

KAPSAYICI BÜYÜMENİN KARŞILIĞI: DÜŞEN HANEHALKI TASARRUF ORANI

Seyfettin Gürsel* Gökçe Uysal** ve Melike Kökkızıl***

Yönetici Özeti

Hane Halkı Bütçe Anketleri (HBA) verilerinde Türkiye’de hane halkı tasarruflarının 2003-2014 döneminde yüzde 13,7’den yüzde 6,8’e düştüğü ve bu düşüşün neredeyse tüm gelir dilimlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Hane halkı tasarruflarındaki gerilemeler esasen dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcamalardaki artıştan kaynaklanmaktadır. Veriler dayanıklı tüketimin hane gelirindeki ortalama payının 2005 yılında yüzde 10,8 iken 2014’te yüzde 14,6’ya yükseldiğini ortaya koymaktadır. Özellikle ikinci el otomobil ve mobilya harcamalarında önemli artışlar gözlemlenmektedir. İkinci el otomobilin dayanıklı tüketim harcamasının içerisindeki payı 2005’te yüzde 6,6 iken 2014’te yüzde 38,4’e çıkmıştır. Genel olarak bu tüketim mallarındaki harcama artışının her bir hanenin yaptığı harcamanın artmasından ziyade daha çok sayıda hanenin bu harcamaları yapabilir hale gelmesinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu durum kapsayıcı büyümenin bir göstergesi olmakla birlikte gelir artışına rağmen tasarruflardaki düşüşün de bir nedenidir. Kapsayıcı büyümenin bir göstergesi olması açısından dayanıklı tüketim mallarının yaygınlaşması sevindirici olmakla birlikte kronik olarak cari açık veren bir ekonomisi olan Türkiye’nin hane halkı tasarruflarının düşmüş olması endişe vericidir.

Düşen tasarruflar, artan dayanıklı tüketim mali harcamaları

Hanehalkı tasarruflarının 2003-2014 dönemindeki seyrini ve farklı gelir gruplarındaki eğilimlerini inceleyen iki araştırma notu yayımladık (Betam Araştırma Notu (16/197) ve Betam Araştırma Notu(16/200)). Bu çalışmalarda ortaya çıkan bulguları kısaca özetlemek gerekirse 2003-2014 döneminde hanehalkı tasarruflarında ciddi düşüş (yüzde 13,7’den yüzde 6,8’e) gerçekleştiği görülmektedir. Bu düşüşün pozitif tasarrufa sahip hanelerin oranının azalmasından ve tasarruf yapan hanelerin tasarruflarındaki gerilemeden kaynaklandığı görülmektedir. Harcamalara yakından bakıldığında ise hanelerin dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcamalarını gelir artışlarından daha hızlı arttırdığı gözlemlenmektedir. Tasarruf tanımı dayanıklı tüketim mali harcamalarını içerecek şekilde genişletildiğinde ise ülke genelinde hane tasarruf oranında 2008 yılına kadar yüzde 20’den 16,7’ye sınırlı bir düşüş görülmektedir. Ardından gelen yükselişle birlikte bu oran 2014 yılında yüzde 21,2’ye çıkmaktadır. Diğer ifadeyle tasarruf tutarındaki düşüş dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama artışı ile eşzamanlı gözlemlenmektedir.

Farklı gelir dilimlerindeki hanelerin tasarruf eğilimleri incelendiğinde tasarrufun tüm gelir gruplarında azaldığı ve bunun dayanıklı tüketim mallarına yapılan harcamalardan kaynaklandığı görülmektedir. Bu araştırma notunda, Hanehalkı Bütçe Anketi mikro verisetleri kullanılarak 2005-2014¹ döneminde

* Prof. Dr. Seyfettin Gürsel, Betam, Direktör, seyfettin.gursel@eas.bau.edu.tr

** Yrd. Doç. Dr. Gökçe Uysal, Betam, Direktör Yardımcısı, gokce.uysal@eas.bau.edu.tr

*** Melike Kökkızıl, Betam, Araştırma Görevlisi, melike.kokkizil@eas.bau.edu.tr

¹Hanehalkı Bütçe Anketi’nin 2003 ve 2004 yıllarındaki anketleri diğer kullandığımız verisetlerine kıyasla örneklem tasarımında ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu önemli farklılıklar bütçe anketinin alt kırılımlardan

görülen dayanıklı tüketimdeki artışın boyutu gelir grubuna göre incelenecek ve buna neden olan ürünlerin tüketimi gelir gruplarına göre ortaya konulacaktır.

