

Hanehalkı Harcamalarının Gelir Memnuniyeti Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi^a

Semin PAKSOY^{b,c}, Hande ŞAHİN^d

Özet

Hanehalkı tüketim harcamaları, günümüzde bir toplumun veya ülkenin en önemli refah göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle hanehalkı tüketim harcamalarına etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmalar, araştırmacıların ilgisini çeken başlıca konular arasında yer almaktadır. Tüketim talebinin oluşmasını belirleyen en önemli unsurlardan biri de gelirdir. Bu bağlamda hanehalkı gelir memnuniyeti, adaletli gelir dağılımının önemli bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Dolayısı ile yapılan çalışmada, subjektif bir kavram olan hanehalkı gelir memnuniyetini etkileyen hanehalkı harcamaları ve bunların gelir memnuniyeti üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Analizde, klasik regresyon modellerinden daha esnek olduğu kabul edilen kantil regresyon yöntemi kullanılmaktadır. Çalışmanın veri setini, Türkiye İstatistik Kurumu'nun web sitesinde yayınlanan, 2003 - 2019 dönemine ait Hanehalkı Bütçe Anketleri yolu ile elde edilen, gruplandırılmış hanehalkı tüketim harcamaları oluşturmaktadır. Sonuç olarak, tüm değişkenlerin tüm kantillerde benzer ve monoton bir kalıpta hanehalkı gelir memnuniyetine katkı sağlıyor olup sadece eğitim hizmetlerinin hanehalkı gelir memnuniyeti üzerinde hiçbir etkisi bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler

Kantil regresyon
Gelir memnuniyeti
Hanehalkı harcamaları
Etki faktörleri

Makale Hakkında

Geliş Tarihi: 03.06.2022
Yayın Tarihi: 24.06.2023
Doi: 10.18026/cbayarsos.1125688

Determining the Effects of Household Expenditures on Income Satisfaction

Abstract

Household consumption expenditures are accepted as one of the most important welfare indicators of a society or country today. For this reason, determining factors, affecting household consumption expenditures are among the main topics that attract the attention of researchers. One of the most important factors determining the formation of consumption demand is income. In this context, household income satisfaction can be considered an important indicator of fair income distribution. It is therefore aimed to reveal the indicators and their effect of household expenditures on household income satisfaction, which is a subjective concept. The quantile regression method is used in the analysis. The data set consists of grouped household consumption expenditures obtained by the Household Budget Surveys for the period 2003-2019 published by the Turkish Statistical Institute. As a result, all variables, except education services contribute to household income satisfaction in a similar and monotonous pattern in all quantiles.

Keywords

Quantile regression
Income satisfaction
Household expenditures
Impact factors

About Article

Received: 03.06.2022
Published: 24.06.2023
Doi: 10.18026/cbayarsos.1125688

^a Bu çalışmanın ilk hali 15th International Congress of Social Sciences with Current Research – İstanbul Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuştur

^b İletişim Yazarı: spaksoy@cu.edu.tr

^c Doç.Dr. Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID: 0000-0003-1693-0184.

^d Arş.Gör. Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID: 0000-0002-5420-1823.

Giriş

Tüketici, üretici ya da üretim faktörü olarak iktisadi hayatta yer alan bireylerin aldıkları her türlü karar, iktisadi hayatı etkilemektedir. Bireylerin tümü doğal tüketici konumundadır (Çalışkan, 2003). Tüketim harcamaları ise milli gelirin önemli bir unsuru olarak ekonominin büyüme ivmesini yakından ilgilendirmektedir. Öte yandan tüketim harcamalarının hanehalkı bütçesindeki oranı, bir ülkenin veya toplumun önemli bir refah göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Şener, 1998; Çalmaşur ve Kılıç, 2018). Bu nedenle, ekonomi yönetimi yapan kişilerin tüketicilerin davranış ve karar mekanizmalarını bilmeleri gerekmektedir.

Çok eski tarihlerden itibaren farklı tüketim teorilerinin tartışıldığı bilinmekle birlikte, günümüzde gelişmiş bilgisayar ve veri analizi teknikleri yardımıyla hanehalklarının davranışlarına ilişkin verilerin ayrıntılı analizleri yapılabilmektedir (Mankiw, 2010: 496). Teorik literatürde tüketicilerin gelirleri ile tüketim harcamaları arasındaki ilişkileri inceleyen bazı temel hipotezler yer almaktadır (Kargı, 2014). Bunların başında gelen Keynes'in (1936) Mutlak Gelir Hipotezi'ne göre tüketim harcamaları, cari gelirin bir fonksiyonudur ve böylece gelir arttıkça tüketim de artacak, ancak bu artış gelirdeki artıştan daha düşük olacaktır (Sivri ve Eryüzlü, 2010, s. 91). Ancak Duesenberry (1949) tarafından ortaya konulan Nispi Gelir Hipotezi, kısmen gelirden bağımsız olarak, dahil olunan sosyal grup içindeki pozisyonu korumak amacıyla yapılan harcamalara dikkat çekmektedir. Bu durumda, yüksek gelir gruplarında ortalama tüketim eğiliminden farklı olarak düşük gelir gruplarında, ortalama tüketim eğiliminin daha fazla olması beklenmektedir (Kargı, 2014).

Franco Modigliani ve Richard Brumberg tarafından 1954'te geliştirilen Yaşam Boyu Gelir Hipotezine göre, tüketim mevcut gelir düzeyine değil, tüm yaşam boyu kazançlara bağlıdır. Özellikle hızla büyüyen ekonomilerde, yaşam boyu kaynakların *artışı ile* genç bireylerin tüketiminin daha yüksek olması beklenmektedir. Mikro temelli bir analiz olarak kabul edilen bu hipotez, ortalama tüketim eğiliminin uzun dönemde sabit olması durumunu açıklayarak daha önce yapılmış olan tüketim ile ilgili çalışmaların eksikliklerini tamamlamayı amaçlamaktadır (Kesbiç ve Tandoğan, 2016, s. 25). Amerikalı iktisatçı Milton Friedman (1957) tarafından geliştirilen Sürekli Gelir Hipotezi, tüketicilerin ileriye dönük tüketim kararlarını yalnızca mevcut gelirlerine değil, aynı zamanda gelecekte almayı umdukları gelire de dayandığını ileri sürerek, tüketimin insanların beklentilerine bağlı olduğunu vurgulamaktadır (Mankiw, 2010, s. 516 -517). Dolayısı ile gelir, hanehalkı ihtiyaçlarının yanı sıra tüketim beklentilerinin karşılanması bağlamında öznel iyi oluşun ön göstergelerinden biri olarak ifade edilmektedir. Ancak yüksek gelir her zaman iyi oluşu ve memnuniyeti garanti etmemektedir. Yüksek gelir gruplarının yaptığı çok harcama kimi zaman öznel iyi oluş üzerinde olumlu etki bırakırken, kimi zaman da materyalizm ile öznel iyi oluş arasında güçlü ilişki görülmemektedir (Dittmar, Bond, Hurst, & Kasser, 2014). Diğer taraftan, yapılan harcamalar ile öznel iyi olma duygusu, gelir dışında daha pek çok faktörle ilişkilendirilmekte olup araştırmacılar tarafından çalışma konusu olarak daima tercih edilmiştir. Örneğin yapılan harcama alışkanlıkları sürdürüldüğünde, akran harcamaları ile kıyaslama yapıldığında, harcamaların demografik özellikler, din, örf ve adetler gibi konulara uyum sağladığı durumlarda öznel iyi oluşun (Joshanloo, 2018) yani memnuniyetin arttığı görülmüştür.

