



### ÖZGÜN ARAŞTIRMA

## Hanehalklarının Harcamalarını Etkileyen Faktörler: Türkiye Üzerine Mikroekonometrik Bir Çalışma

Kübranur ÇEBİ KARAASLAN <sup>1</sup>

### Özet

Kamu politikalarının önemli bir bileşeni olan hanehalkı harcamaları, bireysel ve dolayısıyla toplumsal refahın göstergesidir. Hanehalkı tüketim harcamalarını etkileyen faktörleri bilmek kamu politikaları başta olmak üzere birçok açıdan fayda sağlayacaktır. Bu motivasyon kaynağı ile çalışmanın amacı hanehalklarının tüketim harcamaları belirleyicilerini mikroekonometrik bir bakış açısıyla incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın veri seti Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bütçe Anketi aracılığıyla elde edilmiştir ve veri setinin analizi için bağımlı değişkenin dağılımının birçok noktasında bilgi edinilmesine imkân sunan kantil regresyon kullanılmıştır. Çalışma sonucunda hane sorumlusunun cinsiyetinin, yaşının, medeni durumunun, eğitim durumunun, hanehalkı büyüklüğü, gelir başta olmak üzere ekonomik göstergelerin ve sosyal göstergelerin tüketim harcamaları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarını, araştırmacı ve politika yapımcıların yaşam standartlarını ve refahı iyileştirmeyi amaçlayan faaliyetleri başta olmak üzere gelecekteki politikaların formüle edilmesinde faydalı olması beklenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Hanehalkı harcaması, hanehalkı tüketimi, tüketici davranışı, demografik faktörler, ekonomik faktörler, sosyal ve çevresel faktörler, anket verisi

**Jel Kodu:** D1, D12, C21

### *Factors Affecting Household Expenditures: A Microeconomic Study on Turkey*

### Abstract

Household expenditures, which are an important component of public policies, are an indicator of individual and therefore social welfare. Knowing the factors affecting household consumption expenditures will be beneficial in many ways, especially in public policies. The aim of working with this source of motivation is to examine the determinants of household consumption expenditures from a microeconomic perspective. For this purpose, the data set of the study was obtained through the Household Budget Survey of the Turkish Statistical Institute, and quantile regression was used for the analysis of the data set, which allows obtaining information at many points of the distribution of the dependent variable. As a result of the study, it has been determined that gender, age, marital status, educational status, household size, economic indicators, especially income, and social indicators are effective on consumption expenditures.

**Keywords:** Household expenditure, household consumption, demographic factors, economic factors, social and environmental factors, survey data

**Jel Codes:** D1, D12, C21

**ATIF ÖNERİSİ (APA):** Çebi Karaaslan, K. (2022). Hanehalklarının Harcamalarını Etkileyen Faktörler: Türkiye Üzerine Mikroekonometrik Bir Çalışma. *İzmir İktisat Dergisi*. 37(3). 793-809. Doi: 10.24988/ije.1051133

1 Dr Öğr. Üyesi, Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Yakutiye / Erzurum, Türkiye **EMAIL:** kubranur.cebi@erzurum.edu.tr **ORCID:** 0000-0001-9288-017X

## 1. GİRİŞ

Toplumların en küçük tüketim birimlerini hanehalkları oluşturmaktadır. Hanehalklarının harcamaları ekonomik faktörler açısından ve karar vericiler tarafından uygulanacak politikalar açısından önem arz etmektedir. Hanehalklarının harcamalarının analiz edilmesi, hanelere ait sosyo-demografik özelliklerin incelenmesini gerektirir. Çünkü hanelere ait özellikler birbirinden farklıdır ve farklı özelliklere sahip haneler farklı tüketim davranışı gösterebilir.

Literatürde hanehalkı harcamalarını inceleyen birçok çalışma mevcuttur. Soberon-Ferrer ve Dardis (1991) Amerika Birleşik Devletleri Tüketici Harcama Anketi veri setini kullandıkları çalışmada, tam zamanlı ve yarı zamanlı çalışan kadınların bulunduğu ailelerin dışarıda yemek yeme ve çocuk için yapılan harcamalarında istatistiksel olarak önemli farklılıkların olduğunu tespit etmiştir. Song (2008) tarafından yapılan çalışmada, 1996-1997 yıllarını kapsayan ulusal düzeyde temsili bir hane anketi verisi kullanılmıştır. Veriler, Çin'de kırsalda yaşayan haneleri kapsamaktadır. Çalışma sonucunda; hanehalkı nakit harcamalarının en büyük oranı gıda harcamalarının (%38) oluşturduğu, ardından giyim harcamaları (%13), eğitim harcamaları (%10) ve sigara-alkol harcamalarının (%9) geldiği; kadınların pazarlık yeteneklerinin harcama modellerini değiştirdiğini tespit etmiştir. Çağlayan ve Astar (2012), 2009 yılı Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi veri setini kullanarak hanehalkı tüketim harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. Çalışma sonucunda; kırsal alanda yaşayan haneler için yaş, medeni durum, hanehalkı büyüklüğü, gelir seviyesi faktörlerinin hanehalkı harcamaları üzerinde etkili olduğunu, erkeklerin kadınlara kıyasla tüketim harcamalarının daha az olduğunu, gelir arttıkça tüketim harcamalarının arttığı, kentsel alan yaşayan hanelerin kırsal alanda yaşayanlara kıyasla tüketim harcamalarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Sekhampu ve Niyimbanira (2013) tarafından Güney Afrika'daki hanehalklarının tüketim harcamaları üzerinde etkili olan sosyo-ekonomik belirleyiciler incelenmiştir. Çalışmanın veri seti anket uygulaması aracılığıyla elde edilmiştir ve veri setinin analiz için çoklu regresyon modeli kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; eğitim seviyesi, hanehalkı büyüklüğü, çalışma durumu, hanedeki çalışan kişi sayısı ve gelir seviyesinin hanehalkı harcamaları üzerinde pozitif yönlü etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Mignouna vd. (2015) tarafından Nijerya ve Gana'daki hanehalklarının harcamaları üzerinde etkili olan mikroekonomik faktörler incelenmiştir. Çalışmanın veri seti 2012 yılına ait anket verisine dayanmaktadır. Çalışma sonucunda; yaş, eğitim hanehalkı büyüklüğü faktörlerinin tüketim harcamalarını etkilediği tespit edilmiştir. Erişen ve Yılmaz (2020) tarafından, korona virüs pandemisi dönemindeki harcamaların belirleyicileri incelenmiştir. Çalışmanın veri seti 2020 yılında 484 kişiye anket yapılarak elde edilmiştir. Çalışma sonucunda; harcamaların cinsiyet, yaş, medeni durum faktörlerine göre değiştiğini tespit etmiştir. Gebreselassie ve Ndlovu (2020) tarafından, hanehalklarının tüketim harcamalarının sosyoekonomik belirleyicileri incelenmiştir. Çalışmada 2015/2016 yılları Etiyopya hanehalkı tüketim harcamaları anketi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; eğitim seviyesi, medeni durum, cinsiyet ve gelir faktörlerinin hanehalklarının tüketim harcamaları üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Topal ve Çağlayan Akay (2021), hanehalkı tüketim harcamaları üzerine inceleme yapılmıştır. Çalışmanın veri seti hanehalkı bütçe anketinden elde edilmiştir. Çalışma sonucunda; kullanılan her model için hanehalkı tüketim harcamalarının hanehalkı büyüklüğü, gelir ve tasarruf faktörlerinden etkilendiğini tespit etmiştir.