Dayanıklı tüketim malları ve buna yönelik harcamalar için Eurostat'ın belirlediği tanım kullanılmaktadır. Bu tanımda çeşitli ev ve ev-dışı aktiviteler için kullanılan ürün sınıfları şunlardır: mobilya, halılar ve diğer yer döşemeleri, buzdolabı ve dondurucular, çamaşır makineleri ile çamaşır kurutma makineleri ve bulaşık makineleri, fırınlar, ısıtıcılar ve klimalar, temizlik ekipmanları, dikiş ve örme makineleri, hanehalklarının kullandığı diğer temel cihazlar, birinci el otomobil, ikinci el otomobil, motosiklet, bisiklet, telefon ve faks ekipmanları, seslerin alınmasına, kaydedilmesine veya çoğaltılmasına ilişkin ekipmanlar, TV setleri ile video-kaset çalar ve teypler, fotografik ve sinematografik ekipmanlar, optik aletler, veri işlem ekipmanları, ev dışındaki eğlenceye yönelik başlıca dayanıklı mallar ve evde eğlenceye yönelik dayanıklı malları². Dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcamanın hanenin aylık gelire oranını hesaplanırken, her bir hanenin toplam ilgili harcamasının aylık gelire oranı hesaplanmış ve hane gelirinin toplam gelire oranının ağırlık olarak kullanıldığı bir ağırlıklı ortalama hesaplanmıştır.

Dayanıklı tüketim malında en yüksek harcama otomobil ve mobilyada

Tablo 1'de aylık dayanıklı tüketim malları harcamalarının gelire oranı verilmektedir. Ortalama hane reel gelirinin 2005-2014 döneminde yüzde 24,6 buna karşılık hane harcamasının yüzde 25,5 arttığı gözlemlenmektedir (Tablo 1). Dayanıklı tüketim mallarına yapılan aylık ortalama harcama miktarı 2005'ten 2014'e yüzde 68,6 artmıştır. Dayanıklı tüketim malları için ortalama 2005 yılında (2014 fiyatlarıyla) 271 TL harcanırken 2014 yılında 457 TL harcanmaktadır. Bu durum dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcamaların hem hane gelirine göre hem de hane harcamasına göre daha hızlı arttığını göstermektedir. Tablo 1'deki verilere göre 2005 yılında dayanıklı tüketim malları harcamaları hane gelirinin yüzde 10,8'ini kapsamakta iken 2014'te bu pay yüzde 14,6'ya kadar genişlemektedir.

Tablo 1 Dayanıklı tüketim harcamalarının gelir içindeki ortalama payı*

	Reel dayanıklı tüketim harcaması	Toplam tüketim harcaması	Reel hane geliri	Dayanıklı Tüketim Harcaması / Hane Geliri	Dayanıklı Tüketim Harcaması / Hane Harcaması
2005	271,3	2330,4	2519,2	%10,8	%11,6
2014	457,3	2925,7	3137,9	%14,6	%15,6
2005-2014 artış oranı	%68,6	%25,5	%24,6		

