

Türkiye, Yunanistan, İtalya ve İspanya’da tüketim harcamaları

Seyfettin Gürsel*, Ozan Bakış**, Mehmet Cem Şahin***

Yönetici Özeti

Bu araştırma notunda hanehalkı tüketim harcama yapısının Türkiye ile Yunanistan, İtalya ve İspanya’da bileşimlerini gıda, konut, ulaştırma lokanta-otel ve haberleşme kalemleri itibarıyla karşılaştırıp zaman içindeki seyrini inceliyoruz. Türkiye’de tüketimi zorunlu olarak görülebilecek gıda ve konut gibi temel ihtiyaç maddesi ürünlerin harcama payının 2002-2012 döneminde azaldığı gözlemlenmektedir. Kişi başı gelirdeki yüksek artışlara paralel olarak gerçekleşen bu azalmaya lüks ürün olarak kategorize edilebilecek ulaştırma ve lokanta-otel grubunun payında artış eşlik etmiştir. Bununla beraber, özellikle büyümenin yavaşladığı ve gıda nispi fiyatının artış gösterdiği 2016-2019 arasında gıdanın harcamadaki payının yükseldiği, ulaştırmanın payının ise düştüğü görülmektedir. Haberleşme grubunun payı ise Türkiye’de 2000’lerin başından bu yana azalma eğilimindedir. Kişi başı gelirden yüksek artışların gerçekleştiği bir dönemde bu azalma il bakışta şaşırtıcı gelebilir. Ancak bu gelişmede haberleşme grubunun nispi fiyatlarında gerçekleşen büyük çapta düşüş etkili olmuştur.

Türkiye, Yunanistan, İtalya ve İspanya’da tüketim harcama payları gerek seviyeler gerek zaman içindeki değişimler itibarıyla karşılaştırıldığında kişi başı gelir seviye ve değişim farklılıkları ile nispi fiyat hareketlerinden kaynaklanan beklenen farklılıklar gözlemlense de, bazı beklenmedik hatta ilk bakışta şaşırtıcı farklılıklar da görülebilmektedir. 2002-2008 döneminde kişi başı gelirin İtalya’da durakladığı, İspanya’da çok az arttığı, Yunanistan’da ise nispeten yüksek bir artış kaydettiği buna karşılık 2008-2019 döneminde bu ülkelerde, özellikle de Yunanistan’da, büyük gelir kayıplarının yaşandığı dikkate alındığında, gıda ve konut harcamalarının paylarının kişi başı gelir seviyeleri ve nispi fiyat değişimleri ile oldukça uyumlu olduğu gözlemlenmektedir. Oysa, üç Akdeniz ülkesinde ulaştırma payları birbirine oldukça yakın seviyelerde nispeten istikrarlı bir seyir izlerken, Türkiye’de çok düşük bir seviyeden üç Akdeniz ülkesine kıyasla çok yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Bu şaşırtıcı olgunun muhtemel nedenleri araştırma notunda tartışılmaktadır. Bir diğer şaşırtıcı olgu da yüksek gelir seviyesine rağmen İtalya’nın lokanta-otel harcamasında olağan üstü düşük bir paya sahip olmasıdır. Bu “muammanın” muhtemel nedenleri de notta tartışılmaktadır.

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

** Prof. Dr. Ozan Bakış, Betam, Direktör Yardımcısı, ozan.bakis@eas.bau.edu.tr

*** Mehmet Cem Şahin, Betam, Araştırma Görevlisi, mehmetcem.sahin@eas.bau.edu.tr

Giriş

Ekonomi yazınında hanehalklarının harcama seviyesi ve harcamaların bileşimi önemli bir araştırma alanıdır. Ülke geneli veya hane özelinde gelir seviyesi arttıkça tüketim yapısında değişim görülmesi olağandır. Hanelerin gelirleri yükseldikçe, temel ihtiyaç olarak tükettiği malların harcamadaki payı azalmakta buna karşılık “lüks” olarak adlandırılan mal ve hizmetlerin payı artmaktadır. Bu olgudan yola çıkarak bir mal ya da hizmet tüketiminin gelir esnekliği (gelirde yüzde 1 artışa karşılık ilgili mal ya da hizmetin tüketiminde artış yüzdesi) önemli bir araştırma konusudur. Dolayısıyla, farklı gelir seviyelerindeki ülkeler arasında harcama yapısı ciddi farklılıklar gösterebildiği gibi, aynı ülkede harcama yapısı da gelir seviyesi değiştiğinde değişim gösterebilmektedir. Tüketiminin gelir elastikiyeti 1’den düşük olan ürün grupları genellikle ($0 < \%x < \%1$) *temel ihtiyaç ürünü* olarak adlandırılırken, gelir elastikiyeti 1’den yüksek olan ürün grupları ($\%x > \%1$) genellikle *lüks ürün* olarak tanımlanmaktadır. Gelir etkisinin yanı sıra nispi fiyatlarda zaman içinde meydana gelen değişimler de mal ve hizmetlerin talebini etkilediğinden bu kanaldan da harcamaların bileşiminde değişimler görülebilmektedir.