Tam ters perspektiften bakıldığında ise hanehalkı harcamalarını karşılayacak gelir sahibi olmak da kimi zaman gelir memnuniyetini garanti edememektedir. Zira tüketim beklentileri göreceli olarak değiştiğinden gelirin yetersiz kaldığı duygusu oluşabilmektedir. Dolayısı ile

hanehalkı harcamaları ile gelir memnuniyetinin oluşup oluşmadığı sorusunun cevabına genel olarak bakılması, bu noktada fayda sağlayabilecektir.

Tüketim harcamalarının gelir, gelir grubu, gelir artışı ve artış beklentisi ile ilişkileri araştırmacılar tarafından büyük ölçüde incelenmiş, ama görece olarak son yıllarda geliştirilen ve öznel iyi oluşun bir parçası olan gelir memnuniyeti endeksi ile ilişkisi ya da tüketim harcama kalemlerinin gelir memnuniyeti üzerinde nasıl bir etki oluşturduğuna yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle yapılan bu çalışmada hanehalkı ihtiyaçlarının karşılanması ile gelir memnuniyeti sağlanabilmekte midir sorusunun cevabı araştırılmak istenmiştir. 2003-2019 dönemine ait gruplandırılmış hanehalkı tüketim harcamaları ve gelir memnuniyeti veri seti üzerinde etkisi araştırılarak literatüre katkı sağlamaya çalışılmaktadır.

Literatür

Hanehalkı Tüketim Harcamaları ile İlgili Literatür

Literatürde hanehalkı tüketim harcamaları ile ilgili çalışmalar yeni olmayıp oldukça eski yıllara dayanmaktadır. Ernst Engel (1895), hanehalkı davranış denklemlerini iktisadi açıdan ilk defa analiz ederek gıda harcamaları ve gelir arasındaki ilişkiyi incelemiş ve hanehalkı geliri arttıkça gıdaya yapılan harcama azalırken, lüks mallara yapılan harcamaların ise arttığı sonucuna varmıştır. Engel yasası, gelir – gıda harcamaları arasındaki ilişkiyi daha net ortaya koymaktadır. Engel yasası, gelirinde artış olan tüketicilerin gıdaya ayırdıkları harcama yüzdesi sabit kalmamakla birlikte kişilerin gelir artışı yüzdesinden daha düşük artışa karşılık geldiğini ifade etmektedir. Bu çalışmayla aynı paralelde olan Houthakker (1952)'in çalışması da hanehalkı gelir artışıyla beraber zorunlu malların satın alınmasının azaldığını, lüks mal satın alınmasının ise arttığını belirtmiştir. Diğer bir deyişle, lüks mal esnekliğinin arttığını vurgulamıştır. Bu sebeple, Engel eğrileri farklı gelir düzeylerinde değişiklik gösterebilmektedir.

Tansel (1986), Türkiye’de hanehalkı harcama esneklik tahminlerini ilk yapan kişidir. Bu çalışmasında, 1978- 1979 yıllarına ait TÜİK hanehalkı harcama anketinden yararlanarak gelir ile harcama ilişkisi üzerinde durmuştur. Bu bilgiler ışığında, gıda ve konut gibi harcamalar zorunlu ihtiyaç, lokanta, ulaşım ve kültürel harcamalar ise lüks ihtiyaç grubu olarak ortaya çıkmıştır. Kasnakoğlu (1991) çalışmasında, 1987 yılı Türkiye’nin hanehalkı gelir ve tüketim harcamaları anketinin sonuçlarına dayanarak doğrusal, yarı logaritmik ve çift logaritmik fonksiyonlar yardımıyla harcama kalıplarını incelemiş ve değerlendirmiştir. Sonuç olarak, sigara haricindeki harcama gruplarının gelir esnekliklerinin harcama esnekliklerinden daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Miles (1997) çalışmasında, Birleşik Krallık’ın mikro verilerini kullanarak, gelir düzeyindeki belirsizliklerin tüketim harcamaları üzerinde olumsuz, hane büyüklüğünün ise olumlu etkisi olduğu sonucuna varmıştır.

Tarı ve Pehlivanoglu (2007) çalışmalarında, yapılan anket sonucu elde edilen yatay kesit verileriyle Engel Kanunu’nun geçerliliğini test etmeyi amaçlamışlardır. Bu nedenle Kocaeli ili seçilmiş ve burada yaşayan farklı gelire sahip olan tüketicilerin gelirleri ile farklı hizmet gruplarına yaptıkları harcamalar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmacılar, Kocaeli için zorunlu ya da lüks kabul edilebilecek hizmet gruplarını ve her bir harcama grubunu temsil eden fonksiyonel formu belirlemek için dokuz farklı fonksiyon kullanmıştır. Ulaşılan

sonuçlara göre, tüketici gelirlerine göre alt, orta ve üst gelir grubu ortaya çıkmış ve bu grupların tüketim harcamaları üzerinde durulmuştur.

Vural, Koç ve Vural (2010) çalışmasında Türkiye'ye ait 1998:2-2010:1 dönemine ait çeyrek dönemlik özel nihai tüketim harcamaları ile belirsizlik (GSYH büyümesinin varyansı) değişkenleri arasındaki ilişkiyi eş bütünleşme, Granger nedensellik testi ve etki tepki analizi ile incelenmiştir. Sonuç olarak, belirsizlik ve tüketim harcamaları arasında uzun dönemli bir nedensellik ilişkisi olduğunu saptamışlardır.

Tapsin ve Hepsag (2014), 2000-2012 yılları arasında EA-18(Euro bölgesi) ülkelerindeki hane halkı tüketim harcamalarını makro düzeyde araştırmıştır. Panel veri analizlerinin sonuçlarına göre, hanehalkı tüketim harcamalarının GSYİH ile güçlü ve pozitif bir şekilde bağlantılı olduğu görülmüştür.

Selim ve Kaya (2019) çalışmalarında, 2003-2014 yılları arasında çeşitli mal gruplarına yönelik hanehalkı harcama esnekliklerinin değişmelerini ve 2009 ekonomik krizinin esnekliklere nasıl etki ettiğini Engel eğrileri esneklik tahminleri yardımıyla yoksul, orta gelirli ve zengin gelir grupları için incelenmiştir. Sonuç olarak 2003'ten 2014'e doğru gıda ve konut gibi zorunlu malların harcama esnekliklerinde azalma, lüks malların harcama esnekliklerinin ise artma söz konusu olduğu gözlenmiştir.

Atgür (2020), 2006-2019 yılları arasında Türkiye'de kamu harcaması davranışları ile hanehalkı tüketim harcaması davranışları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada, üçer aylık veriler kullanılmış olup öncelikle, yapısal kırılmasız ve yapısal kırılmalı birim kök test yöntemleri kullanılarak değişkenlere ait serilerin birim kök testleri yapılmıştır. Ardından, Johansen eşbütünleşme testi ve sonrasında hata düzeltme modeline dayalı Granger nedensellik test yöntemi uygulanmıştır; Türkiye'de 2006-2019 dönemi için kamu harcaması davranışlarının hanehalkı tüketim harcaması davranışları üzerinde hem kısa hem uzun dönemde etkili olduğu sonucunu ortaya koymuştur.

İpek ve Sekmen (2017) çalışmasında, Türkiye'de hanehalklarının tüketim davranışlarını etkileyen sosyoekonomik faktörlerin etkisi, TÜİK 2014 yılı hanehalkı bütçe anketi mikro veri seti kullanılarak eş zamanlı kantil regresyon modeli uygulanarak tahmin edilmiştir. Sonuç olarak hanehalkı tüketimi üzerindeki en önemli sosyoekonomik değişkenler; gelir, araba sahipliği, eğitim ve hane büyüklüğü olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada yöntem olarak kantil regresyon analizi kullanılacaktır. O nedenle hanehalkı tüketimi ile ilgili detay bilgi elde etmek amacıyla kantil regresyon analizi kullanılan çalışmalara ayrı bir alt başlıkta yer verilmektedir.