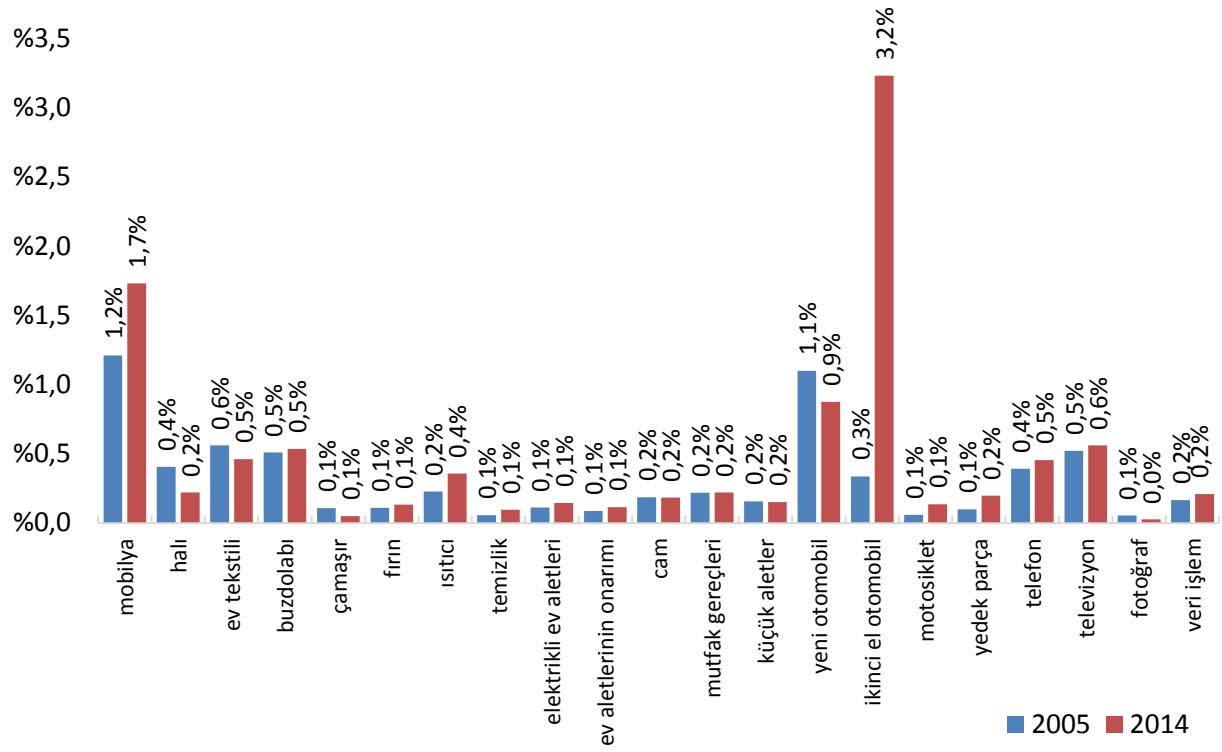
Kaynak: 2005 ve 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

* Fiyatlar 2014 yılı tüketici fiyatlarına göre düzeltilmiştir.

elde edilen verileri ciddi anlamda bozmaktadır. Farklı gelir grubundaki hanelerin dayanıklı tüketimine yönelik harcamalarına odaklandığımız bu çalışmada 2003 ve 2004 yıllarını çalışmanın dışında bırakılmıştır.

² Dayanıklı tüketim mallarına yönelik aylık harcama için anket ayını içine alan son bir yıl içinde yapılan harcamaların aylık ortalama değeri TÜİK tarafından hesaplanmaktadır.

Şekil 1 2005 ve 2014 yıllarında dayanıklı tüketim mallarına yapılan harcamaların aylık harcamadaki payları



Kaynak: 2005 ve 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları. Şekil 1’de dayanıklı tüketim grubunda yer alan malların toplam hane harcamasındaki ortalama payları 2005 ve 2014 yılları karşılaştırılarak verilmektedir³. 2014’te hanelerin aylık harcamasında en yüksek paya sahip olan ürünler sırasıyla ikinci el otomobil, mobilyalar ve birinci el otomobildir. 2005 yılında hane harcamasının ortalamada yüzde 0,3’üne denk gelen ikinci el otomobil satın alımı için yapılan harcama 2014’te yüzde 3,2’ye çıkmıştır. Mobilyaların hane harcamasındaki payı ise yüzde 1,2’den yüzde 1,7’ye çıkmıştır. Birinci el otomobil satın alımı için yapılan aylık harcamanın toplam harcamadaki ortalama payı yüzde 1,1’den yüzde 0,9’a düşmüştür. Diğer dayanıklı tüketim ürünlerinin harcama payındaki değişiklikler daha sınırlıdır.