Hanehalkı harcamaları birçok faktörden etkilenmektedir. Örneğin cinsiyet faktörünün ele alındığı çalışma sonucunda, geleneksel cinsiyet rollerinin hanehalkı harcama kalıpları üzerinde etkili olduğu ve çocuk bakımı için yapılan harcamaların sadece kadınların gelirlerindeki artış ile arttığı tespit edilmiştir (Phipps ve Burton, 1998). Yaş faktörünün ele alındığı bir çalışmada ileri yaşlardaki bireyler için kalite faktörünün satın alma kararlarının en önemli belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir (Ong, 2012). Bir başka çalışmada ise ileri yaştaki bireylerin bütçe tahsislerindeki değişikliklerin en çok gelirdeki azalma ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Denton vd., 2002). Eğitim faktörünün ele alındığı bir çalışmada hane harcamalarının aylık 565,048 IDR'den (Endonezya Rupisi) az olması durumunda,

en düşük eğitim düzeyine sahip hanelerin en yoksul haneler olacağı tespit edilmiştir (Hudoyo vd., 2017). Bir başka çalışma da ise, kırsal alana kıyasla kentsel alandaki hanehalklarının kişi başı harcama değerinin, çocukların ortalama eğitim süresi üzerinde daha fazla etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Puspongoro ve Purwanti, 2018). Gelir farklarının harcama kalıpları üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada, gıda ve ulaşımın tüm gruplarda harcama öncelikleri olduğu tespit edilmiştir (Rashid vd., 2020). Hanehalkı tüketim harcamalarının makroekonomik belirleyicilerinin araştırıldığı çalışmada, kısa dönemde hanehalkı tüketiminin sadece fiyat seviyelerindeki değişikliklerden etkilendiği tespit edilmiştir (Bonsu ve Muzindutsi, 2017). Bir başka çalışmada ise, hanehalkı harcamaları ile makroekonomik göstergeler arasında güçlü istatistiksel ilişki olduğu (kısa vadeli faiz oranları, genel devlet tüketim harcamaları, tüketim fiyatları, ithalat büyüme oranı, hane geliri) tespit edilmiştir (Varlamova ve Larionova, 2015).

Bu çalışmanın amacı hanehalklarının tüketim harcamalarını dağılımın farklı noktalarında etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu amaca ulaşmak için 10., 20., 30., 40., 50., 60., 70., 80. ve 90. kantiller kullanılarak koşullu kantil regresyon yöntemi uygulanmıştır. Kantil regresyon çoklu kantiller için modellenemediğinden, bağımlı değişkenin dağılımının bağımsız değişkenlerden nasıl etkilendiğine dair daha eksiksiz bir anlayış sunar (Hao ve Naiman, 2007: 4). Çalışmada giriş kısmının akabinde ikinci bölümde çalışmanın metodolojisi, üçüncü bölümde çalışma sonucunda elde edilen bulgular ve son olarak değerlendirmeler ve sonuçlar yer almaktadır.

## **2. METODOLOJİ**

### **2.1 Araştırmada Kullanılan Veri Seti**

Çalışmada Hanehalkı Bütçe Anketi kullanılmıştır. Anket verileri Türkiye İstatistik Kurumundan temin edilmiştir. Anketin kapsamı, Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde bulunan hanelerde yaşayan fertlerdir (Türkiye İstatistik Kurumu, [TÜİK], 2021). Çalışmaya 59102 hane sorumlusu dâhil edilmiştir.

### **2.2 Araştırmada Kullanılan Değişkenler**

Çalışmada kullanılan bağımlı değişken hanelerin tüketim harcamasıdır. Tüketim harcaması; anket ayı içinde hanehalklarının yaptığı satın alımları, kendi üretiminden tüketimini, kendi üretiminden stokladığı ürünlerden anket ayındaki tüketimini, çalışan fertlerin işyerinden elde ettikleri mal ve hizmetler (aynı gelirden tüketim) ile hanehalkının hediye/yardım etmek amacıyla satın aldıklarını kapsamaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, [TÜİK], 2021). Bağımsız değişkenler ise; cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, medeni durum, hanehalkı büyüklüğü demografik faktörler çalışma durumu, gelir seviyesi grupları, otomobil sahipliği, ikinci konut sahipliği, tasarruf yapma durumu, aydınlatma harcaması, ısınma ve mutfak harcaması, araç için yakıt harcaması ekonomik faktörler, sigara kullanma alışkanlığı, alkol kullanma alışkanlığı, şans oyunları oynama alışkanlığı, dışarıda yemek yeme alışkanlığı, kredi kartı kullanma alışkanlığı, internetten alışveriş yapma alışkanlığı, pazara gitme alışkanlığı, yıl sosyal ve çevresel faktörlerdir. Çalışmada bağımlı değişkene ve aydınlatma harcaması, ısınma ve mutfak harcaması, araç için yakıt harcaması bağımsız değişkenlerine enflasyon düzenlemesi yapılmıştır.

### **2.3 Araştırmanın Yöntemi**

Anket verilerinin istatistiksel analizlere uygun hale gelmesi için Microsoft Excel programı, istatistiksel analizler için ise Stata 14.1 programı kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler elde edildikten sonra koşullu kantil regresyon ile hanelerin tüketim harcamaları üzerinde etkili olan faktörler belirlenmiştir.

Koenker ve Basset (1978) tarafından ortaya çıkarılan kantil regresyon, en küçük kareler tahmincisinin aşırı değerlere karşı olan duyarlılığına çözüm sağlayan robust tahmin yöntemidir (s.34). Diğer yöntemlere kıyasla aşırı değerlere karşı daha esnek olduğu için uygulama alanı geniştir

ve özellikle aşırı değerlerin olduğu durumlarda kullanışlı bir yöntemdir (Çınar, 2019: 57). Kantil regresyon çoklu kantiller için modellenme yapmaya imkan sunmaktadır. Böylece bağımlı değişkenin dağılımının bağımsız değişkenlerden nasıl etkilendiğine dair daha geniş yelpazede bilgi edinilmesine olanak sağlar (Hao ve Naiman, 2007: 4). Koşullu ve koşulsuz olmak üzere farklı kantil regresyon türleri vardır. İstatistik ve ekonometri literatüründe yaygın olarak koşullu kantil regresyon kullanılmaktadır (bakınız; Abrevaya, 2001; Belaid ve Rault, 2021; Manning, Blumberg ve Moulton, 1995). Koşullu kantil regresyon, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenin dağılımının koşullu kantilleri arasındaki fonksiyonel ilişkiyi tahmin etmeye imkân sunar (Aydemir ve Bayram Arlı: 265; Borah ve Basu, 2013: 1052).