Bu araştırma notunda önce Bireysel Tüketimin Amaca Göre Sınıflandırılması (COICOP) itibariyle başlıca ürünlerin temsili hanehalkının harcama paylarının Türkiye’de 2002-2019 döneminde izlediği seyir ardından aynı payların 2002-2020 döneminde Yunanistan, İtalya ve İspanya’da seyri kişi başı gelir (SGP) ve nispi fiyat dinamikleri çerçevesinde incelenmekte ve karşılaştırılmaktadır.

Türkiye’de gelir artışları ve tüketim harcamalarının evrimi, 2002-2019

Aşağıdaki tablodan da görülebileceği üzere Türkiye 2002-2008 arası yüksek büyüme döneminde satın alma gücü paritesi (SGP) cinsinden sabit fiyatlarla (2015 doları) kişi başı GSYH’sini 14.719 dolardan 19.599 dolara yükseltmiştir. Resesyon ve takiben hızlı toparlanma dönemi olan 2008-2012 arası ise ortalama büyüme yüzde 3,3’e gerilemiş, 2012-2019 döneminde ise yüzde 3,5 olmuştur. Sonuç olarak 2019 yılında SGP cinsinden kişi başı gelir 28.262 dolara erişmiştir.

Tablo 1 : SGP cinsinden sabit fiyatlarla kişi başı gelir, 2002- 2020 (2015 USD)

	Türkiye	
	Kişi başı gelir (2015 \$)	Ortalama büyüme (%)
2002	14.719	
2008	19.599	4,9
2012	22.275	3,3
2019	28.262	3,5
2020	28.491	0,8

Kaynak: OECD

Türkiye’de temsili hanehalkının tüketim harcamalarının evrimi: 2002-2019

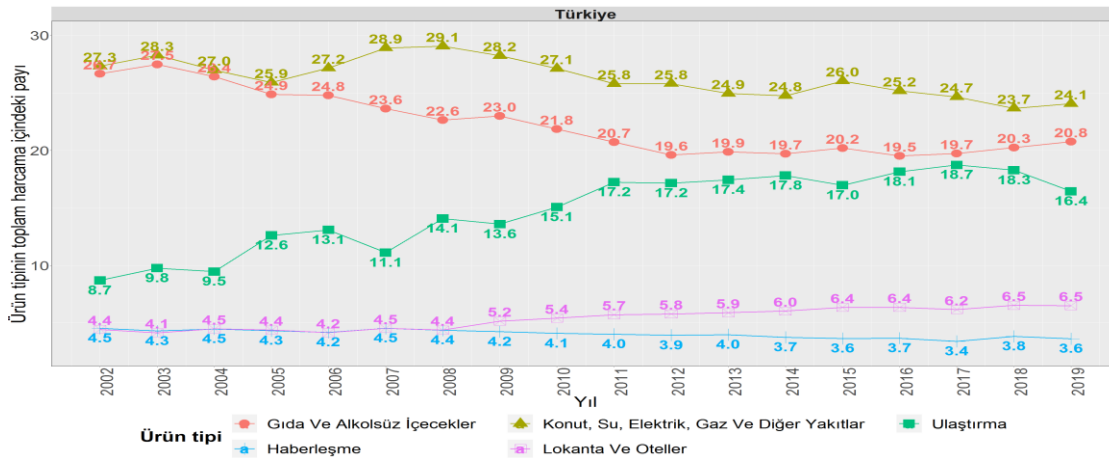
Temsili hanehalkının 12 kalemden oluşan harcamasının tümünü ele almak yerine yaklaşık yüzde 70’ini oluşturan beş kaleme odaklanmayı tercih ediyoruz: Bu kalemler, “Gıda ve alkolsüz içecekler” (kısaca gıda), “Konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlar” (kısaca konut), “Ulaştırma”, “Lokanta ve Oteller” “Haberleşme” den oluşmaktadır.

Şekil 1’e bakıldığında göze ilk çarpan 2002-2019 döneminde harcama paylarının zaman içinde belirgin bir şekilde farklılaşmasıdır. Kişi başı gelirde artış temposunun nispeten oldukça yüksek olduğu (yüzde 4,9) 2002-2012 döneminde Gıda harcaması payında hızlı bir azalma, buna karşılık Ulaştırma harcamasında daha da hızla bir artış gerçekleşmiştir. Gıda payı yüzde 27 civarından yaklaşık yüzde 20’nin altına gerilerken ulaştırma payı yüzde 9 civarından yüzde 17’nin biraz üzerine çıkmıştır. Bu dönemde Konutun payı dalgalı bir seyir izlese de¹ sonuçta sınırlı bir azalış görülmektedir. Keza Haberleşmenin payında da sınırlı bir azalma vardır. Lokanta-Otel payı ise önce durgun seyretmiş ardından yüksek büyüme ile artışa geçmiştir. Gelirler arttıkça düşük gelir esnekliğine sahip Gıdanın payı azalırken yüksek gelir esnekliğine sahip Ulaştırmanın payının artması beklenen bir gelişmedir.