Kantil Regresyon Analizi ile İlgili Literatür

Nguyen, Albrecht, Vroman ve Westbrook (2007) çalışmalarında, Vietnam'da kentsel ve kırsal hanelerin tüketim davranışlarındaki farklılıklarını 1993 ve 1998 yılları için kantil regresyon ayrıştırma tekniğini kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada refah, kişi başına düşen hanehalkı reel değeri ile temsil edilmektedir. Araştırmada, ortalama eğitim düzeyinin tüm kantiller için tüketimi artırıcı etkiye sahip olduğu, etnik kimliğin ise hanehalkının tüketim üzerinde çok küçük bir etkisi olduğunu savunmuştur.

Bagarani, Forleo ve Zampino (2009), 2000 ve 2006 tüketim harcamaları anketi verileriyle İtalyan hanelerinin gıda tüketim harcamalarının farklı demografik özelliklerden nasıl etkilendiğini araştırmışlardır. Araştırmacılar gelir, yaş, hane halkı büyüklüğü ve eğitim gibi sosyoekonomik farklılıkların, gıda tüketimi üzerindeki etkisini kantil regresyon modeli kullanılarak tahmin etmişlerdir. Araştırmanın en önemli sonucu, yaşlı ve düşük eğitimli hane reislerinin daha yüksek gıda harcaması yapmasıdır.

Çağlayan ve Astar (2012), 2009 yılında Türkiye için hanehalkı bütçe anketlerinden yola çıkarak yaptıkları çalışmada, Türkiye hanehalkı tüketim harcamalarını kantil regresyon yöntemiyle kentsel ve kırsal alanlar için ayrı ayrı hesaplamışlardır. Çalışmalarında tüketim harcamalarının belirleyicilerini saptamak için yarı logaritmik bir model kullanmışlar ve modele harcanabilir gelirin nominal büyüklüğü olarak hane gelirini dahil etmişlerdir. Sonuç olarak, kentsel tahminlerde yaşın tüketim harcamalarını artırdığını, kırsal tahminlerde ise tüketim harcamalarını azalttığını göstermektedir. Ayrıca hem kır hem kent için kadınların tüketim harcamalarının erkeklerden fazla olduğu kanısına ulaşılmıştır.

Mignouna, Abdoulaye, Alena, Manyong, Dontsop, Ainembabazi ve Asiedu (2015) çalışmalarında, Gana ve Nijerya'nın yem yetiştirme bölgelerindeki hane halkı tüketim harcamalarının belirleyicileri üzerinde sıradan en küçük kareler ve kantil regresyon yöntemi kullanarak eğitim, yaş, hane büyüklüğü, çiftlik büyüklüğü ve asıl meslek gibi faktörlerin tüketim harcamalarının önemli belirleyicileri olduğunu ortaya koydu.

Zin ve Nabilah (2015) 1999, 2005 ve 2010 yılları için Malezyalı hanelerin tüketim davranışlarının belirleyicilerini sıradan en küçük kareler ve kantil regresyon yöntemi kullanarak yaş, cinsiyet, etnik köken, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışma durumu ve hane büyüklüğü gibi sosyoekonomik değişkenler üzerinden açıklamaya çalışmıştır. Kentsel kesimde tüketim harcamalarında eğitim düzeyinin pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, kırsal kesimde ise tüketim harcamalarını belirleyen en önemli değişkenlerin hane halkı büyüklüğü ve aile reislerinin çalışma durumu olduğunu bulmuşlardır.

Agyire-Tettey vd. (2017) çalışmalarında, Gana'daki hanelerin 1998/99 ve 2012/13 dönemleri için tüketim davranışlarını koşulsuz nicel regresyon yöntemini kullanarak analiz etmişlerdir. Farklı kantillerdeki tüketim davranışlarının istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara neden olduğu, hane reisinin kadın olduğu hanelerde, tüketim harcamalarının hane reisinin erkek olduğu hanelere göre daha yüksek olduğu ve hanehalkı tüketiminin hane reisinin eğitim düzeyine bağlı olarak tüm kantillerde monoton olarak arttığı sonucuna varmıştır.

Materyal ve Metod

Materyal

Araştırmanın amacı, 2003-2019 yılları arasında hanehalkı harcamalarının gelir memnuniyeti üzerindeki etkilerini kantil regresyon yöntemi ile belirlemeye çalışmaktır. Çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) her yıl düzenli olarak uyguladığı, hanehalkı bütçe anketi ile elde edilen hanehalkı harcama grupları verileri ve gelir memnuniyeti anketi kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen verilerin analizleri için Stata 15.1 paket programı kullanılmıştır. Bahsi geçen hanehalkı tüketim harcamaları, 12 ana harcama grubu başlığı altında sınıflandırılmaktadır. Bu gruplar; alkollü içecekler-sigara ve tütün mamulleri, giyim ve ayakkabı, konut-su-elektrik-gaz

ve diğer yakıtlar, mobilya- ev aletleri ve ev bakım hizmetleri, sağlık, ulaştırma, haberleşme, kültür ve eğlence, eğitim, lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetler olup, Tablo 1’de gösterilmektedir.

2003- 2019 yılları arasında Türkiye'deki hanehalkı tüketim gruplarının, toplam tüketim harcamaları içindeki payları Tablo 1’de incelendiğinde, konut-kira harcamalarının 2003 yılında en büyük paya (%28,3) sahip olduğu; eğitim harcamalarının ise en düşük paya (%2) sahip olduğu görülmektedir. 2019 yılında en büyük harcama payı konut ve kira harcamaları (24,1) ve en düşük pay ise sağlık harcamaları ise (%2,2) oluşturmaktadır. Her iki yılda da en yüksek pay konut ve kira oluşturmaktadır. Fakat 2019 yılında bu oranın azaldığı gözlenmektedir. 2003 ve 2019 yılları karşılaştırıldığında; alkollü içecek-sigara tütün, mobilya ev aletleri, ulaşım, eğlence kültür, eğitim, lokanta oteller ve çeşitli mal ve hizmetler için yapılan harcamalarda artış gözlenirken, sağlık değişkeninin oranında bir değişim olmadığı ama diğer harcama türlerinde azalma olduğu görülmektedir. Özellikle konut-kira kalemindeki düşüş ve ulaştırma harcamasında artış miktarları dikkat çekicidir.

Kantil Regresyon

Regresyon analizi istatistik biliminin en önemli konularından biridir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyerek bu ilişkiyi matematiksel bir model ile ortaya koyan bir analizdir. Regresyon analizinin bazı varsayımları bulunmaktadır. Parametrik regresyon modelleri normal dağılım varsayımını gerektirmektedir (Kurtoğlu ve Arslan, 2011).

