü*. (1. Baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- OECD (2016). Household disposable income Germany/Italy. doi:10.1787/dd50eddd-en.
- Oluç, İ. (2020). *Küreselleşmenin Türkiye’de hanehalkı tüketim harcamalarına etkilerinin analizi*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Oluç, İ. ve Gövdere, B. (2020). Türkiye’de hanehalkı tüketim harcamalarının analizi. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(54), 166-176.
- Otnes, C. C. ve Lowery, T.M. (2004). *Contemporary Consumption Rituals: A Research Antology*, LawranceErbram Associates Inc.
- Palley, T. I. (2010). The relative permanent income theory of consumption: A synthetic Keynes-Duesenberry-Friedman model. *Review of Political Economy*, 22(1), 41-56.
- Pehlivan, G. G. (2006). *Türkiye’nin tüketim fonksiyonu: Ekonometrik bir uygulama*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Pehlivan, G. G. ve Utkulu, U. (2007). Türkiye’nin tüketim fonksiyonu: Parçalı hata düzeltme modeli bulguları. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 14, 39-65.
- Ross, J. (1964). *Income Analysis and Policy*. Mc Graw Hill Book Company: New-York, United States of America.
- Somel, C. (2014). *Makro İktisada Giriş*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Songur, M. (2020). Türkiye’de tüketim ile belirsizlik arasındaki asimetric ilişki: Doğrusal olmayan ARDL yaklaşımı. *Maliye Dergisi*, Temmuz-Aralık, 179, 71-84.
- Şahin, S. ve Tantan, H. G. (2020). Türkiye’nin 1987-2019 dönemindeki gelir, enflasyon ve faiz oranlarının tüketim üzerine etkisine yönelik analiz. *İğdır Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (5), 41-58.
- Topaloğlu, O. ve Güngör, T. Ö. (2016). Orta çağdan günümüze tüketim kavramındaki üslup değişimleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(44), 283-287.
- TUİK (2020). Hanehalkı Bütçe Araştırması Tüketim Harcamaları Birleşik Mikro Veri Seti, 2016-2017-2018, [Yayın No: 4571]. <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/hanehalki-butce.pdf> adresinden 10.06.2021 tarihinde alınmıştır.
- Türkan, E. (2008). Özel Tüketim Talebinin İzlenmesinde Kartlı Alışveriş: Yeni Bir Tüketim Endeksi Önerisi. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/ErcanTurkan_ette.pdf adresinden 10.06.2021 tarihinde alınmıştır.
- United Nations Sustainable Development (2021). Agenda 21. United Nations Conference on Environment&Development, <https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedocuments/Agenda21> adresinden 10.06.2021 tarihinde alınmıştır.

- Varlamova, J. ve Larionova, N. (2015). Macroeconomic and demographic determinants of household expenditures in OECD countries. *Procedia Economics and Finance*, 24, 727-733.
- Verter, N. ve Osakwe, C. D. (2014). A time series analysis of macroeconomic determinants of household spending in the era of cross-cultural dynamics: Czech Republic as a case study. *Procedia Economics and Finance*, 12, 733-742.
- Williams, R. (1976). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Ney York: Oxford University Press.
- Wooldridge, J. M. (2009). *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. (4th Edition). Cengage Learning: Boston, USA.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2012). *İleri Panel Veri Analizi Stata Uygulamalı*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2020). COVID-19 ile Değişen Tüketici Davranışları. Aralık 28, 2020 TABIP: <https://covid19.tabipacademy.com/2020/05/18/degisen-tuketici-davranislari/> adresinden 10.06.2021 tarihinde alınmıştır.
- Zurawicki, L. ve Braidot, N. (2005). Consumers during crisis: Responses from the middle class in Argentina. *Journal of Business Research*, 58, 1100-1109.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sunmuşlardır.

Çatışma beyanı

Makalenin yazarları, bu çalışma ile ilgili taraf olabilecek herhangi bir kişi ya da finansal ilişkileri bulunmadığını dolayısıyla herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan ederler.