### 3. BULGULAR

#### 3.1 Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışmada kullanılan bağımsız değişkenlere ilişkin özet istatistikler Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Bağımsız Değişkenlere Ait Özet İstatistikler

Değişkenler	Yüzde	Ortalama
Demografik Faktörler		
Cinsiyet		
Male	83,9	
Kadın	16,1	
Yaş		50,79
Eğitim Seviyesi		
Okul Bitirmede-İlkokul	28,3	
Ortaokul	31,7	
Lise	14,3	
Üniversite	25,7	
Medeni Durum		
Bekâr	3,90	
Evli	81,80	
Boşanmış / Eşi Ölmüş	14,30	
Hanehalkı Büyüklüğü		3,47
Ekonomik faktörler		
Çalışma Durumu		
Çalışıyor	65,4	
Çalışmıyor	34,6	
Gelir Seviyesi Grupları		
1. Gelir Seviyesi Grubu	25	
2. Gelir Seviyesi Grubu	25	
3. Gelir Seviyesi Grubu	25	
4. Gelir Seviyesi Grubu	25	
İkinci Ev Sahipliği		
Evet	8,4	
Hayır	91,6	
Otomobil Sahipliği		
Evet	42,61	
Hayır	57,39	
Tasarruf yapma Durumu		
Evet	30,3	
Hayır	69,8	
Aydınlatma Harcaması (TL)		110,11
Isınma ve Mutfak Harcaması (TL)		147,35

Araç için Yakıt Harcaması (TL)		179,12
Sosyal ve Çevresel Faktörler		
Sigara Kullanma Alışkanlığı		
Evet	52,19	
Hayır	47,81	
Alkol Kullanma Alışkanlığı		
Evet	5,75	
Hayır	94,25	
Şans Oyunları Oynama Alışkanlığı		
Evet	4,41	
Hayır	95,59	
Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlığı		
Evet	36,6	
Hayır	63,4	
Kredi Kartı Kullanma Alışkanlığı		
Evet	50,26	
Hayır	49,74	
İnternette Alışveriş Yapma Alışkanlığı		
Evet	9,09	
Hayır	90,91	
Pazara Gitme Alışkanlığı		
Evet	62,8	
Hayır	37,2	
Yıl		
2015	19,4	
2016	20,5	
2017	20,6	
2018	20,0	
2019	19,5	

### 3.2 Model Tahmini

Hanelerin tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin düşük ve yüksek kantillerdeki etkilerini belirlemek için mikroekonometrik analiz yöntemlerinden koşullu kantil regresyon kullanılmıştır. Düşük kantiller tüketim harcaması düşük olan haneleri yüksek kantiller tüketim harcaması yüksek olan haneleri temsil etmektedir. Çalışmada hanehalklarının tüketim harcamaları için kullanılan kantil düzeyleri Q10, Q20, Q30, Q40, Q50, Q60, Q70, Q80 ve Q90 şeklinde temsil edilmiştir. İstatistiksel prosedürler, yapılan tahminlerin güvenilirliği açısından belirli varsayımların sağlanmasını gerektirir. Bu çalışmada varsayım testleri açısından ilk olarak normallik sınaması ve değişen varyans sınaması yapılmıştır. Normallik sınaması için, Jarque-Bera testi yapılmıştır ve test sonucunda hata terimlerinin normal dağılıma sahip olduğunu ifade eden sıfır hipotezi reddedilmiştir ( $P < 0,0001$ ). Değişen varyans sınaması için, Breusch-Pagan / Cook-Weisberg testi yapılmıştır ve test sonucunda hata terimlerinin sabit varyanslı olduğunu ifade eden sıfır hipotezi reddedilmiştir ( $P < 0,0001$ ) (Breusch ve Pagan, 1979). Veri setinin aşırı değerler içerdiği tespit edilmiştir.

Bir başka varsayım çoklu doğrusal bağlantı yani bağımsız değişkenlerin birbiriyle ilişkili olmamasıdır. Çoklu doğrusal bağlantı sınaması için bağımsız değişkenlerin varyans büyütme faktörleri (vif) elde edilmiştir. Bağımsız değişkenlere ait varyans büyütme faktörleri Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2:** Bağımsız Değişkenlere Ait Varyans Büyütme Faktörleri

Değişkenler	Vif	1/Vif
<b>Demografik Faktörler</b>		
<b>Cinsiyet (referans: erkek)</b>		
Kadın	2,11	0,47
<b>Yaş</b>	2,03	0,49
<b>Eğitim Durumu (referans: okul bitirmede-ilkokul)</b>		
Ortaokul	2,08	0,48
Lise	1,67	0,60
Üniversite	2,74	0,37
<b>Medeni Durum (referans: Boşanmış / Eşi Ölmüş)</b>		
Bekar	1,50	0,67
Evli	2,64	0,38
<b>Hanehalkı Büyüklüğü</b>	1,40	0,71
<b>Ekonomik Göstergeler</b>		
<b>Çalışma Durumu (referans: çalışmıyor)</b>		
Çalışıyor	1,61	0,62
<b>Gelir Seviyesi Grupları (referans: 1. gelir seviyesi grubu)</b>		
2. Gelir Seviyesi Grubu	1,68	0,60
3. Gelir Seviyesi Grubu	2,01	0,50
4. Gelir Seviyesi Grubu	2,79	0,36
<b>İkinci Konut Sahipliği (referans: hayır)</b>		
Evet	1,07	0,93
<b>Otomobil Sahipliği (referans: hayır)</b>		
Evet	1,67	0,60
<b>Tasarruf Yapma Durumu (referans: hayır)</b>		
Evet	1,21	0,82
<b>Aydınlatma Harcaması</b>	1,09	0,92
<b>Isınma ve Mutfak Harcaması</b>	1,06	0,94
<b>Araç için Yakıt Harcaması</b>	1,72	0,58
<b>Sosyal ve Çevresel Göstergeler</b>		
<b>Sigara Kullanma Alışkanlığı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,13	0,89
<b>Alkol Kullanma Alışkanlığı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,09	0,92
<b>Şans Oyunları Oynama Alışkanlığı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,05	0,95
<b>Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlığı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,33	0,75
<b>Kredi Kartı Kullanımı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,48	0,67
<b>İnternette Alışveriş Yapma Alışkanlığı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,23	0,81
<b>Pazara Gitme Alışkanlığı (referans: hayır)</b>		
Evet	1,07	0,94
<b>Yıl (referans: 2015)</b>		
2016	1,64	0,61
2017	1,65	0,61
2018	2,02	0,50
2019	2,00	0,50
<b>Ortalama Vif</b>	1,65	

Varyans büyütme faktörünün 5'den büyük olmaması çoklu doğrusallığın olmadığına işaret etmektedir (Çebi Karaaslan, 2022). Çalışmaya dahil edilen bağımsız değişkenler de çoklu doğrusal bağlantı problemi yoktur. Varsayım testleri neticesinde model tahmini yapılmıştır.