Tablo 1. Harcama Türlerine Göre Hanehalkı Tüketim Harcamasının Dağılımı (%)

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	2003	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gıda ve alkolsüz içecekler	27,5	24,9	21,9	20,7	19,6	19,9	19,7	20,2	19,5	19,7	20,3	20,8
Alkollü içecekler-sigara-tütün	4,1	4,1	4,5	4,1	4,2	4,2	4,2	4,2	4,4	4,5	4,0	4,3
Giyim-ayakkabı	6,2	6,2	5,1	5,2	5,4	5,3	5,1	5,2	5,2	5,0	4,8	5
Konut-kira	28,3	25,9	27,1	25,8	25,8	25,0	24,8	26,0	25,2	24,7	23,7	24,1
Mobilya ve ev aletleri	5,7	6,8	6,3	6,4	6,7	6,6	6,8	6,1	6,3	6,3	6,5	6,4
Sağlık	2,2	2,2	2,1	1,9	1,8	2,1	2,1	2,0	2,0	2,2	2,2	2,2
Ulaştırma	9,8	12,6	15,1	17,2	17,2	17,4	17,8	17,0	18,1	18,7	18,3	16,5
Haberleşme	4,3	4,3	4,1	4,0	3,9	4,0	3,7	3,6	3,7	3,4	3,8	3,6
Eğlence ve kültür	2,2	2,5	2,8	2,7	3,2	3,1	3,0	2,9	2,8	2,7	2,9	3,1
Eğitim hizmetleri	2,0	1,9	2,0	2,0	2,3	2,4	2,4	2,2	2,3	2,3	2,3	2,5
Lokanta ve oteller	4,1	4,4	5,4	5,7	5,8	5,9	6,0	6,4	6,4	6,2	6,5	6,5
Çeşitli mal ve hizmetler	3,5	4,1	3,7	4,3	4,2	4,3	4,3	4,3	4,2	4,4	4,9	5,1

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bütçe Anketleri

Özellikle hataların normal dağılım göstermediği ve aykırı değerler bulundurduğu durumlarda en küçük kareler (EKK) tahmin edicileri etkinlik özelliklerini kaybetmektedir. Böylece çıkan sonuçlar gerçeği yansıtmazlar. Bu durumlarda alternatif regresyon tekniklerine yönelmek en doğrusu olacaktır. Bu alternatif regresyon tekniklerinden birisi de kantil regresyondur (Altın ve Gündoğan, 2017). Kantil regresyon, kantillere bağlı regresyon

katsayılarının belirlenmesini sağlayan bir yöntemdir. Klasik regresyon analizinde olduğu gibi varsayımlara dayanmaz ve hata terimlerinin değişkenliğine izin verir. Ayrıca kantil regresyon da aşırı değerlerin varlığı durumlarında da sonuçlar etkinliğini kaybetmez (Çamurlu ve Erilli, 2019). Kantil regresyon analizi, verilerin aşırı değerlerinden etkilenmeyen ve parametrik analiz varsayımlarını sağlamayı gerektirmeyen bir yöntemdir.

Regresyon analizi, bir bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için kullanışlı, iyi bilinen bir istatistiksel yöntemdir. Bu, regresyon varsayımları karşılandığında iyi çalışır, ancak koşullar standart dışı olduğunda işe yaramaz. Bu varsayımlardan ikisi normallik varsayımı ve varyansların homojenliği varsayımdır. Bu iki önemli varsayım, bazı yaygın sosyal bilim verileri tarafından karşılanamayabilir. Örneğin, (koşullu) gelir dağılımları nadiren normaldir ve CEO'ların yıllık ücretlerinin dağılımı, değişen varyansın bir göstergesi olarak firma büyüklüğü ile artma eğilimindedir. Bazı durumlarda bu varsayımlar sağlanamayabilir, bu tür varsayımları esnettiği için kantil regresyonun yardımcı olabileceği yer burasıdır. Ek olarak, kantil regresyon, araştırmacıya, bağımlı değişkenin dağılımının (merkezi ve merkezi olmayan) konumu, ölçeği ve şekli üzerindeki bağımsız değişkenlerin etkisine dair klasik regresyon yoluyla elde edilemeyen bir görüş sunar (Hao ve Naiman, 2007).

Kantil regresyon modelleri, rasgele değişken Y 'nin koşullu kantilinin, X regresörlerinde doğrusal olduğunu varsayar (Çağlayan ve Astar, 2012).

$$Y_i = X_i\beta_\theta + \varepsilon_{\theta i} \quad \text{with} \quad \text{Quant}_\theta(Y_i|X_i) = X_i\beta_\theta \quad (1)$$

Denklem 1 de; X_i , bağımsız değişkenlerin vektörü ve β_θ parametrelerin vektörüdür. $\text{Quant}_\theta(Y|X)$, X verilen Y 'nin θ koşullu niceliğidir. Kantil parametrelerin tahmini, denklem 2'nin çözümü olarak gerçekleştirilir.

$$\min_{\beta \in \mathbb{R}^k} \{ \sum_{i: Y_i > X_i\beta} \theta |Y_i - X_i\beta_\theta| + \sum_{i: Y_i < X_i\beta} (1 - \theta) |Y_i - X_i\beta_\theta| \}. \quad (2)$$

Kantil regresyonda farklı kantillerde farklı sonuçlar elde edilmektedir. Bu durum bağımlı değişkenin koşullu dağılımının farklı noktalarındaki bağımsız değişkenlerdeki değişikliklere farklı tepki vermesi olarak yorumlanabilir. Literatürde genellikle kantil değerleri 0,25, 0,50 ve 0,75 olarak alındığı gözlenmiştir (Çamurlu ve Erilli, 2019). Bu çalışmada da farklı kantillerle analiz yapılarak değerlendirme yapılmaktadır. Bulgular alt bölümünde, farklı kantillerin regresyon modellerinde Tablo 2'de gösterilen kısaltmalardan yararlanılmaktadır.

Tablo 2. Kullanılan Değişkenler ve Kısaltmaları

Kısaltmalar	Değişkenler
	Bağımlı Değişken
HGM	Hanehalkı gelir memnuniyeti
Bağımsız Değişkenler	
GAİ	Gıda ve alkolsüz içecekler
AST	Alkollü içecekler-sigara-tütün

GA	Giyim-ayakkabı
KK	Konut-kira
MEA	Mobilya ve ev aletleri
S	Sağlık
U	Ulaştırma
H	Haberleşme
EK	Eğlence ve kültür
EH	Eğitim hizmetleri
LO	Lokanta ve oteller
ÇMH	Çeşitli mal ve hizmetler

Bulgular

Çalışmada öncelikle hanehalkı gelirinden memnuniyet ve hanehalkı harcamaları arasındaki ilişkiyi bulmak için EKK yöntemi ile analiz edilmiş, ancak EKK yönteminin varsayımlar sağlanamadığından elde edilen regresyon modeline güven duyulamayacağından, kantil regresyon modeline başvurulmuştur. Aşağıda Tablo 3’de klasik regresyon model sonuçları gösterilmektedir. EKK yöntemi ile kurulan regresyon modelinde, alkollü içecekler-sigara-tütün, haberleşme ve eğitim hizmetleri hariç tüm değişkenler ve sabit değer, %90, %95 ve %99 gibi farklı güven düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Klasik Regresyon Modeli Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t	p> t
Gıda ve alkolsüz içecekler	-6,90	1,60	-4,29	0,013**
Alkollü içecekler-sigara-tütün	3,68	1,85	1,99	0,118
Giyim-ayakkabı	5,70	1,65	-3,45	0,026**
Konut-kira	-10,27	1,72	-5,97	0,004**
Mobilya ve ev aletleri	-18,78	2,30	-8,14	0,001**
Sağlık	-21,07	3,17	-6,64	0,003**
Ulaştırma	-5,97	1,53	-3,90	0,018**
Haberleşme	2,88	1,75	1,64	0,177
Eğlence ve kültür	-8,79	1,95	-4,49	0,011**
Eğitim hizmetleri	1,08	2,27	0,47	0,660
Lokanta ve oteller	-6,82	1,77	-3,85	0,018**
Çeşitli mal ve hizmetler	-10,47	1,63	-6,42	0,003**
Sabit	843,80	161,09	5,24	0,006*