Gelir artış temposunun yavaşladığı (yüzde 3,5) 2012-2019 döneminde gıda payı duraklamış hatta dönem sonuna doğru yüzde 20,8’e yükselmiştir. Bu duraklamanın büyük ölçüde gıda fiyat artışlarının genel tüketici fiyat artışının (TÜFE) son yıllarda belirgin ölçüde üzerinde seyretmesinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. 2003-2012 döneminde TÜFE-Gıda fiyat ortalama artış farkı -0,4 yüzde puan 2012-2019 döneminde bu fark -2,0 yüzde puandır. 2012’den 2019’a TÜFE toplamda yüzde 102 artarken gıda fiyatları yüzde 129 artmıştır (

Şekil 2). Ayrıca Türkiye ekonomisinin 2018’den itibaren düşük büyüme patikasına girdiği, 2019’da ekonomik büyümenin yüzde 0,9’da kaldığı not edilmelidir.

Şekil 1 : Türkiye’de temsili hanehalkının tüketim harcamalarının payı, seçili ürünler, 2002-2019



¹ Yakıt fiyatlarında büyük çapta düşüşlerin yaşandığı Küresel kriz yıllarında (2007-2009) enerji harcamasının önemli paya sahip olduğu Konut kaleminde ciddi bir artış vardır. Bu dönemde Ulaştırmanın payında da yüksek bir artış vardır.

Kaynak: TÜİK

2012-2019 döneminde Ulaştırmanın payında da duraklama barizdir. 2012'den 2017'ye yüzde 17,2'den ancak yüzde 18,7'ye yükselmiş, ardından da inişe geçerek 2019'da yüzde 16,4'e düşmüştür. Her ne kadar kişi başı gelir artış temposu bu dönemde önceki döneme kıyasla düşmüş olsa da yılda yüzde 3,5 artış az değildir ve normalde Türkiye koşullarında gelir esnekliği 1'in üzerine olan (iş ve tatil amaçlı uçak ve özel otomobil seyahatler) ulaştırma payında dikkate değer bir artışın ortaya çıkması beklenirdi.

Beklentinin gerçekleşmemesinin nedenini ilk olarak ulaştırma hizmetinin nispi fiyatındaki gelişmelerde aramak gerekir. 2002-2012 döneminde Ulaştırma endeksi TÜFE'ye paralel bir seyir izlemiştir (

Şekil 2): 2012 endeks değerleri sırasıyla 202,4 ve 206,8'dir. Bu durum 2014 yılına kadar devam etmiş hatta 2015'te Ulaştırma endeksi TÜFE'nin altından kalmıştır. Ancak 2016'dan itibaren Ulaştırma fiyatlarında hızlı bir artış görülmektedir. 2016'dan 2019'a TÜFE endeksi 100'den 148'e yükselirken Ulaştırma endeksi 156'ya yükselmiştir. Dolayısıyla ulaştırma hizmeti daha pahalı hale geldiğinden nispi fiyat artışının miktar üzerindeki negatif etkisinin gelir artışının pozitif etkisinden daha güçlü olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca ulaştırma payında 2018 ve 2019'da gözlemlenen azalmanın kişi başına gelirin durakladığı döneme denk geldiğini de hatırlatmak isteriz.

Bu bağlamda miktar etkisinin kısmi bir göstergesi olan otomobil sahipliğine de bakılabilir (Ek Şekil 1). TÜİK HBA mikro verisinden yaptığımız hesaplamalara göre 2002'de yüzde 23,2 olan otomobil sahipliği (her 1000 haneden 232'sinin otomobili mevcut) 2012'de yüzde 36,4'e (yüzde 57) yükselmiştir. 10 yıl için bu oldukça hızlı bir artıştır. Buna karşılık 2019'da sahiplik yüzdesi 43,8'dir; artış yüzde 20'den ibarettir. Bu da 7 yıl için oldukça düşüktür. Ayrıca en üst yüzde 20'lik gelir grubuna mensup hanelerde otomobil sahipliğinin 2013'ten itibaren yüzde 76 civarında, ikinci en yüksek yüzde 20'lik gelir grubunda ise 2016'dan itibaren yüzde 55 civarında bir doyum noktasına ulaştığı dikkat çekmektedir. Bir diğer dikkat çeken olgu da en düşük yüzde 20'lik gelir grubunda otomobil sahipliği 2012-2017 döneminde yüzde 4,9'dan 13,2'ye yükseldikten sonra son iki yılda inişe geçmiş olmasıdır.