Çalışmada hanehalklarının tüketim harcamalarına etki eden faktörlerin koşullu kantil regresyon ile elde edilen tahmin sonuçları Tablo 3'de yer almaktadır. Tahmin edilen model istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur (P<0,000).

**Tablo 3: Kantil Regresyon Sonuçları**

Değişkenler	Q10	Q20	Q30	Q40	Q50	Q60	Q70	Q80	Q90
	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata	$\beta$ Std. Hata
<b>Demografik Göstergeler</b>									
<b>Cinsiyet (referans: erkek)</b>									
Kadın	91,806*	107,661*	134,632*	139,585*	148,227*	144,845*	198,973*	264,687*	318,647*
	18,727	23,921	18,644	23,327	28,022	23,391	25,983	30,618	62,409
Yaş	-19,231*	-24,010*	-29,156*	-28,063*	-26,673*	-27,388*	-27,911*	-21,208**	-21,358
	4,935	4,004	3,998	4,454	4,954	6,657	7,529	8,738	15,664
<b>Eğitim Seviyesi (referans: okul bitirmede-ilkokul)</b>									
Ortaokul	113,421*	107,975*	119,021*	119,688*	126,924*	99,858*	99,637*	83,842*	95,494**
	17,202	13,755	16,622	15,851	17,021	20,195	23,986	30,113	48,510
Lise	187,594*	179,401*	177,086*	190,693*	187,717*	179,726*	166,890*	181,371*	167,438*
	18,962	17,978	16,558	20,114	16,424	20,688	22,640	25,941	46,811
Üniversite	421,864*	435,607*	470,138*	503,118*	548,324*	555,696*	597,171*	650,278*	805,541*
	25,194	23,726	27,765	32,722	26,832	30,761	35,624	46,229	80,511
<b>Medeni Durum (referans: Boşanmış / Eşi Ölmüş)</b>									
Bekâr	-168,289*	-148,425*	-171,796*	-162,061*	-194,617*	-241,296*	-258,685*	-268,896**	-270,280**
	27,862	28,019	32,435	25,511	35,704	34,927	48,665	54,443	108,800
Evli	76,214*	99,674*	100,347*	92,646*	67,872*	39,530**	65,721**	100,952**	110,738**
	18,016	21,270	18,453	19,517	24,654	20,904	26,742	42,449	65,952
Hanehalkı Büyüklüğü	74,628*	79,281*	79,933*	88,035*	95,043*	99,626*	106,279*	111,029*	105,941*
	3,579	4,015	4,780	4,887	4,911	4,456	4,141	6,234	9,903
<b>Ekonomik Göstergeler</b>									
<b>Çalışma Durumu (referans: çalışmıyor)</b>									
Çalışıyor	-55,602*	-64,957*	-56,450*	-56,067*	-52,580*	-43,363*	-42,884**	-28,003	10,839
	13,407	11,860	11,505	14,839	16,087	11,820	20,694	29,780	33,614
<b>Gelir Düzeyi Grupları (referans:1. gelir düzeyi grubu)</b>									
2. Gelir Düzeyi Grubu	448,932*	507,634*	558,707*	601,990*	646,902*	697,506*	749,346*	812,854*	912,098*
	16,848	12,770	14,289	17,155	15,283	19,771	19,157	28,103	44,317
3. Gelir Düzeyi Grubu	814,611*	954,135*	1065,180*	1174,512*	1286,931*	1397,555*	1524,338*	1640,886*	1831,640*
	20,735	16,190	15,035	22,469	22,749	27,011	29,535	28,959	35,573
4. Gelir Düzeyi Grubu	1519,454*	1862,103*	2201,760*	2503,555*	2826,579*	3194,377*	3646,916*	4274,615*	5267,470*
	27,172	23,915	30,804	32,134	35,339	44,849	37,680	64,642	90,747
<b>İkinci Konut Sahipliği (referans: hayır)</b>									
Evlet	91,000*	117,861*	163,649*	167,336*	206,052*	269,363*	337,825*	412,731*	796,142*
	18,047	16,004	19,623	23,468	28,249	32,202	42,817	73,470	171,803
<b>Otomobil Sahipliği (referans: hayır)</b>									
Evlet	-92,154*	-64,914*	-65,601*	-79,433*	-46,638*	-12,542	68,598***	259,722*	499,022
	15,142	14,168	14,300	18,889	21,990	25,788	38,878	68,316	93,643
<b>Tasarruf Yapma Durumu (referans: hayır)</b>									
Evlet	-252,912*	-273,535*	-298,588*	-309,779*	-327,143*	-321,968*	-317,813*	-293,693*	-228,054*

	11,576	13,119	14,505	12,733	14,323	17,094	16,809	20,330	54,894
Aydınlatma Harcaması	200,995*	222,207*	240,706*	263,350*	276,152*	299,867*	327,798*	366,577*	477,521*
	4,237	8,232	8,681	9,259	8,923	10,981	15,810	15,449	21,893
Isınma ve Mutfak Harcaması	154,626*	151,357*	152,272*	147,537*	148,017*	151,204*	161,051*	167,071*	202,829*
	5,099	5,861	6,289	3,814	4,569	4,775	6,967	11,709	16,207
Araç için Yakıt Harcaması	233,593*	258,864*	294,790*	341,000*	389,809*	450,449*	528,518*	647,256*	903,058*
	4,292	4,498	5,056	7,741	7,281	7,853	10,139	23,415	30,657
Sosyal ve Çevresel Göstergeler									
Sigara Kullanma Alışkanlığı (referans: hayır)									
Evet	187,113*	197,533*	201,740*	194,573*	172,732*	172,553*	171,632*	163,544*	133,805*
	11,198	8,754	11,313	13,494	14,371	14,415	16,127	20,885	39,265
Alkol Kullanma Alışkanlığı (referans: hayır)									
Evet	321,889*	373,928*	401,154*	398,847*	407,306*	437,855*	457,303*	581,464*	855,971*
	24,394	27,349	21,547	34,419	39,655	44,202	78,521	98,881	206,760
Şans Oyunları Oynama Alışkanlığı (referans: hayır)									
Evet	184,687*	180,387*	153,208*	132,751*	138,146*	114,385**	109,870**	97,565	13,459*
	30,072	28,654	42,759	50,326	45,487	50,897	57,229	69,611	102,864
Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlığı (referans: hayır)									
Evet	331,084*	341,479*	347,835*	364,212*	372,247*	386,968*	438,632*	472,038*	516,719*
	19,084	18,258	15,672	16,293	16,161	20,547	21,852	24,294	49,896
Kredi Kartı Kullanımı (referans: hayır)									
Evet	236,651*	243,407*	234,575*	246,852*	256,076*	267,943*	273,697*	322,449*	393,796*
	9,572	13,502	11,696	15,107	13,330	14,749	18,539	19,009	37,722
İnternette Alışveriş Yapma Alışkanlığı (referans: hayır)									
Evet	396,902*	497,185*	547,993*	647,034*	718,829*	849,560*	1025,477*	1225,667*	1761,619*
	37,120	36,115	39,248	38,349	35,643	34,698	36,376	78,094	131,029
Pazara Gitme Alışkanlığı (referans: hayır)									
Evet	166,257*	169,395*	177,130*	173,020*	176,158*	175,136*	172,012*	179,064*	136,765*
	7,919	7,944	10,942	13,030	13,334	12,639	17,664	25,106	26,831
Yıl (referans: 2015)									
2016	33,323***	40,655**	66,575*	66,825*	63,498*	86,530*	70,829*	76,610**	133,612**
	17,441	17,349	16,686	16,023	14,415	17,236	21,117	35,616	62,767
2017	-9,562	0,578	8,564	28,965	23,252	38,953***	34,890	63,106	62,688
	18,935	15,500	14,726	17,824	18,579	20,052	30,299	41,709	44,930
2018	-41,195**	-59,750*	-48,068*	-62,491*	-72,122*	-81,022*	-97,656*	-126,889*	-131,056**
	18,252	17,201	17,146	19,934	22,128	17,321	23,932	31,461	62,671
2019	-58,559*	-85,589*	-76,306*	-96,017*	-125,524*	-145,422*	-151,133*	-173,320*	-229,552
	20,620	16,725	17,660	18,801	20,562	22,671	28,300	45,598	81,877*
Sabit	420,772*	607,875*	753,280*	872,466*	1017,291*	1175,439*	1293,834*	1420,245*	1758,327*
	46,049	50,609	44,374	53,029	55,970	60,672	70,860	90,120	138,599
N	59102	59102	59102	59102	59102	59102	59102	59102	59102
Pseudo R <sup>2</sup>	0,3039	0,3126	0,3289	0,3250	0,3323	0,3408	0,3516	0,3663	0,3896