Tablo 2’de 2005 ve 2014 yılları için toplam dayanıklı tüketim harcamalarının harcama kalemlerine göre dağılımı verilmektedir. Veriler dayanıklı tüketim harcamalarının başlıca üç dayanıklı tüketim malında (yeni otomobil, ikinci el otomobil ve mobilya) yoğunlaştığı ortaya koymaktadır. Dolayısıyla yeni otomobil, ikinci el otomobil ve mobilya harcamaları dayanıklı tüketim malları içerisinde harcama açısından hane bütçesinde en yüksek paya sahip üç kalem olarak ortaya çıkmaktadır.

Yeni otomobil satın alımının payının 2005’te yüzde 34,3’ten 2014’te yüzde 17,6’a düşerek ikinci sıraya gerilediği görülmektedir. İkinci el otomobil alımına yönelik harcamaların toplam dayanıklı tüketim malı harcamasındaki payı ise 2005’te yüzde 6,6’dan , 2014’te yüzde 38,4’e çıkmıştır. Diğer ifadeyle,

³Şekil 1’de mobilya ile yer döşeme onarımı, dikiş ve örme makineleri, hanehalkının kullandığı diğer temel cihazlar, çatal-bıçak takımı, sofrta takımı ve gümüş takımlar, cam eşyaların, sofrta takımlarının ve diğer ev gereçlerinin onarımı, başlıca alet ve ekipmanlar, bisikletler, ses cihazları, optik aletler, ev dışındaki eğlenceye yönelik başlıca dayanıklı mallar, müzik aletleri, ev içi eğlenceye yönelik diğer dayanıklı mallar ve spor ekipmanlarının hane tüketimindeki payı 2005’te ve 2014’te yüzde 0,0 olduğu için grafikten çıkarılmıştır.

2005 yılında üçüncü sırada yer alan ikinci el otomobil alımı en üst sıraya yükselmiştir. Mobilyalara ayrılan pay ise aynı dönemde yüzde 14,7’den yüzde 13,2’ye gerilemiştir. Ancak toplam dayanıklı tüketim harcamaları içindeki payın azalmasının yapılan harcama miktarının reel olarak azaldığı anlamına gelmediği unutulmamalıdır. Bu konu aşağıda tartışılacaktır.

Tablo 2 Tüketim gruplarına yapılan harcamaların dayanıklı tüketim malı harcamalarındaki payının karşılaştırması⁴, (%)

2005		2014	
Yeni otomobil satın alımı	34,3	İkinci el otomobil satın alımı	38,4
Mobilyalar	14,7	Yeni otomobil satın alımı	17,6
İkinci el otomobil satın alımı	6,6	Mobilyalar	13,2
Ev içi tekstil ürünleri	6,2	Telefon ve telefaks ekipmanları	4,0
Televizyon setleri, video-kasetçalar ve teypler	4,9	Televizyon setleri, video-kasetçalar ve teypler	3,8
Telefon ve telefaks ekipmanları	4,7	Ev içi tekstil	3,7
Buzdolapları ve dondurucular	4,3	Buzdolabı ve dondurucular	3,0
Halı ve diğer yer döşemeleri	3,4	Isıtıcılar, klimalar	2,3
Isıtıcılar, klimalar	2,9	Yedek parçalar ve aksesuarlar	2,0
Veri işlem ekipmanları	2,0	Cam ve kristal eşyalar	1,6
Mutfak ve evde kullanılan gereçler	2,0	Veri işlem ekipmanları	1,5
Cam ve kristal eşyalar	1,8	Halı ve diğer yer döşemeleri	1,5
Yedek parçalar ve aksesuarlar	1,4	Mutfak ve evde kullanılan gereçler	1,4
Küçük aletler ve çeşitli aksesuarlar	1,3	Elektrikli küçük ev aletleri	1,0
Diğer dayanıklılar	9,7	Diğer dayanıklılar	5,0
Dayanıklı Tüketim Malları	100,0	Dayanıklı Tüketim Malları	100,0

Kaynak: 2005 ve 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Otomobil ve mobilya harcamalarında gelir gruplarına göre gelişmeler

Veriler hane tasarruflarının dayanıklı tüketim malı harcamalarına kaydığını, bu bağlamda özellikle mobilya, yeni otomobil ve ikinci el otomobil harcamalarının önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu dönem içerisinde özellikle ikinci el otomobil harcamalarında önemli bir artış gözlemlenmektedir. Dayanıklı tüketim harcamalarının hane gelirleri içindeki payının artmasının iki ana nedeni olabilir: daha çok sayıda hane tarafından harcama yapılıyor olabilir, ya da her bi hanenin yaptığı harcamada artış olabilir. Artışın bu açıdan kaynaklarını incelemek için harcamaların büyük kısmını oluşturan ikinci el otomobil, mobilya ve yeni otomobile odaklanabiliriz.