Pseudo R²= 0,9945

*, **, *** ifadeleri sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01 anlam düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Regresyon denklemi,

$$\hat{y}=843,80-6,90 GA+3,68 AST+5,70 GA-10,27 KK-18,78 MEA-21,07S-5,97U+2,88H-8,79 EK+1,08 EH-6,82 LO-10,47 \text{ÇMH} \quad (3)$$

Diğer yandan elde edilen (3) numaralı regresyon denkleminin doğru kabul edilebilmesi için daha önce de değinildiği gibi hataların normal dağılıma sahip olması gerekmektedir. Aşağıda Tablo 4’de gösterildiği üzere hataların normal dağılıma sahip olmadığı Shapiro-Wilk testi ile test edilmiştir. Örneklem büyüklüğü 3-50 aralığında olduğu için Shapiro-Wilk testi tercih edilmektedir (Yavuz ve Aşık, 2017, s 142). Bu teste göre bazı sig değerleri $\alpha=0,05$ olduğu için H_0 hipotezi reddedilmektedir. Dolayısı ile normallik varsayımı sağlanamamaktadır. Bu sebeple, çalışmada alternatif regresyon yöntemlerinden kantil regresyon modeli kullanılmaktadır.

Hanehalkı tüketim harcamalarının hanehalkı gelir memnuniyetini etkileyen faktörlerini belirlemek için yapılan tahmini kantil regresyonu (4) numaralı denklem ile ifade edilmektedir.

$$Quant_{\theta}(Y_i|X_i) = X_i\beta_{\theta} + \varepsilon_{\theta i} \quad (4)$$

Burada Y hanehalkı gelirinden memnuniyeti temsil ederken, X bağımsız değişkenlerin vektörüdür. θ , analiz edilen kantildir. Bu çalışmada 0,25, 0,40, 0,50, 0,60 ve 0,75 kantilleri kullanılarak analiz yapılmaktadır ve kantiller q25, q40, q50, q60, q75 şeklinde gösterilmektedir. Yukarıda Tablo 4’de belirtilen bağımsız değişkenlere bağlı olarak, hanehalkı gelir memnuniyetinin 0,25 kantil regresyon denklem katsayıları Tablo 5’de gösterilmektedir. Tüm değişkenler dahil edilerek tahmin edilen modelde, eğitim hizmetleri hariç diğer tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Normallik Testi Sonuçları

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	Shapiro-Wilk Statistic	Sig.
Gıda ve alkolsüz içecekler	,873	,025
Alkollü içecekler-sigara-tütün	,945	,380
Giyim-ayakkabı	,869	,021
Konut-kira	,951	,474
Mobilya ve ev aletleri	,957	,579
Sağlık	,911	,103
Ulaştırma	,895	,056
Haberleşme	,957	,568
Eğlence ve kültür	,955	,533
Eğitim hizmetleri	,916	,128
Lokanta ve oteller	,879	,030
Çeşitli mal ve hizmetler	,919	,142

Tablo 5’de görüldüğü üzere, gıda ve alkollü içecekler, sahip oldukları negatif katsayı ile hanehalkı gelir memnuniyetini 7,52 birim düşürmektedir. Konut ve kira gibi temel harcama kalemleri, gelir memnuniyetini 10,66 birim düşürmektedir. Haberleşme ise gelir memnuniyeti üzerinde pozitif katkı sağlayarak, 1,86 birim artışa neden olmaktadır. Yani 0,25 kantilinde sadece alkollü içecekler-sigara-tütün ve haberleşmenin gelir memnuniyet üzerinde pozitif etkisinin olduğu görülmektedir.

Tablo 5. q25 Kantil Regresyon Sonucu

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	Katsayı	Standart Hata	t	p> t
Gıda ve alkolsüz içecekler	-7,52	0,30	-24,36	0,000***
Alkollü içecekler-sigara-tütün	2,43	0,35	6,85	0,002**

Hanehalkı Harcamalarının Gelir Memnuniyeti Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi

Giyim-ayakkabı	-6,31	0,31	-19,89	0,000***
Konut-kira	-10,66	0,33	-32,29	0,000***
Mobilya ve ev aletleri	-19,71	0,44	-44,47	0,000***
Sağlık	-18,54	0,60	-30,44	0,000***
Ulaştırma	-6,44	0,29	-21,89	0,000***
Haberleşme	1,86	0,33	5,52	0,005**
Eğlence ve kültür	-9,14	0,37	-24,33	0,000***
Eğitim hizmetleri	-0,81	0,43	-1,87	0,134
Lokanta ve oteller	-7,36	0,34	-21,64	0,000***
Çeşitli mal ve hizmetler	-11,13	0,31	-35,50	0,000***
Sabit	898,94	30,93	29,06	0,000***

Pseudo R²=0,9615

*, **, *** ifadeleri sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01 anlam düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Böylece hanehalkı gelir memnuniyeti modeli (5) numaralı denklemde gösterildiği gibi elde edilmektedir.

$$HGM_{0,25QR} = -7,52GA\dot{I} + 2,43AST - 6,31GA - 10,66KK - 19,71MEA - 18,54S - 6,44U + 1,86H - 9,14EK - 7,36LO - 11,13\dot{C}MH \quad (5)$$

Hanehalkı gelir memnuniyetinin 0,40 kantil regresyon denklem katsayıları Tablo 6'da gösterilmektedir. 0,40 kantilinde alkollü içecekler-sigara-tütün, giyim-ayakkabı, haberleşme ve eğitim hizmetleri memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir. Sadece haberleşme ve eğitim hizmetleri değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Alkollü içecekler-sigara-tütün memnuniyeti 4,55 birim arttırmaktadır. Lokanta ve oteller, memnuniyeti 8,05 birim azaltmaktadır. Tablo 6'da gösterilen anlamlı değişkenlerin katsayıları dikkate alınarak, gelir memnuniyet modeli, (6) numaralı denklem ile gösterilmektedir.

Tablo 6. q40 Kantil Regresyon Sonucu

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	Katsayı	Standart Hata	t	p> t
Gıda ve alkolsüz içecekler	-7,75	0,82	-9,35	0,001**
Alkollü içecekler-sigara-tütün	4,55	0,95	4,78	0,009*
Giyim-ayakkabı	-5,73	0,85	-6,73	0,003**
Konut-kira	-10,93	0,88	-12,33	0,000***
Mobilya ve ev aletleri	-20,00	1,18	-16,82	0,000***
Sağlık	-23,32	1,63	-14,27	0,000***
Ulaştırma	-6,67	0,79	-8,45	0,001**
Haberleşme	1,42	0,90	1,57	0,191
Eğlence ve kültür	-9,28	1,00	-9,21	0,001**
Eğitim hizmetleri	0,34	1,17	0,30	0,780
Lokanta ve oteller	-8,05	0,91	-8,83	0,001**
Çeşitli mal ve hizmetler	-10,93	0,84	-12,99	0,000***
Sabit	916,59	82,99	11,04	0,000***

Pseudo R²=0,9493

*, **, *** ifadeleri sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01 anlam düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

$$HGM_{0,40QR} = -7,75GA\dot{I} + 4,55AST - 5,73GA - 10,93KK - 20,00MEA - 23,32S - 6,67U - 9,28EK - 8,05LO - 10,93\dot{C}MH \quad (6)$$