\*, \*\*, \*\*\* sırasıyla 0,01, 0,05 ve 0,10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo 3'de yer alan analiz sonuçlarına göre cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, hanehalkı büyüklüğü, çalışma durumu, gelir düzeyi, ikinci konut sahipliği, otomobil sahipliği, tasarruf yapma durumu, aydınlatma harcaması, ısınma ve mutfak harcaması, araç için yakıt harcaması, sigara kullanma alışkanlığı, alkol kullanma alışkanlığı, şans oyunları oynama alışkanlığı, dışarıda yemek yeme alışkanlığı, kredi kartı kullanma alışkanlığı, internette alışveriş yapma alışkanlığı, pazara gitme alışkanlığı ve yıl değişkenlerinin hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.

Diğer değişkenler sabit olduğunda, hane sorumlusunun yaşında meydana gelen on birimlik artış, 10., 50. ve 80. kantillerde tüketim harcamalarında sırasıyla 19,231, 26,673 ve 21,208 birimlik negatif yönlü etki meydana getirmektedir.



Cinsiyet kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Böylece kadın hane sorumlularının tüketim harcamaları, dağılımın her seviyesinde, erkek hane sorumluların tüketim harcamalarından daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Eğitim seviyesi değişkeni incelendiğinde; ortaokul, lise, üniversite mezunu olan hane sorumluları okul bitirmeyen-ilkokul mezunu olanlarla karşılaştırıldığında tüketim harcamaları üzerinde ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etki gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca bu etki üniversite mezunu hane sorumluları için tüketim harcamalarının üst seviyelerine doğru artmıştır.

Bekâr hane sorumluları boşanmış/eşi ölmüşlere kıyasla daha az tüketim harcaması yaparken, evli hane sorumlularının boşanmış/eşi ölmüşlere kıyasla daha fazla tüketim harcaması yaptığı tespit edilmiştir.

Hanehalkı büyüklüğünde meydana gelen bir birimlik artış, 10., 50. ve 90. kantillerde tüketim harcamalarında sırasıyla 74,628, 95,043 ve 105,941 birimlik pozitif yönlü etki meydana getirmektedir. Bu pozitif yönlü etki 90. kantil hariç tüketim harcamalarının üst düzeylerine doğru artarak devam etmiştir.

Hanenin kullanılabilir gelir seviyesi değişkeni incelendiğinde; 2. gelir seviyesi, 3. gelir seviyesi ve 4. gelir seviyesi (en yüksek seviye) gruplarına dahil olan haneler, en düşük gelir seviyesi grubuna dahil olanlarla karşılaştırıldığında tüketim harcamaları üzerinde ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etki gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca bu etki her gelir seviyesi için tüketim harcamalarının üst seviyelerine doğru artmıştır.

İkinci konut sahipliği kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Katsayı 10. kantilde 91,000 iken 90. kantilde 796,142'ye yükselmiştir.

Otomobil sahipliği kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi düşük kantil düzeylerinde (10., 20., 30., 40., 50.) negatif yönlü iken yüksek kantil düzeylerinde (70., 80.) pozitif yönlüdür.

Tasarruf yapma kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan kantil düzeylerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu negatif yönlü etki medyan kantile kadar artış göstermiş akabinde azalışa geçmiştir.

Aydınlatma harcaması, ısınma ve mutfak harcaması, araç için yakıt harcaması tüketim harcaması üzerinde ele alınan kantil düzeylerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etkileri vardır.

Aydınlatma harcamasındaki yüz birimlik artış 10., 50. ve 90. kantillerde, hanelerin tüketim harcamaları üzerinde sırasıyla 200,995, 276,152 ve 477,521 birimlik pozitif yönlü etki meydana getirmiştir.

Isınma ve mutfak harcamasındaki yüz birimlik artış 10., 50. ve 90. kantillerde, hanelerin tüketim harcamaları üzerinde sırasıyla 154,626, 148,017 ve 202,829 birimlik pozitif yönlü etki meydana getirmiştir.

Araç için yakıt harcamasındaki yüz birimlik artış 10., 50. ve 90. kantillerde, hanelerin tüketim harcamaları üzerinde sırasıyla 233,593, 389,809 ve 903,058 birimlik pozitif yönlü etki meydana getirmiştir. Ayrıca bu etki tüketim harcamalarının tüketim harcamalarının üst seviyelerine doğru artmıştır.

Sigara kullanma alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

Alkol kullanma alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Ayrıca katsayı 90. kantilde katsayı 855,971'e yükselmiştir.

Şans oyunları oynama alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi pozitif yönlüdür. Ancak tüketim harcamalarının yüksek düzeylerinde bu artış azalarak katsayı 90. kantilde katsayı 13,459'a düşmüştür.

Dışarıda yemek yeme alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bununla birlikte tüketim harcamalarının üst düzeylerinde bu fazlalık artarak devam etmiştir. Katsayı 20. kantilde 331,084 iken 90. kantilde 516,719'a yükselmiştir.