Düşük gelirli kesimler arasında otomobil harcamaları yaygınlaşıyor

Error! Reference source not found.’te gelir gruplarına göre ikinci otomobil harcamaları incelenmektedir. İlk sütunda yüzde 20’lik gelir dilimleri için ikinci el otomobil harcamasının payları verilmektedir. Bu ortalamanın içerisinde hem ikinci el otomobil harcaması yapan haneler hem de yapmayan haneler bulunmaktadır. İkinci sütunda farklı gelir dilimleri için ikinci el otomobil harcaması

⁴Dayanıklı tüketim malları en yüksek paya sahip olandan en az paya sahip olana doğru sıralanmış ve yüzde 1’den fazla paya sahip olan ürünler listelenmiştir. Ortalama payı hesaplarken her bir hanenin yaptığı harcama tutarı esas alınmış, bu ürüne dair harcaması bulunmuyor ise 0 olarak kabul edilmiştir.

yapan hanelerin sayısının toplam hane sayısına oranı verilmektedir. Son sütunda ise sadece ikinci el otomobil harcaması yapmış olan hanelerin ikinci el otomobil harcamalarının payı hesaplanmıştır.

Tablo 3 Gelir gruplarına göre ikinci el otomobil harcamasının incelenmesi, (%)

	İkinci el otomobil harcamasının payı		Harcama yapan hanelerin oranı		Harcama yapan haneler için ikinci el otomobil harcamasının payı	
	2005	2014	2005	2014	2005	2014
1. %20'lik dilim	0,0	1,8	0,0	5,1	0,0	36,1
2.%20'lik dilim	0,1	2,3	0,3	6,9	42,3	34,0
3.%20'lik dilim	0,3	3,4	0,7	9,6	44,6	35,6
4.%20'lik dilim	0,5	4,2	1,2	11,8	38,8	35,2
5.%20'lik dilim	0,7	4,0	1,9	10,6	37,6	38,0
Toplam	0,3	3,2	0,9	9,0	39,4	36,0

Kaynak: 2005 ve 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

İkinci otomobil harcamasının hane harcamasındaki payı Türkiye genelinde 2005'te yüzde 0,3'ten 2014'te yüzde 3,2'ye yükselmiştir. Bu artış belli bir gelir grubundan kaynaklanmamakta, tüm gelir dilimlerinde gözlemlenmektedir. En düşük gelir diliminde yer alan hanelerin toplam harcamalarından ikinci el otomobil için ayırdıkları pay yüzde 0,0 iken 2014'te yüzde 1,8'e yükselmiştir. Bu artışlara paralel olarak 2014 yılında ikinci el otomobil satın alan hanelerin oranında 2005 yılına kıyasla ciddi bir artış gözlemlenmektedir. 2005'te ikinci el otomobil harcaması yapan hanelerin payı yüzde 0,9 iken 2014'te yüzde 9'dur. Gelir seviyesi en düşük yüzde 20'lik dilimde dahi ikinci el otomobil harcaması yapan hanelerin oranı sıfırdan yüzde 5,1'e yükselmiştir. Veriler ikinci el otomobil harcamasının gelir içindeki payının yüzde 39,4'ten yüzde 36'ya düştüğünü ortaya koymaktadır. Farklı gelir gruplarına göre ikinci el otomobil harcamasının payı incelendiğinde en yüksek ve en düşük gelir grubu haricindeki tüm gelir gruplarının harcama paylarının düştüğü görülmektedir. Kısaca özetlemek gerekirse 2005'ten 2014'e daha fazla hane ikinci el otomobil harcaması yapmıştır. Buna karşın hane başına yapılan ikinci el otomobil harcamalarında düşüş görülmektedir.