Hanehalkı gelir memnuniyetinin 0,50 kantil regresyon denklem katsayıları Tablo 7'de gösterilmektedir. 0,50 kantilinde alkollü içecekler-sigara-tütün, haberleşme ve eğitim

hizmetleri memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir. Haberleşme ve eğitim hizmetleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Alkollü içecekler-sigara-tütün, memnuniyeti 4,55 birim arttırmaktadır. Ulaşım, memnuniyeti -6,67 birim düşürmektedir. Tablo 7'den yararlanarak elde edilen gelir memnuniyet modeli, (7) numaralı denklem ile gösterilmektedir.

$$HGM_{0,50QR} = -7,75 GAİ + 4,55 AST - 5,73GA - 10,93KK - 20,00MEA - 23,32S - 6,67U - 9,28EK - 8,05LO - 10,93ÇMH \quad (7)$$

Tablo 7. q50 Kantil Regresyon Sonucu

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	Katsayı	Standart Hata	t	p> t
Gıda ve alkolsüz içecekler	-7,75	0,81	-9,47	0,001**
Alkollü içecekler-sigara-tütün	4,55	0,94	4,84	0,008*
Giyim-ayakkabı	-5,73	0,84	-6,82	0,002**
Konut-kira	-10,93	0,87	-12,50	0,000***
Mobilya ve ev aletleri	-20,00	1,17	-17,05	0,000***
Sağlık	-23,32	1,61	-14,46	0,000***
Ulaştırma	-6,67	0,77	-8,56	0,001**
Haberleşme	1,42	0,89	1,59	0,187
Eğlence ve kültür	-9,28	0,99	-9,33	0,001**
Eğitim hizmetleri	0,34	1,15	0,30	0,778
Lokanta ve oteller	-8,05	0,90	-8,95	0,001**
Çeşitli mal ve hizmetler	-10,93	0,83	-13,17	0,000***
Sabit	916,59	81,88	11,19	0,000***
Pseudo R²=0,9426				

*, **, *** ifadeleri sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01 anlam düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Hanehalkı gelir memnuniyetinin 0,60 kantil regresyon denklem katsayıları Tablo 8'de gösterilmektedir. 0,60 kantilinde alkollü içecekler-sigara-tütün ve haberleşme memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir. Eğitim hizmetleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Haberleşme, memnuniyeti 3,22 birim arttırmaktadır. Çeşitli mal ve hizmetler, memnuniyeti 9,45 birim azaltmaktadır. Anlamlı katsayılar ile kurulan q60 kantil regresyon modeli, (8) numaralı denklem ile gösterilmektedir.

Tablo 8. q60 Kantil Regresyon Sonucu

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	Katsayı	Standart Hata	t	p> t
Gıda ve alkolsüz içecekler	-7,00	0,82	-8,45	0,001**
Alkollü içecekler-sigara-tütün	5,44	0,95	5,70	0,005***
Giyim-ayakkabı	-6,31	0,85	-7,41	0,002**
Konut-kira	-10,83	0,88	-12,23	0,000***
Mobilya ve ev aletleri	-20,39	1,18	-17,15	0,000***
Sağlık	-22,77	1,63	-13,94	0,000***
Ulaştırma	-6,23	0,79	-7,90	0,001**
Haberleşme	3,22	0,90	3,56	0,024**
Eğlence ve kültür	-7,54	1,00	-7,48	0,002**
Eğitim hizmetleri	-1,42	1,17	1,22	0,290
Lokanta ve oteller	-7,81	0,91	-8,56	0,001**
Çeşitli mal ve hizmetler	-9,45	0,84	-11,24	0,000***
Sabit	870,41	82,99	10,49	0,000***
Pseudo R²=0,9364				

*, **, *** ifadeleri sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01 anlam düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Hanehalkı Harcamalarının Gelir Memnuniyeti Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi

$$HGM_{0,60QR} = -7,00GA\dot{I} + 5,44AST - 6,31GA - 10,83KK - 20,39MEA - 22,77S - 6,23U + 3,2H - 7,54EK - 7,81LO - 9,45\dot{C}MH \quad (8)$$

Hanehalkı gelir memnuniyetinin 0,75 kantil regresyon denklem katsayıları Tablo 9’da gösterilmektedir. 0,75 kantilinde eğitim hizmetlerinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kantilde de sadece alkollü içecekler-sigara-tütün ve haberleşme değişkenlerinin gelir memnuniyetine etkisinin pozitif yönde olduğu gözlenmektedir. Eğitim hizmetleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Alkollü içecekler-sigara-tütün, memnuniyeti 5,18 birim arttırmaktadır, konut-kira, memnuniyeti 10,91 birim azaltmaktadır. Tablo 9’dan elde edilen anlamlı katsayılar ile kurulan q75 kantil regresyon modeli, (9) numaralı denklem ile gösterilmektedir.

Tablo 9. q75 Kantil Regresyon Sonucu

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	Katsayı	Standart Hata	t	p> t
Gıda ve alkolsüz içecekler	-7,09	0,79	-8,95	0,001**
Alkollü içecekler-sigara-tütün	5,18	0,91	5,68	0,005**
Giyim-ayakkabı	-6,42	0,81	-7,90	0,001**
Konut-kira	-10,91	0,84	-12,90	0,000***
Mobilya ve ev aletleri	-20,35	1,13	-17,92	0,000***
Sağlık	-22,95	1,56	-14,71	0,000***
Ulaştırma	-6,32	0,75	-8,38	0,001**
Haberleşme	3,05	0,86	3,53	0,024**
Eğlence ve kültür	-7,60	0,96	-7,90	0,001**
Eğitim hizmetleri	1,66	1,12	1,48	0,212
Lokanta ve oteller	-7,92	0,87	-9,08	0,001**
Çeşitli mal ve hizmetler	-9,69	0,80	-12,07	0,000***
Sabit	879,37	79,26	11,09	0,000***
Pseudo R²=0,9471				

*, **, *** ifadeleri sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01 anlam düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

$$HGM_{0,75QR} = -7,09GA\dot{I} + 5,18AST - 6,42GA - 10,91KK - 20,35MEA - 22,95S - 6,32U + 3,05H - 7,54EK - 7,92LO - 9,69\dot{C}MH \quad (9)$$

Tüm kantil regresyon modelleri ve bu modellerin hanehalkı gelir memnuniyetini açıklama gücü olan R² değerlerini karşılaştırmak üzere Tablo 10’dan yararlanılmaktadır. Tablo 10’da tüm kantiller için elde edilen regresyon modellerinde, istatistiksel olarak anlamlı olan bağımsız değişkenlerin katsayı değerlerine yer verilmektedir. Çalışmada elde edilen tüm kantil regresyon modellerinin R² değerlerinin %94-%96 aralığında olduğu diğer bir ifadeyle hanehalkı tüketim harcamalarının (bağımsız değişkenlerin) hanehalkı gelir memnuniyetini açıklama gücünün tüm modellerde birbirine yakın ve yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Tüm Kantillerden Elde Edilen Modeller

Hanehalkı Tüketim Harcamaları	q25	q40	q50	q60	q75
Gıda ve alkolsüz içecekler	-7,52	-7,75	-7,75	-7,00	-7,09
Alkollü içecekler-sigara-tütün	2,43	4,55	4,55	5,44	5,18
Giyim-ayakkabı	-6,31	-5,73	-5,73	-6,31	-6,42
Konut-kira	-10,66	-10,93	-10,93	-10,83	-10,91

Mobilya ve ev aletleri	-19,71	-20,00	-20,00	-20,39	-20,35
Sağlık	-18,54	-23,32	-23,32	-22,77	-22,95
Ulaştırma	-6,44	-6,67	-6,67	-6,23	-6,32
Haberleşme	1,86	*	*	3,22	3,05
Eğlence ve kültür	-9,14	-9,28	-9,28	-7,54	-7,60
Eğitim hizmetleri	*	*	*	*	*
Lokanta ve oteller	-7,36	-8,05	-8,05	-7,81	-7,92
Çeşitli mal ve hizmetler	-11,13	-10,93	-10,93	-6,31	-9,69
R² Değerleri	0,9615	0,9493	0,9426	0,9364	0,9471

* İstatiksel olarak anlamsız olduğu için dikkate alınmamıştır.