Kredi kartı kullanma alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır

İnternette alışveriş yapma alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Ayrıca tüketim harcamalarının üst düzeylerinde bu fazlalık artarak devam etmiştir. Katsayı 20. kantilde 396,902 iken 90. kantilde 1761,619'a yükselmiştir.

Pazara gitme alışkanlığı kukla değişkeninin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ele alınan her kantil düzeyinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Anket yılı değişkeni incelendiğinde 2016 yılı, 2015 yılı ile karşılaştırıldığında tüketim harcamaları üzerinde pozitif yönlü etkiye sahipken, 2017 ve 2018 yılları 2015 yılı ile karşılaştırıldığında tüketim harcamaları üzerinde negatif yönlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

#### **4. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ**

Çalışmada hanelerin tüketim harcamalarına etki eden faktörler kantil regresyon ile tahmin edilmiştir ve böylece tüketim harcamaları dokuz kantil düzeyinde analiz edilmiştir. Düşük kantiller tüketim harcaması düşük olan haneleri, yüksek kantiller ise tüketim harcaması yüksek olan haneleri temsil etmektedir. Analiz sonuçlarına göre cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, hanehalkı büyüklüğü, çalışma durumu, gelir düzeyi, ikinci konut sahipliği, otomobil sahipliği, tasarruf yapma durumu, aydınlatma harcaması, Isınma ve mutfak harcaması, araç için yakıt harcaması, sigara kullanma alışkanlığı, alkol kullanma alışkanlığı, şans oyunları oynama alışkanlığı, dışarıda yemek yeme alışkanlığı, kredi kartı kullanma alışkanlığı, internette alışveriş yapma alışkanlığı, pazara gitme alışkanlığı ve yıl değişkenlerinin hanehalkı tüketim harcamaları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.

Hane sorumlusunun yaşı arttıkça tüketim harcaması azalmıştır. Literatürde benzer sonuç bulan çalışmalar mevcuttur (Gebreselassie ve Ndlovu, 2020; Katsaiti vd., 2017). Orta yaştan sonra emeklilik itibarıyla bireylerin gelirlerinde meydana gelen bir azalış olması neticesinde, azalan gelirden tüketime ayrılan kısımda azalması olasıdır. Ayrıca yaşam evreleri düşünüldüğünde, yıllar geçtikçe aileden ayrılıp kendi hayatlarını kuran çocukların varlığı da hane büyüklüğündeki azalış ile ileri yaşlı hane sorumlularının tüketim harcamalarının azalmasında rol oynayabilir. Ancak literatürde yaşlı hane sorumlularının gençlere kıyasla daha fazla gıda harcaması yaptığını bulan çalışma da mevcuttur (Kostakis, 2014) ve bu sonucu yaşlıların emekli olduğu için evde daha fazla vakit geçirmeleri ile ilişkilendirmiştir.

Kadın hane sorumlularının tüketim harcamaları erkek hane sorumlularına kıyasla daha fazladır ve tüketim harcamalarının üst seviyesinde bu artış yükselerek devam etmiştir. Literatürde erkekler ve kadınların tüketimde farklı tercihlere sahip olduğunu ve kadınların hanehalkı tüketim kalıbını farklılaştırdığını bulan çalışma mevcuttur (Barda ve Sardianou, 2010; Çağlayan ve Astar, 2012;

Kostakis, 2014; Song, 2008). Toplumda var olan genel kaniya paralel olarak, kadınların erkeklerden daha fazla harcama eğiliminde olmasının beklenen bir durum olduğunu söylemek mümkündür.

Hane sorumlularının eğitim düzeyi arttıkça tüketim harcaması artmıştır. Literatürde benzer sonuç bulan çalışmalar mevcuttur (Gebreselassie ve Ndlovu, 2020; Kostakis, 2014; Mignouna vd., 2015; Sekhampu ve Niyimbanira, 2013). En fazla tüketim harcaması yapan grubun üniversite mezunları olduğunu söylemek mümkündür. Bu husus eğitilmiş bireylerin daha fazla gelire sahip olabileceği ile ilişkili olabilir. Bunun yanında, sosyal ve kültürel anlamda daha geniş çevreye sahip olmanın da getireceği ekstra tüketim kalemlerinin varlığı ile de ilişkili olabilir. İlave olarak yüksek eğitim düzeyine sahip olanların gıda harcamasının da daha fazla olması olasıdır. Keza bu savı destekler nitelikte Jae vd. (2000) yüksek eğitilmiş tüketicilerin gıda harcamalarını azaltma olasılıklarının diğerlerine kıyasla daha düşük olduğunu tespit etmiştir.

En az tüketim harcamasını bekâr hane sorumluları yaparken en fazla tüketim harcamasını evlilerin yaptığı tespit edilmiştir. Benzer sonuç bulan çalışmalar mevcuttur (Gebreselassie ve Ndlovu, 2020; Katsaiti vd., 2017). Kostakis (2014) çalışmasında, evliler daha fazla tüketim yaptığı için harcamalarının medeni durumdan pozitif yönlü etkilendiğini ifade etmiştir. Bu durum çok basit bir şekilde hanedeki kişi sayısı ile ilişkilendirilebilir. Bu savı destekler nitelikte hanehalkı büyüklüğündeki artışın da tüketim harcamalarını arttırdığı tespit edilmiştir ve bu sav literatür de karşılık bulmuştur (Davis vd., 1983; Mignouna vd., 2015; Jae vd., 2000; Sekhampu ve Niyimbanira, 2013). Hanedeki birey sayısındaki artış beraberinde tüm harcama kalemlerindeki artışı getirir.

Gelir seviyesindeki artış beklenildiği gibi tüketim harcamalarını arttırmıştır. Literatürde benzer sonuçlar bulan çalışmalar mevcuttur (Barda ve Sardanou, 2010; Çağlayan ve Astar, 2012; Davis vd., 1983; Oyewumi ve Jooste, 2006; Kostakis, 2014; Sekhampu ve Niyimbanira, 2013; Topal ve Çağlayan Akay, 2021). Daha çok gelir daha çok harcamayı getirmektedir ki, sonuçlar tüketim harcamalarının üst seviyesine doğru bu artışın katlanarak devam ettiğini göstermiştir. Gelirle ilgili bir gösterge olarak düşünülen ikinci konut sahipliği de tüketim harcamalarını arttırmıştır. Literatürde benzer sonuç bulan çalışma mevcuttur (Gebreselassie ve Ndlovu, 2020). Ayrıca gelirden birikim için ayrılan kısım olan tasarruf hususu tüketim harcamalarını azaltmıştır. Başka bir ifadeyle hanelerin tüketim harcamalarının azalması tasarruf yapmalarının doğal bir sonucudur. Literatürde tasarrufun gelirdeki artış ile arttığını ve gelirdeki azalma ile azaldığını destekler çalışmalar mevcuttur (Çebi Karaaslan vd., 2022; Horioka ve Terada-Hagiwara, 2012; Hüfner ve Koske, 2010).