Diğer üç harcama kaleminin paylarına gelince. 2012-2019 döneminde Lokanta-Otel ve Haberleşmede zıt yönlü gelişmeler öne çıkmaktadır. 2002'den 2012'ye yüzde 4,4'ten 5,8'e yükselen Lokanta-Otel payı bir ölçüde tempo kaybetse de 2019'da yüzde 6,5'e yükselmiştir. Bu düzenli artışın Lokanta-Otel nispi fiyatının çarpıcı bir hızla yükseldiği bir ortamda gerçekleşmiş olması da ayrıca vurgulanmalıdır. Nitekim 2003'ten 2019'a TÜFE yaklaşık 4,2 kat artarken Lokanta-Otel fiyatında artış 6,2 kattır (

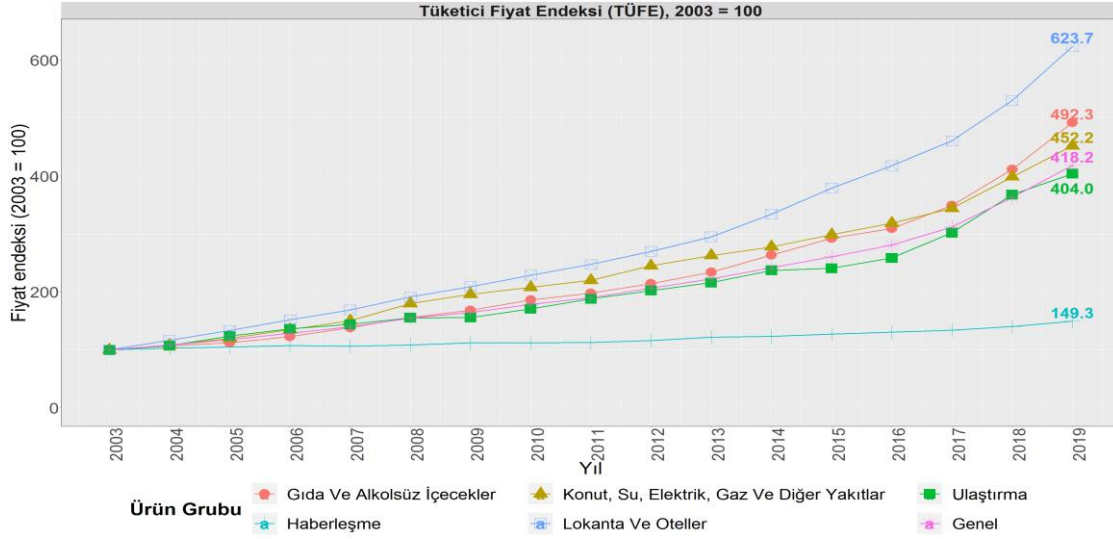
Şekil 2). Lokanta-Otel hizmetinin son derece "lüks" bir tüketim olduğuna ve gelir artışından etkilendiğine kuşku yoktur.

Haberleşme payında görülen azalma 2012-2019 döneminde de devam etmiştir. Yüzde 4,5'ten 3,9'a gerileyen pay 2019'da 3,6'ya inmiştir. Bu gelişme ilk bakışta internet ve cep telefonu çağında bu şaşırtıcı görünmektedir. Gelirler artarken Haberleşmenin payının da artması beklenirdi. Ancak Haberleşme nispi fiyatındaki muazzam düşüş dikkate alındığında gelişmenin şaşırtıcı bir tarafı kalmamaktadır. Nitekim TÜFE endeksi 2019'da 418'e yükselmişken Haberleşme fiyat endeksi ancak 149'a gelebilmiştir (

Şekil 2). Nispi fiyatta bu kadar büyük düşüşün yüksek verimlilik artışları ve bu piyasada yoğun rekabetin mevcudiyeti sayesinde mümkün olduğu söylenebilir.

Konut payında 2008’den itibaren gözlemlenen azalış eğilimi 2012-2019 döneminde de devam etmiştir. 2019’da bu harcama kaleminin payı yüzde 24,1’dir; 2002’de yüzde 27,3’tü. İncelemeye aldığımız beş harcama kalemi içinde Konut uzak ara en dalgalı seyre sahip harcamadır. Nedeni enerji fiyatlarındaki büyük dalgalanmalardır. Kira harcaması bu dönemde fazla etkili değildir.