Tablo 4 Gelir gruplarına göre yeni otomobil harcamasının incelenmesi, (%)

	Yeni otomobil harcamasının payı		Harcama yapan hanelerin oranı		Harcama yapan haneler için yeni otomobil harcamasının payı	
	2005	2014	2005	2014	2005	2014
1.%20'lik dilim	0	0,1	0	0,2	0	64,6
2.%20'lik dilim	0	0,3	0	0,5	0	61,3
3.%20'lik dilim	0,5	0,5	0,7	0,9	66,5	59,4
4.%20'lik dilim	0,7	0,9	1,2	1,5	61,1	58,3
5.%20'lik dilim	4	2,2	6,8	4,2	58,0	52,7
Toplam	1,1	0,9	1,9	1,6	59,2	55,3

Kaynak: 2005 ve 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Tablo 4'te gelir gruplarına göre yeni otomobil harcamasının toplam hane harcamasındaki payı ve harcama yapan haneler incelenmektedir. Yeni otomobil satın alan hanelerin Türkiye genelindeki oranında bir miktar düşüşün yaşandığı görülmektedir. 2005'te hanelerin yüzde 1,9'u yeni otomobil

için harcama yapıyor iken 2014'te harcama yapan hanelerin oranı yüzde 1,6'ya düşmüştür. Genel anlamda düşüş yaşanmasına rağmen, en yüksek gelir dilimi haricinde diğer kesimlerde yeni otomobil harcaması yapan hanelerin hem soranı hem de harcamalar içindeki payları artmıştır. Yeni otomobil satın alan hanelerin yeni otomobil için harcamalarından ayırdıkları pay en düşük %40'lık grup hariç 2005 yılına kıyasla azalmıştır. Ancak gelirlerde yüksek artışın gerçekleştiği bu dönemde yeni otomobile yapılan toplam harcamanın reel olarak arttığı unutulmamalıdır.

Mobilya harcaması yapan hane oranı artıyor

Tablo 5'teki verilere göre mobilya harcaması yapan hanelerin oranı 2005'te yüzde 12,1 iken 2014'te yüzde 32,1'e ulaşmıştır. Gelir gruplarına göre harcama yapan hanelerin oranı incelendiğinde her gelir grubunda ciddi artışların olduğu gözlemlenmektedir. 2005 yılında en düşük gelirli hanelerin sadece yüzde 4,8'i mobilya için harcama yapabiliyor iken 2014'te bu gruptaki pay yüzde 16,7'ye yükselmiştir. Gelir seviyesinin yükselmesi ile beraber mobilya için harcama yapan hanelerin oranı artmaktadır ve en yüksek gelir grubundaki pay 2014'te yüzde 42,6'ya ulaşmıştır.

Bununla birlikte hanelerin mobilya harcaması için hane bütçelerinden daha az pay ayırdıkları gözlemlenmektedir. 2005 yılında mobilya satın alımı için harcama yapan hanelerin bütçelerinden ayırdığı pay ortalama yüzde 10 iken, 2014 yılında bunun için ayırdıkları pay yüzde 5,4'e gerilemiştir. Bu durum mobilya kaleminde görülen harcama artışının tüm gelir gruplarında mobilya satın alan hanelerin oranında ciddi bir artış olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu bulgular mobilyanın gelir esnekliğinin birimden küçük olabileceğine işaret etmektedir. Artan gelirler sayesinde daha çok sayıda hane mobilya harcaması yaptığı ama toplamda hanelerin artan gelirlerinin görece olarak daha az bir kısmını mobilyaya harcadıkları görülmektedir.

Tablo 5 Gelir gruplarına göre mobilya harcamasının incelenmesi, (%)

	Mobilya harcamasının payı		Harcama yapan hanelerin oranı		Harcama yapan haneler için mobilya harcamasının payı	
	2005	2014	2005	2014	2005	2014
1.%20'lik dilim	0,4	1,1	4,8	16,7	8,3	6,5
2.%20'lik dilim	1,2	1,4	10,1	26	11,5	5,3
3.%20'lik dilim	1,2	1,9	11,4	33,4	10,6	5,6
4.%20'lik dilim	1,4	2	14,3	37,3	9,9	5,4
5.%20'lik dilim	1,7	2,1	18,2	42,6	9,4	5,0
Toplam	1,2	1,7	12,1	32,1	10	5,4