Enerji harcamaları olarak değerlendirebileceğimiz aydınlatma harcaması, ısınma ve mutfak harcaması, araç için yakıt harcaması arttıkça tüketim harcaması artmıştır. Tüketim seviyesinin üst düzeylerinde her enerji harcaması için artış devam etmiştir. Bu sonuç literatürle paraleldir. Hanehalkı harcamaları içinde en yüksek harcama kalemlerinden biri enerji harcamalarıdır (Latimaha, 2018; Sekhampu ve Niyimbanira, 2013). Enerji harcamalarındaki artış refah seviyesinin doğrudan bir göstergesidir. Daha fazla enerji harcama kapasitesi olan haneler, refah seviyesi yüksek ve nispeten hane büyüklüğü daha fazla olan ailelerdir. Ayrıca Türkiye'deki vergi politikaları nedeni ile özellikle araç yakıtlarından alınan yüksek vergiler enerji harcamalarının toplam tüketim harcamalarındaki oranını da arttırmaktadır.

Sigara kullanma alışkanlığı, alkol kullanma alışkanlığı, şans oyunları oynama, dışarıda yemek yeme alışkanlığı olan hanelerin olmayanlara kıyasla tüketim harcamalarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörlerin hepsi sosyo-kültürel göstergelerdir. Zorunlu ihtiyaç kalemlerinin ötesinde ekstra harcama kalemleri olarak nitelendirilebilirler ve hanehalkı harcamalarını artıran unsurlardır. Tüketim harcamalarını arttırmaları olasıdır. Keza hanehalkı harcama kalemleri arasında alkol ve sigara harcamalarının önemli yer tuttuğunu tespit eden çalışma mevcuttur (Song, 2008).

Kredi kartı kullanma alışkanlığı ve internetten alışveriş yapma alışkanlığı olan hanelerin olmayanlara kıyasla tüketim harcamalarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durum kredi kartı kullanımının

da, internetten alışveriş yapmanın da tüketicilere nakit taşımama, oturduğu yerden alışveriş yapabilme gibi çeşitli kolaylıklar sunarak harcama eğilimini arttırması ile ilişkili olabilir. Başka açıdan bakıldığında kredi kartı kullanımı da internetten alışveriş yapma eğilimi de gelirle ilişkilidir. Gelirdeki artışın, kredi kartı kullanımı ve internetten alışveriş yapma eğilimi üzerinde pozitif yönlü etkisinin olduğunu bulan çalışmalar mevcuttur (Jung ve Kang, 2021; Khare vd., 2012; Ming-Yen Teoh vd., 2013; Nagra ve Gopal, 2013; Sultan ve Henrichs, 2000). Bunun doğal sonucu olarak da tüketim harcaması artış eğilimi gösterir.

Anket yılı açısından 2015 yılına kıyasla 2016 yılında tüketim harcamaları daha fazla iken 2017 ve 2018 yılında tüketim harcamalarının daha az olduğu tespit edilmiştir. 2017-2018 yıllarında küresel bir kriz ortamı söz konusu idi ve bu krizden doğal bir sonuç olarak Türkiye’de etkilenmiştir. Kriz ortamlarında hanelerin harcama eğilimlerini azaltma yönünde irade göstermeleri iktisadi gerçeklerle örtüşmektedir.

Çalışma sonucunda, genel olarak hanehalklarının özelliklerine göre tüketim harcamalarının seviyeleri incelenmiş olup çalışmanın hanehalkı ekonomisi üzerinde çalışan araştırmacılar ya da toplumun en önemli yapı taşı olan hanehalklarının harcama eğilimleri hakkında bilgi sahibi olmak isteyen karar verici ve politika yapıcılar açısından değerli bilgiler sunulmuştur.

---

### KAYNAKÇA

---

- Abrevaya, J. (2001). The effects of demographics and maternal behavior on the distribution of birth outcomes. *Empirical Economics*, 26(1), 247-257.
- Aydemir, M., ve Bayram Arlı, N. (2020). Öğrencilerin Sosyal Dışlanmışlık Düzeylerinin Kantil Regresyon ile Analizi. *Celal Bayar University Journal of Social Sciences/Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 262-274.
- Barda, C., and Sardianou, E. (2010). Analysing consumers' activism'in response to rising prices. *International Journal of Consumer Studies*, 34(2), 133-139.
- Belaid, F., and Rault, C. (2021). Energy Expenditure in Egypt: Empirical Evidence Based on a Quantile Regression Approach. *Environmental Modeling ve Assessment*, 1-18.
- Borah, B. J., and Basu, A. (2013). Highlighting differences between conditional and unconditional quantile regression approaches through an application to assess medication adherence. *Health economics*, 22(9), 1052-1070.
- Breusch, T. S., and Pagan, A. R. (1979). A simple test for heteroscedasticity and random coefficient variation. *Econometrica: Journal of the econometric society*, 1287-1294.
- Çağlayan, E., and Astar, M. (2012). A microeconomic analysis of household consumption expenditure determinants for both rural and urban areas in Turkey. *American International Journal of Contemporary Research*. 2(2), 27-34.
- Çebi Karaaslan, K. (2022). Determinants of online shopping attitudes of households in Turkey, *Journal of Modelling in Management*, 17 (1), 119-133. <https://doi.org/10.1108/JM2-04-2021-0101>
- Çebi-Karaaslan, K., Oktay, E., & Alkan, Ö. (2022). Determinants of Household Saving Behaviour in Turkey 1. *Sosyoekonomi*, 30(51), 71-90.
- Çınar, U. K. (2019). En Küçük Kareler Regresyonuna Alternatif Bir Yöntem: Kantil Regresyon. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 57-71.
- Davis, C. G., Moussie, M., Dinning, J. S., and Christakis, G. J. (1983). Socioeconomic determinants of food expenditure patterns among racially different low-income households: an empirical analysis. *Western Journal of Agricultural Economics*, 183-196.
- Denton, F. T., Mountain, D. C., and Spencer, B. G. (2002). Age, retirement and expenditure patterns: an econometric study of older Canadian households (No. 82). McMaster University.
- Erişen, M. A., ve Yılmaz, F. Ö. (2020). COVID-19 Pandemisi Döneminde Bireylerin Harcamalarının İncelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(COVID-19 Special Issue), 340-353.
- Gebreselassie, S. M., and Ndlovu, P. (2020). Factors Affecting Consumption Expenditure in Ethiopia: The Case of Amhara National Regional State (ANRS). *International Journal of Engineering and Management Research*, 10(1), 15-20.
- Hao, L., and Naiman, D. Q. (2007). *Quantile regression* (No. 149). Sage.
- Horioka, C. Y., and Terada-Hagiwara, A. (2012). The determinants and long-term projections of saving rates in developing Asia. *Japan and the World Economy*, 24(2), 128-137.
- Hüfner, F., and Koske, I. (2010). Explaining household saving rates in G7 countries: implications for Germany.