Gıda ve alkolsüz içecekler değişkenine ait katsayıların -7,75 (q40 ve q50'de) ve -7,00 (q60'da) arasında değiştiği görülmüştür. Alkollü içecekler-sigara-tütün değişkenine ait katsayıların 2,43 (q25'de) ve 5,44 (q60'da) arasında değiştiği görülmüştür. Giyim-ayakkabı değişkenine ait katsayıların -6,42 (q75) ve -5,73 (q40) arasında değiştiği görülmüştür. Konut-kira değişkenine ait katsayıların -10,93 (q40 ve q50) ve -10,66 (q25) arasında değiştiği görülmüştür. Mobilya ve ev aletleri değişkenine ait katsayıların -20,39 (q60) ve -19,71 (q25) arasında değiştiği görülmüştür. Sağlık değişkenine ait katsayıların -23,32 (q40 ve q50) ve -18,54 (q25) arasında değiştiği görülmüştür. Ulaştırma değişkenine ait katsayıların ve -6,67 (q40 ve q50) ve -6,23 (q60) arasında değiştiği görülmüştür. Haberleşme değişkenine ait katsayıların 1,86 (q25) ve 3,22 (q60) arasında değiştiği görülmüştür. Eğlence ve kültür değişkenine ait katsayıların -9,25 (q40 ve q50) ve -7,54 (q60) arasında değiştiği görülmüştür. Eğitim hizmetleri değişkeni katsayıları, istatiksel olarak anlamlı olmadığı için dikkate alınmamıştır. Lokanta ve oteller değişkenine ait katsayıların -8,05 (q40 ve q50) ve 7,36 (q25) arasında değiştiği görülmüştür. Çeşitli mal ve hizmetler -11,13 (q25) ve -6,31 (q60 kantil) arasında değiştiği görülmüştür.

Tablo 10'dan genel olarak elde edilen bilgi, değişkenlerin tüm kantillerde benzer ve monoton bir kalıpta katkı sağlıyor olmasıdır. Tüm kantillerde alkollü içecekler-sigara-tütün ve haberleşme harcamaları hanehalkı gelir memnuniyetine pozitif katkı sağlamaktadır. Eğitim harcamalarını tüm kantillerde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Ancak hanehalkı harcamalarında önemli ve hatta elzem olan harcamalar arasında yer alan gıda, sağlık ve konut kirası gibi önemli kalemlerde yapılan harcamaların gelir memnuniyetini negatif etkilediği görülmektedir. Bu durum, hanehalkı gelirinin en temel harcamalar karşısında yetersiz kalmasından kaynaklandığının bir işaretidir. Özellikle mobilya ve ev eşyası ve sağlık harcamalarının negatif etkisi, tüm kantillerde yüksek çıkmaktadır. Alkollü içecekler -sigara -tütün gibi harcamaların anlamlı çıkması toplumun bu tür harcamalara çok önem verdiğine ve bu ürünlere bağımlılığın işaret etmektedir. Eğitim harcamaları, R²'nin yüksek olması (1'e yakın) model uyumunun iyi olduğunu göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye'de TÜİK tarafından 2003'ten bu yana gerçekleştirilmekte olan "Yaşam Memnuniyeti Araştırmaları" için yapılmakta olan "Hanehalkı Bütçe Anketleri" hanelerin yaşam düzeyleri, sosyo-ekonomik yapıları ve tüketim alışkanlıkları hakkında bilgi veren en önemli kaynaklardan biridir. Ancak tüketim harcamaları ve tüketim beklentileri sübjektif kavramlar olup, kişiden kişiye ve hanehalkının beklentilerine göre büyük değişiklik içerebilmektedir.

Hanehalkının tüketim harcamalarını karşılama gücünü ölçen bir gösterge olarak “ gelir memnuniyeti” endeksi de hanehalkının öznel iyi oluşunun bir göstergesidir. Yapılan bu çalışmada hanehalkı gelirinin, hanehalkı tüketim harcamalarını karşılama açısından yeterli olup olmadığı, ya da başka bir ifadeyle hanehalkı gelir memnuniyetinin oluşup oluşmadığı araştırılmaktadır.

Çalışmada kullanılan kantil regresyon analizi sonucunda, hanehalkı tüketim harcama kalemlerini ifade eden tüm değişkenlerin, hesaplama yapılan tüm kantillerde (q25, q40, q50, q60 ve q75), ağırlıklı olarak benzer ve monoton bir kalıpta gelir memnuniyetine katkı sağladığı görülmektedir. Yani gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecekler-sigara-tütün, giyim-ayakkabı, konut-kira, mobilya ve ev aletleri, sağlık, ulaştırma, eğlence ve kültür, lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetler bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken olan hanehalkı gelir memnuniyeti üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu durum hanehalkının genel olarak bu harcamalar konusunda gelir memnuniyeti üzerinde olumlu ya da olumsuz fikre sahip olduğu sonucunu işaret etmektedir. Buna karşın, sadece eğitim hizmetlerine yönelik yapılan harcamalar, tüm kantillerde istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Bu durum, 2003 - 2004 eğitim öğretim yılından itibaren, devletin eğitime katkı politikasının bir parçası olarak, kitapları ücretsiz olarak dağıtmasından kaynaklandığını işaret etmektedir.

Tüm kantillerde gıda ve alkolsüz içecekler hanehalkı gelir memnuniyeti üzerinde [- 7,75;-7,00] aralığında yer alan katsayılarla, negatif yönde etkiye sahiptir. Bu değerlerin, giyim ve ayakkabıya yapılan harcamaların q60 ve q70 gibi büyük kantillerdeki negatif etkilerinden de daha büyük olduğu görülmektedir. Yani hanehalkı gelirinin, gıda, giyim ve ayakkabı gibi temel harcamalar açısından yetersiz kaldığı ve negatif yönde etki (memnuniyetsizlik) oluşturduğu görülmektedir. Benzer durum hanehalkı konut-kira harcamaları konusunda da ortaya çıkmakta olup, gıda ve giyim harcamalarından da fazla hoşnutsuzluk doğurduğu görülmektedir. Mobilya ve ev aletleri harcamalarının, tüm değişkenler içerisinde büyük hoşnutsuzluk kaynağını oluşturan kalemler arasında yer aldığı görülmektedir. Mobilya ve ev aletleri harcamalarının, hanehalkı gelir memnuniyetsizliğine [-20,39;-19,71] aralığında ve negatif etkide bulunduğu görülmektedir. Sağlık harcamalarının ise hanehalkı gelir memnuniyeti üzerinde [-23,32;-18,54] aralığında negatif yönde katkı yaptığı görülmektedir. Böylece sağlık harcama kalemi, hanehalkı harcama kalemleri içerisinde en büyük hoşnutsuzluğu yaratan harcama kalemi olarak tespit edilmiştir. Bu durum, sağlık harcamalarının artması ya da gelirin sağlık harcamasını karşılamada yetersiz kalması şeklinde yorumlanabilir.

Tüm bu değişkenlerden farklı olarak, alkollü içecekler-sigara-tütün harcamalarının, tüm kantiller için hanehalkı gelir memnuniyeti üzerinde [2,43;5,44] aralığında pozitif etkide bulunduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, hanehalkı harcamalarında, genel olarak sigara ve tütün harcamalarına verilen öncelikten kaynaklanmasını işaret etmektedir. Dolaylı olarak ta hanehalkının bu maddelere olan toplumsal bağımlılığının derecesinin yüksek olduğunun bir işareti olarak değerlendirilebilir.