Kaynak: 2005 ve 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Sonuç olarak

HBA verileri kullanılarak yapılan analiz 2005-2014 yılları arasında hanehalkı tasarruf oranlarında gözlemlenen düşüşün büyük kısmının dayanıklı tüketim mallarına yapılan harcamalardaki artıştan kaynaklandığını ortaya koymaktadır. Bu harcamaların üçte ikisinden fazlasını ikinci el otomobil, yeni otomobil ve mobilya harcamaları oluşturmaktadır. Bu üç harcama grubuna odaklanarak yapılan ayrıntılı harcama dökümleri genelde artışın her bir hanenin yaptığı harcamanın artmasından ziyade daha çok sayıda hanenin bu harcamaları yapabilir hale gelmesinden kaynaklandığını göstermektedir. Bu dönem içerisinde gerek reel hane gelirinin yüzde 25 artması gerekse ödeme biçimindeki kolaylıklar

hanelerin artan gelirlerinden daha fazlasını uzun dönemde tüketebilecekleri dayanıklı tüketim mallarına yöneltmesi ile sonuçlanmıştır.

Ek 1 İkinci el otomobil harcaması/hane harcaması (tüm haneler), (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,0	0,1	0,3	0,5	0,7	0,3
2006	0,0	0,2	0,4	0,4	1,0	0,4
2007	0,1	0,6	0,6	0,6	1,0	0,6
2008	0,6	1,4	1,4	1,9	1,9	1,5
2009	0,5	1,4	1,5	2,0	3,1	1,7
2010	0,7	1,2	2,4	3,0	3,3	2,2
2011	1,1	1,9	2,8	3,6	3,6	2,6
2012	1,6	2,3	3,0	4,0	4,1	3,0
2013	1,5	1,9	3,2	4,0	3,9	3,0
2014	1,8	2,3	3,4	4,2	4,0	3,2

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 2 İkinci el otomobil alanların yüzde 20'lik gelir gruplarının içindeki payları, (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,0	0,3	0,7	1,2	1,9	0,9
2006	0,1	0,5	1,2	1,1	2,3	1,0
2007	0,3	1,3	1,2	1,5	2,4	1,4
2008	1,5	3,8	4,0	5,4	5,2	4,1
2009	1,9	4,0	4,6	6,3	8,7	5,2
2010	2,4	3,8	7,1	9,1	9,7	6,5
2011	3,5	5,3	8,4	10,6	10,7	7,8
2012	4,1	7,1	8,7	11,6	11,8	8,7
2013	4,3	6,1	8,8	11,3	12,0	8,7
2014	5,1	6,9	9,6	11,8	10,6	9,0

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 3 İkinci el otomobil harcaması/hane harcaması (satın alanlar), (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,0	42,3	44,6	38,8	37,6	39,4
2006	30,4	37,4	36,5	38,3	43,4	39,9
2007	41,5	48,0	48,1	41,5	43,4	44,5
2008	37,9	35,9	36,1	35,7	35,8	36,0
2009	28,3	34,9	31,4	32,3	35,2	33,3
2010	30,6	32,6	33,5	32,6	34,3	33,2
2011	31,4	34,7	33,9	33,7	33,6	33,7
2012	37,9	32,5	35,0	34,3	34,9	34,6
2013	34,9	31,4	36,0	35,1	32,6	34,0
2014	36,1	34,0	35,6	35,2	38,0	36,0

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 4 Yeni otomobil harcaması/hane harcaması (tüm haneler), (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,0	0,0	0,5	0,7	4,0	1,1
2006	0,1	0,1	0,1	1,0	3,7	1,0
2007	0,0	0,1	0,3	0,4	1,5	0,5
2008	0,0	0,2	0,5	0,7	2,3	0,8
2009	0,0	0,1	0,3	0,4	1,6	0,5
2010	0,0	0,2	0,2	0,5	2,2	0,7
2011	0,2	0,2	0,7	1,1	3,4	1,1
2012	0,1	0,3	0,4	0,9	3,2	1,0
2013	0,1	0,3	0,4	0,8	3,2	1,0
2014	0,1	0,3	0,5	0,9	2,2	0,9