Şekil 2 : Türkiye TÜFE Endeksi (2003 = 100)



Kaynak: TÜİK

Türkiye, Yunanistan, İspanya ve İtalya’da gelirler ve tüketim harcamalarının evrimi, 2002-2019

Türkiye’yi üç Akdeniz ülkesiyle karşılaştırmayı uygun bulduk. Bu tercihin başlıca üç nedeni söz konusu: İlki bu ülkelerin Türkiye’den daha gelişmiş ve daha yüksek kişi başına geliri düzeyine sahip olmalarıdır. İkinci neden kişi başı gelir artışlarının incelenen dönemde hem Türkiye’den hem de kendi aralarında oldukça farklı olması, son neden de kültürel gelenekler açısından kimi ortak tüketim alışkanlıklarına ve davranışlarına sahip olmalarıdır.

Akdeniz ülkelerinde kişi başına gelirden büyük dalgalanmalar

Türkiye, Yunanistan, İtalya ve İspanya’nın satın alma gücü paritesi 2015 doları cinsinden kişi başı gelirlerinin seyri Tablo 2’de verilmektedir. 2002 yılında dört ülke arasında kişi başı gelir en düşük olan Türkiye’de 15 bin dolara yakın iken Yunanistan’da 29,5 bin, İspanya’da 34 bin, İtalya’da ise 40 bin dolar kadardır. 2002-2008 arası Türkiye ve Yunanistan’da gelir artışının ciddi seviyelerde olduğu (yılda ortalama yüzde 4,9 ve 3,0) görülürken İspanya’da artış ılımlı, İtalya’da ise yok denecek kadar azdır.

Küresel resesyon ve sonrasındaki toparlanma dönemini içeren 2008-2012 arasında ise Türkiye’de kişi başı gelirin ivme kaybettiği, diğer üç ülkede ise gerilediği görülmektedir. Özellikle Yunanistan’da kişi başı gelirin şiddetli ekonomik krizinin etkisiyle 35 bin dolar civarından 27 bin dolara kadar düşmüştür. 2012-2019 döneminde ise Yunanistan’a uygulanan kurtarma paketi, İspanya’ya verilen banka kurtarma yardım paketi² ve Avrupa Merkez Bankası’nın varlık alım programları³ sayesinde bu üç Akdeniz ülkesinde kişi başı gelirlerde sınırlı bir artış görülmektedir (Tablo 2). Bu dönemde Türkiye’de kişi başı yıllık gelir artışı yüzde 3,5 düzeyindedir.

Pandemi yılı olan 2020’de ise Türkiye’de kişi başı gelir artışı az da olsa pozitif kalırken üç Akdeniz ülkesinde büyük düşüşler yaşanmıştır: Kişi başı gelir bir yılda Yunanistan’ın yüzde 8,9, İtalya’nın yüzde 8,6 gerilerken İspanya’da gerileme yüzde 11’lere ulaşmıştır.

Tablo 2 : SGP cinsinden sabit fiyatlarla kişi başı gelir, 2002- 2020 (2015 USD)

	Türkiye		Yunanistan*		İspanya		İtalya	
	SGP cinsinden kişi başı gelir (2015 \$)	Ortalama yıllık büyüme (%)	SGP cinsinden kişi başı gelir (2015 \$)	Ortalama yıllık büyüme (%)	SGP cinsinden kişi başı gelir (2015 \$)	Ortalama yıllık büyüme (%)	SGP cinsinden kişi başı gelir (2015 \$)	Ortalama yıllık büyüme (%)
2002	14.719		29.591		33.939		40.240	
2008	19.599	4,9	35.409	3,0	36.620	1,3	40.645	0,2
2012	22.275	3,3	26.819	-6,7	33.407	-2,3	37.637	-1,9
2019	28.262	3,5	28.122	0,7	38.126	1,9	39.190	0,6
2020	28.491	0,8	25.613	-8,9	33.821	-11,3	35.827	-8,6

*: Yunanistan ulusal hesaplar serisinde 2010 yılından sonra metodolojik kırılma görülmektedir

Kaynak: OECD

Türkiye ve Akdeniz ülkelerinde tüketim harcamalarının karşılaştırılması

Kişi başı gelirdeki gelişmelerin ışığında Türkiye ve söz konusu diğer üç Akdeniz ülkesinde hanehalklarının bütçe paylarının karşılaştırmasını yine aynı 5 ana ürün üzerinden yapıyoruz:

- Gıda ve alkolsüz içecekler
- Konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlar
- Ulaştırma
- Lokanta ve oteller
- Haberleşme

² Açıklayıcı ve kısa özet için haber [linkine](#) tıklanabilir.

³ Detay için kaynak: ECB ([link](#))

Bu ürünler arasında, gıda, konut gibi temel ihtiyaç ürünü olduğu tartışılmayacak olanlar olduğu gibi lokanta-otel ve ulaştırma gibi lüks ürün olarak sınıflandırılabilir ürünler de yer almaktadır. Bu 5 ürünün dört ülkenin hanehalkı harcamalarında yüzde 70'in üzerinde paya sahip olduğunu belirtmek isteriz.