- Jae, M. K., Ryu, J. S., and Abdel-Ghany, M. (2000). Family characteristics and convenience food expenditure in urban Korea. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 24(4), 252-256.
- Jung, K., and Kang, M. Y. (2021). Understanding Credit Card Usage Behavior of Elderly Korean Consumers for Sustainable Growth: Implications for Korean Credit Card Companies. *Sustainability*, 13(7), 3817.
- Katsaiti, M. S., Ahmad, K. A. A., Tajuddin, H. M., and Abdulrouf, S. (2017). Determinant of Households Consumption Behavior in UAE: A Comparison of Nationals and Expatriates.
- Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012), Factors affecting credit card use in India, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(2), 236-256. <https://doi.org/10.1108/13555851211218048>
- Koenker, R., and Bassett Jr, G. (1978). Regression quantiles. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 33-50.
- Kostakis, I. (2014). The Determinants Of Households'food Consumption In Greece. *International Journal Of Food And Agricultural Economics (Ijfaec)*, 2(1128-2016-92033), 17-28.
- Latimaha, R. (2018). A descriptive analysis on the basic needs budget by the middle income earners to identify the most expensive city to live: An analysis involving capital cities in Malaysia. *Malaysian Journal of Business and Economics (MJBE)*, 1-1.
- Manning, W. G., Blumberg, L., and Moulton, L. H. (1995). The demand for alcohol: the differential response to price. *Journal of health economics*, 14(2), 123-148.
- Mignouna, D. B., Abdoulaye, T., Alene, A., Manyong, V. M., Dontsop, P. N., Ainembabazi, J. H., and Asiedu, R. (2015). A microeconomic analysis of household consumption Expenditure determinants in Yam-growing Areas of Nigeria and Ghana. *Tropicultura*, 33(3), 226-237.
- Ming-Yen Teoh, W., Chong, S. and Mid Yong, S. (2013), Exploring the factors influencing credit card spending behavior among Malaysians, *International Journal of Bank Marketing*, 31(6), 481-500. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2013-0037>
- Nagra, G., and Gopal, R. (2013). An study of factors affecting on online shopping behavior of consumers. *International journal of scientific and research publications*, 3(6), 292-296.
- Ong, F. S. (2012). Older consumers in Malaysia: spending pattern, leisure activities and consumption preferences. *International Journal of Ageing and Later Life*, 2(1), 85-117.
- Oyewumi, O. A., and Jooste, A. (2006). Measuring the determinants of pork consumption in Bloemfontein, Central South Africa. *Agrekon*, 45(2), 185-197.
- Phipps, S. A., and Burton, P. S. (1998). What's mine is yours? The influence of male and female incomes on patterns of household expenditure. *Economica*, 65(260), 599-613.
- Sekhampu, T. J., and Niyimbanira, F. (2013). Analysis of the factors influencing household expenditure in a South African township. *International Business ve Economics Research Journal (IBER)*, 12(3), 279-284.
- Soberon-Ferrer, H., and Dardis, R. (1991). Determinants of household expenditures for services. *Journal of consumer research*, 17(4), 385-397.
- Song, L. (2008). In search of gender bias in household resource allocation in rural China. Available at SSRN 1136265.
- Sultan, F., and Henrichs, R. B. (2000). Consumer preferences for Internet services over time: initial explorations. *Journal of Consumer Marketing*, 17(5), 386-402.

Topal, K, ve Çağlayan Akay, E. (2021). Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Mikroekonometrik Analizi: LAD-LASSO Yöntemi. Ekoist: Journal of Econometrics and Statistics , (33) , 13-31. DOI: 10.26650/ekoist.2020.33.843564

TÜİK. Hanehalkı Bütçe Araştırması. Alınma tarihi: 10.09.2021  
[https://www.tuik.gov.tr/Kurumsal/Mikro\\_Veri](https://www.tuik.gov.tr/Kurumsal/Mikro_Veri)



© Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

---

## EXTENDED ABSTRACT

---

### *Factors Affecting Household Expenditures: A Microeconometric Study on Turkey*

#### **1. Introduction**

Households are the smallest consumption units of societies. The expenditures of households are important in terms of economic factors and policies to be implemented by decision makers. Analyzing the expenditures of households requires examining the socio-demographic characteristics of the households. Because the characteristics of the households are different from each other and the households with different characteristics may show different consumption behavior.

Household expenditures are affected by many factors. For example, as a result of the study in which the gender factor was discussed, it was determined that traditional gender roles have an effect on household spending patterns and expenditures for childcare increased only with the increase in women's incomes (Phipps & Burton, 1998). In a study dealing with the age factor, it was determined that the quality factor is the most important determinant of purchasing decisions for older individuals (Ong, 2012). In another study, it was determined that the changes in the budget allocations of the elderly individuals were mostly associated with the decrease in income (Denton et al., 2002). In a study dealing with the education factor, it was determined that if the household expenditures are less than 565,048 IDR (Indonesian Rupees) per month, the households with the lowest education level will be the poorest households (Hudoyo et al., 2017). In another study, it was determined that the per capita expenditure value of urban households compared to rural areas has a greater effect on the average education period of children (Puspongoro and Purwanti, 2018). In the study examining the effect of income differences on spending patterns, it was determined that food and transportation were spending priorities in all groups (Rashid et al., 2020). In the study investigating the macroeconomic determinants of household consumption expenditures, it was determined that household consumption was only affected by changes in price levels in the short run (Bonsu and Muzindutsi, 2017). In another study, it was determined that there is a strong statistical relationship between household expenditures and macroeconomic indicators (short-term interest rates, general government consumption expenditures, consumption prices, import growth rate, household income) (Varlamova and Larionova, 2015).

The aim of this study is to determine the factors affecting the consumption expenditures of households at different points of the distribution. To achieve this aim, conditional quantile regression method was applied by using 10th, 20th, 30th, 40th, 50th, 60th, 70th, 80th and 90th quantiles. After the introduction part of the study, the methodology of the study is included in the second part, the findings obtained as a result of the study in the third part, and finally the evaluations and results.

#### **2. Data Set and Method**

The Household Budget Survey was used in the study. Survey data were obtained from the Turkish Statistical Institute. The scope of the survey is individuals living in households within the borders of the Republic of Turkey (Turkish Statistical Institute, [TUIK], 2021). 59102 household heads were included in the study.

The dependent variable used in the study is the consumption expenditure of the households. The independent variables are demographic factors, economic factors, social and environmental factors.

#### **3. Empirical Findings**

According to the results of the study; gender, age, education level, marital status, household size, employment status, income level, second home ownership, automobile ownership, saving status,



lighting expenditure, heating and kitchen expenditure, fuel expenditure for the vehicle, smoking habit, alcohol consumption habit It has been determined that the variables of gambling, playing games of chance, eating out, using a credit card, shopping online, going to the market and year variables have statistically significant effects on household consumption expenditures.

#### **4. Discussion and Conclusion**

As a result of the study, the levels of consumption expenditures were examined according to the characteristics of the households in general, and valuable information was presented for the researchers working on the household economy of the study or the decision makers and policy makers who wanted to have information about the spending trends of the households, which are the most important building blocks of the society.