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 5 Yeni otomobil alanların gelir gruplarının içindeki payları, (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,0	0,0	0,7	1,2	6,8	1,9
2006	0,1	0,1	0,2	1,6	6,6	1,7
2007	0,0	0,1	0,5	0,7	2,7	0,9
2008	0,0	0,3	0,8	1,2	4,7	1,5
2009	0,0	0,1	0,5	0,7	3,3	1,0
2010	0,0	0,4	0,4	1,0	4,7	1,3
2011	0,3	0,4	1,1	1,9	6,9	2,1
2012	0,2	0,5	0,7	1,6	6,6	1,9
2013	0,2	0,5	0,8	1,5	6,6	2,0
2014	0,2	0,5	0,9	1,5	4,2	1,6

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 6 Yeni otomobil harcaması/hane harcaması(satın alanlar), (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,0	0,0	66,5	61,1	58,0	59,2
2006	63,2	68,5	58,6	66,1	56,4	58,6
2007	0,0	55,2	61,6	59,4	56,9	57,8
2008	0,0	65,1	61,3	59,6	48,9	52,6
2009	0,0	63,4	63,6	58,7	48,8	51,9
2010	0,0	57,2	52,5	54,8	48,1	49,9
2011	62,5	58,1	63,8	58,1	48,9	52,7
2012	52,2	61,6	60,7	58,6	48,9	52,1
2013	69,3	56,7	51,0	55,0	48,4	50,3
2014	64,6	61,3	59,4	58,3	52,7	55,3

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 7 Mobilya harcaması /hane harcaması (tüm haneler), (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	0,4	1,2	1,2	1,4	1,7	1,2
2006	0,5	1,2	1,4	1,4	1,4	1,2
2007	0,7	0,7	1,0	1,3	1,2	1,0
2008	0,8	1,0	1,4	1,4	1,5	1,2
2009	0,7	1,1	1,3	1,6	1,6	1,3
2010	0,9	1,1	1,3	1,7	1,9	1,4
2011	0,8	1,3	1,7	1,9	2,0	1,5
2012	0,9	1,4	1,7	1,9	2,1	1,6
2013	1,1	1,3	1,7	2,0	2,2	1,7
2014	1,1	1,4	1,9	2,0	2,1	1,7

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 8 Mobilya alanların yüzde 20'lik gelir gruplarının içindeki payları

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	4,8	10,1	11,4	14,3	18,2	12,1
2006	5,1	10,9	13,5	13,8	18,6	12,5
2007	6,1	7,6	10,9	14,0	17,6	11,7
2008	12,0	17,1	25,9	28,1	34,2	24,0
2009	13,9	20,5	25,9	30,9	37,2	26,1
2010	15,1	22,0	26,4	33,5	41,6	28,1
2011	16,2	23,2	31,0	34,1	40,9	29,4
2012	16,7	22,9	29,3	35,1	42,1	29,3
2013	18,4	27,5	31,8	38,7	44,7	32,8
2014	16,7	26,0	33,4	37,3	42,6	32,1

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları

Ek 9 Gelir grubuna göre hane gelirinde mobilya harcamasının payı (%)

	1.%20'lik dilim	2.%20'lik dilim	3.%20'lik dilim	4.%20'lik dilim	5.%20'lik dilim	Toplam
2005	8,3	11,5	10,6	9,9	9,4	10,0
2006	9,0	10,7	10,4	10,2	7,5	9,4
2007	11,7	9,4	9,5	9,2	6,9	8,7
2008	6,3	5,9	5,5	4,9	4,4	5,1
2009	5,0	5,6	5,1	5,1	4,3	5,0
2010	5,8	5,2	5,0	5,2	4,6	5,0
2011	4,9	5,6	5,3	5,6	4,8	5,3
2012	5,1	5,9	5,7	5,4	4,9	5,3
2013	5,7	4,8	5,3	5,1	4,8	5,0
2014	6,5	5,3	5,6	5,4	5,0	5,4

Kaynak: 2005-2014 Hanehalkı Bütçe Anketi kesit mikro verisetleri; Betam hesaplamaları