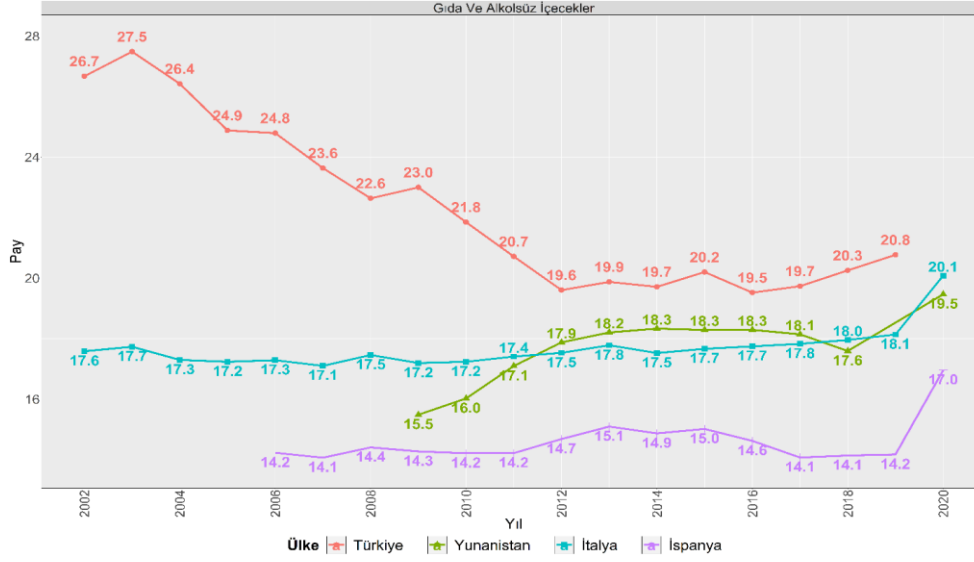
1- Gıda ve alkolsüz içecek harcamalarında beklenen ve beklenmeyen farklılıklar

Dört ülkede gıdanın harcamalar içindeki payının seyrine Şekil 3'te bakıldığında 2002'de beklendiği gibi Türkiye'de gıdanın payının diğer ülkelere kıyasla çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Kişi başı gelirin de aynı dönemde diğer ülkelerin yarısından da az olduğu düşünüldüğünde (Tablo 2) bu durum olağan karşılanabilir. Yine de ülkeler arası karşılaştırma yaparken gıdanın toplam harcama içindeki payı ile kişi başı gelir arasındaki ters yönlü ilişkinin tamamen teyit edildiğini söylemek güçtür. Nitekim kişi başı gelirin İtalya'da İspanya ve Yunanistan'a kıyasla daha yüksek olmasına rağmen İspanya'da gıdanın payının İtalya'ya kıyasla daha düşük kaldığı (Şekil 3) gözlemlenmektedir. Yunanistan'da gıda payının İspanya'dan yüksek olması kişi başı gelirin daha düşük olduğu düşünüldüğünde olağan karşılanabilir, ancak İtalya ile benzer düzeyde olması ilginçtir. Bu olgu İtalya'da gıda fiyatlarının nispeten yüksek olabileceğine dair bir diğer karene olarak görülebilir. Ancak daha aşağıda ele alacağımız Lokanta ve Otel harcamasında İtalya ile bu iki ülkeler arasındaki çarpıcı farkında bu "anomalide" önemli bir paya sahip olması çok muhtemeldir.

Bununla beraber, Türkiye'de gıda ve alkolsüz içeceklerin bütçe payının son derece hızlı bir şekilde 2002-2012 arası düştüğü, Yunanistan'da ise 2009-2012 arası yükseldiği görülmektedir (Şekil 3). Yunanistan'da ortalama hane nispi olarak yoksullaşırken Türkiye'de zenginleştiği göz önüne alındığında bu beklenen bir gelişmedir. Nitekim Yunanistan'da gıdanın toplam harcama payı 2010'dan 2013'e %16,0'dan %18,3'e çıkarken kişi başına gelir aynı dönemde neredeyse her yıl azalmıştır (Tablo 2).

Gıda payının seyrinde dikkat çeken bir diğer olgu da bu payın Türkiye'de 2016'dan itibaren artış eğiliminde olmasıdır (Şekil 3). 2016'da yüzde 19,5'e kadar gerileyen gıda payı bu yıldan itibaren ılımlı artışla 2019'da yüzde 20,8'e yükselmiştir. Her ne kadar kişi başı gelir artışı 2018'den itibaren durağanlaşmış olsa da gıda harcama payındaki artışın gıda nispi fiyatlarında görülen yüksek artış ile yakın bir ilişkisi olduğu anlaşılmaktadır. 2016'dan 2019'a gıda fiyatları yüzde 59 artarken TÜFE'de artış yüzde 49'dur (Şekil 2).