Analiz sonucu genel olarak değerlendirildiğinde, 2003-2019 döneminde, toplumun gıda ve konut gibi temel harcamalar dahil olmak üzere sağlık, ulaşım ve kültür gibi hanehalkına sosyal anlamda katma değer yaratacak harcamaların, hanehalkı gelir memnuniyeti üzerinde negatif etki oluşturduğunu ve gelirin yetersiz kaldığı görülmektedir. Ancak sadece iki

harcama kaleminin; haberleşme (q25, q60ve q75 kantillerinde) ve alkollü içecekler-sigara-tütün harcamalarının (tüm kantillerde) hoşnutsuzluk kaynağı oluşturmadığı görülmektedir. Elde edilen bu sonuç, Sürekli Gelir Hipotezi'nde belirtildiği gibi tüketimin insanların beklentilerine bağlı olduğunu desteklemektedir. Genel olarak; hanehalkının gerekli ve fayda sağlayacak harcama kalemlerine yönelmediği ve hanehalkı gelirin bu harcamalar açısından yetersiz kaldığı söylenebilir. Karar vericilerin bu noktada gerekli adımları atacak eğitim programlarına ve ortalama hanehalkı harcamalarına yönelik düzenlemelere önem vermesi gerekmektedir.

Teşekkür ve Bilgilendirme

Bu çalışmanın ilk hali 15th International Congress of Social Sciences with Current Research – İstanbul Kongresi'nde sunulmuş ve özet bildiri olarak yayınlanmıştır.

Kaynakça

- Agyire-Tettey, F., Ackah, C. G., & Asuman, D. (2017). An unconditional quantile regression based decomposition of spatial welfare inequalities in Ghana. *The Journal of Development Studies*, 1-20.
- Altın Yavuz, A. & Gündoğan Işık, E. (2017). Kantil regresyon. *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi*, 9(2), 137-146.
- Atgür, M. (2020). Türkiye'de kamu harcaması davranışı ve hanehalkı tüketim harcaması davranışı ilişkisi (2006-2019). *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41, 352-365.
- Bagarani, M., Forleo, M. & Zampino, S. (2009). *Households food expenditures behaviours and socioeconomic welfare in Italy: A microeconomic analysis*. 113. EAAE Seminar, Crete, Greece.
- Çağlayan, E. & 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.
- Çalışkan Ş. (2003). *Kocaeli ilinde (kır-kent ayrımında) hanehalkı tüketim harcamalarının analizi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli).
- Çalmaşur, G. & Kılıç, A. (2018). Türkiye'de hanehalkı tüketim harcamalarının analizi. *Etü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 61-73.
- Çamurlu, S. & Erilli, N. A. (2019). Kantil regresyon analizinde bootstrap tahmini. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 35(2), 16-25.
- Dittmar, Bond, H. Hurst, M. & Kasser, T. (2014). The relationship between materialism and personal well-being: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology* 107(5):879-924. doi:10.1037/a0037409
- Engel, E. (1895), *Die lebenskosten belgischer arbeiter-familien früher und jetzt* (German Edition), Germany: C. Heinrich.
- Hao, L., & Naiman, D. Q. (2007). *Quantile regression*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Houthakker, H. S. (1952). The econometrics of family budgets. *Journal of the Royal Statistical Society, Series A (General)*, 115(1), 1-28.
- İpek, E., & Sekmen, Ö. (2017). Effect of household heterogeneity on consumption expenditure: A simultaneous quantile regression analysis. *The Empirical Economics Letters*, 16(12), 1329-1336.
- Joshanloo, M. (2018). Income satisfaction is less predictive of life satisfaction in individuals who believe their lives have meaning or purpose: A 94-nation study. *Personality and Individual Differences*, 129(15), 92-92. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.03.018>

- Kargı, B. (2014). Türkiye ekonomisinde sürekli gelir hipotezine ilişkin kanıtlar: Zaman serileri analizi (2004-2012). *Akademik Bakış Dergisi*, 42, 304-340.
- Kasnakoğlu, Z. (1991). Regional consumption patterns and income elasticities in Turkey: 1987. *Journal of Economic Cooperation Among Islamic Countries*, 12, 111-116.
- Kurtoğlu, F. & Arslan, O. (2011). Quantile regresyon. *Ç.Ü Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 26(1), 35-42.
- Kesbiç, C. Y. & Tandoğan, A. (2016). Büyükşehir Manisa ili hanehalklarının tüketim harcamaları ve gelir-harcama analizi: Manisa ili tüketici profili. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 53(616), 23-38.
- Mankiw, N. G. (2010). *Makroekonomi (6.Baskı)(Çeviri Ed.: Ömer Çolak)*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Mignouna, D. B., Abdoulaye, T., Alena, A., Manyong, V. M., Dontsop, P. N., Ainembabazi, J. H., & Asiedu, R. (2015). A microeconomic analysis of household consumption expenditure determinants in yam-growing areas of Nigeria and Ghana. *Tropicicultura*, 33(3): 226-237.
- Miles, D. (1997). A household level study of the determinants of incomes and consumption. *The Economic Journal*, 107, 1-25.
- Nguyen, B. T., Albrecht, J. W., Vroman, S. B., & Westbrook, M. D. (2007). A quantile regression decomposition of urban-rural inequality in Vietnam. *Journal of Development Economics*, 83(2), 466-490.
- Selim, R. & Kaya, G. (2019). Türkiye’de hanehalkı tüketim kalıplarında 2000’li yıllarda yaşanan değişimler ve ekonomik krizin etkisi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 46, 61-89.
- Sivri, U. & Eryüzlü, H. (2010). Rasyonel beklentiler-yaşam boyu sürekli gelir hipotezinin testi". *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, (11), 90-99.
- Şener, O. (1998). *Kamu ekonomisi*.6. Baskı, İstanbul: Alkım Yayınları.
- Tansel, A. (1986). An engel curve analysis of household expenditure in Turkey 1978- 1979. *Metu Studies in Development*, 13, 239-257.
- Tapsin, G. & Hepsag, A. (2014). An analysis of household consumption expenditures in EA-18. *European Scientific Journal*, 10(16): 1-12.
- Tarı, R. & Pehlivanoğlu, F. (2007). Kocaeli ilinde tüketici davranışlarının gelir-harcama grupları ilişkisi açısından analizi (Tüketim harcamaları profili). *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 192-210.
- TÜİK (2002). Hanehalkı bütçe istatistikleri mikro veri seti 2002.
- TÜİK (2018). Hanehalkı bütçe istatistikleri mikro veri seti 2018.
- TÜİK (2019). Hanehalkı tüketim harcaması 2019. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi>. (Erişim Tarihi: 15.03.2022)
- TÜİK (2020). Yaşam memnuniyeti araştırması. mikro veri seti, <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/yasam-memnuniyeti-arst.pdf>. (Erişim Tarihi: 15.03.2022)
- Vural, B. M., Koç, Ş. A. & Vural, K. (2010). Belirsizliğin özel tüketim harcamaları üzerindeki etkisi: Türkiye örneği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 107-126.
- Yavuz, A. A. & Aşık, E. G. (2017). Kantil regresyon. *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi*, 9(2), 138-146.
- Zin, W. Z. W. & Nabilah, S. F. (2015). Malaysian household consumption expenditure: Rural vs Urban, Department of Statistics. *Malaysia, MyStats 2015 Conference Papers*.