Şekil 3 : Gıda ve alkolsüz içeceklerin tüketim harcamaları içindeki payı, 2002-2020



Kaynak: TÜİK, İSTAT, INE, ELSTAT

Türkiye hariç (2020 yılında hanehalkı bütçe anketi yapılmamıştır) diğer ülkelerde 2020 yılında harcamaların nasıl değiştiğine bakıldığında üç ülkede de gıda harcamalarının payının arttığı görülmektedir. İspanya’da bu pay 2,8 yüzde puan artarken, Yunanistan ve İtalya’da da sırasıyla 1,9 ve 2,0 yüzde puan artmıştır. Bu yükselişte, pandemi yılında kişi başı gelirden yaşanan büyük düşüş etkili olmuştur (Tablo 2). Buna ek olarak, sosyal mesafe uygulamalarının haneleri evde yemek yapmaya sevk etmesi de gıdanın payının İtalya, İspanya ve Yunanistan’da artmasına sebep olduğu söylenebilir. Nitekim aşağıda gösterileceği gibi Lokanta-Otel harcama payının da 2020’de önemli ölçüde düştüğü görülmektedir.

2- Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar; Gelir esnekliği çok düşük bir harcama

Konutun payının zaman içerisinde dört ülkedeki seyrine Şekil 4’te bakıldığında kişi başı gelir ne kadar yüksek ise konut payı da o ölçüde yüksek olmaktadır. Dört ülke arasında konutun en yüksek paya sahip olduğu ülke, kişi başı gelirin en yüksek olduğu İtalya’dır. Konut harcamasının gelir elastikiyetine dair çeşitli tahminler yapılmaktadır. Barınma amacıyla tüketilen konut hizmeti her ne kadar temel ihtiyaç ürünü olarak görülebilecek olsa da konut tüketiminin aynı zamanda hanelerin maddi durumunu göstermede önemli bir araç olması vb. faktörler dolayısıyla gelir arttıkça harcamada konutun payı da artabilmektedir.

Ülkelerde konutun payının zaman içindeki değişimine baktığımızda İtalya’da 2002-2013 konutun payının neredeyse hiç durmaksızın arttığı görülmektedir. Yine de 2002-2008 dönemi ile 2008-2013 arası dönemi ayırmak gerekiyor. 2002-2008 arası İtalya’da ev fiyatı / harcanabilir gelir oranının arttığı görülürken⁴, 2008-2013 döneminde küresel kriz nedeniyle bu oran sabit kalmış buna karşılık düşen gelirlerin etkisiyle

⁴ Kaynak: OECD ([link](#))

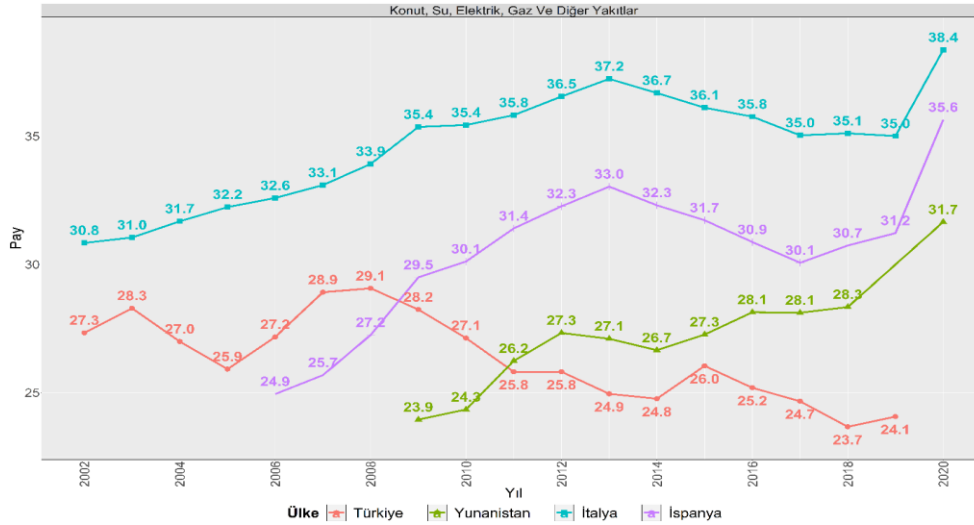
konutun payında artış meydana gelmiştir. Küresel kriz nedeniyle işsizlik ve uzun süreli işsizliğin⁵ çok şiddetli yükseliş gösterdiği ve ciddi gelir kayıplarına yol açtığı İspanya’da ise⁶ konutun payı, 2008-2013 arası ev fiyatı / harcanabilir gelirin düşmesine rağmen (ev fiyatlarındaki düşüşten dolayı⁷) konutun payı yüzde 27,2’den yüzde 33’e kadar yükselmiştir. Yunanistan’da yaşanan gelir kaybı sonucunda konut harcamaları haneler üstünde ciddi bir yük yaratmış, konut harcamalarının toplam harcamanın yüzde 40’ını aştığını söyleyen kişi oranı⁸ 2010-2013 arasında %18,1’den %36,9’a kadar yükselmiştir. Bu dönemde konutun payında yüzde 23,9’dan yüzde 27,1’e ciddi bir yükseliş görülmektedir.

Krizin etkilerinin sönümlenmeye başladığı 2013’ten itibaren ise konutun payı İtalya ve İspanya’da düşüşe geçmiştir. İtalya’da konut harcamalarının payı 2013-2019 arasında yüzde 37,2’den yüzde 35,0’e İspanya’da ise yüzde 33,0’dan yüzde 31,2’ye gerilemiştir. Yunanistan’da ise gelir artışı konutun payında ciddi bir değişime yol açmamıştır (Şekil 4).

Türkiye’de ise hatırlatmak gerekirse konutun payı enerji fiyatlarındaki dalgalanmalarla ilişkili olarak dalgalı bir seyir izlemiştir. 2008’de yüzde 29,1’e kadar yükseldikten sonra düşüş trendine girmiş, serinin sona erdiği 2019’da 5 yüzde puan gerileyerek yüzde 24,1’e kadar düşmüştür.

Son olarak İtalya, İspanya ve Yunanistan’da pandemi yılı 2020’de konut harcamalarının payında sert yükselişler dikkat çekmektedir. Kişi başı gelirden büyük kayıpların yaşandığı bu dönemde konut harcama payında yükseliş şaşırtıcı değildir. Gelir şokları ile karşılaştıklarında hanelerin konut ve ısınma harcamalarını gelir kayıplarına paralel bir şekilde kısamadıkları açıkça görülmektedir.

Şekil 4 : Konutun tüketim harcamaları içindeki payı, 2002-2020



Kaynak: TÜİK, İSTAT, İNE, ELSTAT

⁵ Kaynak: Eurostat ([link](#))

⁶ Kaynak: Eurostat ([link](#))

⁷ Kaynak: OECD ([link](#))

⁸ Kaynak: Eurostat, EU-SILC ([link](#))

3- Ulaştırma harcamalarında Türkiye paradoksu

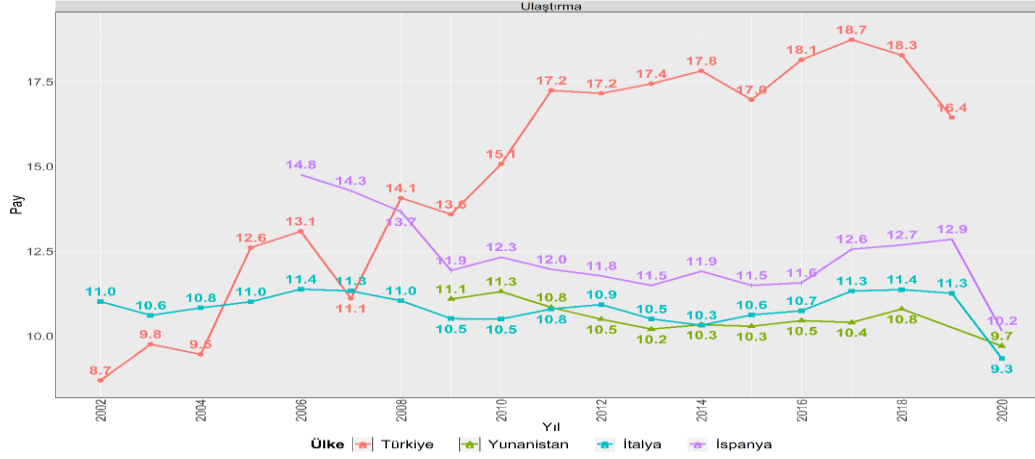
Ulaştırma harcamalarının gelir esnekliğine sahip olabileceğini yukarıda da belirtmiştik. Ulaştırmanın harcamalar içindeki payı ülkeler arasında karşılaştırıldığında bazı ilginç gözlemler yapmak mümkündür. Üç Akdeniz ülkesinde ulaştırma harcamalarının payları (yüzde 10-12) birbirine çok yakın düzeydedir. Bu ülkelerde kişi başı gelir seviyeleri arasında büyük bir fark olmadığı düşünüldüğünde bu sonuç şaşırtıcı değildir. Öte yandan 2019'a kadar ulaştırma harcamalarının paylarında önemli sayılabilecek bir değişim olmadığı gözlemlenmektedir. Oysa 2008-2012 döneminde küresel krizin etkisiyle bu ülkelerde farklı şiddette gelir kayıplarının (Tablo 2) ve işsizlik artışlarının yaşandığını biliyoruz. Bu olumsuz gelişmelerin ulaştırma harcamalarının payını, sınırlı ölçüde de olsa, özellikle Yunanistan ve İspanya'da düşürdüğü gözlemlenmektedir. Gelir kaybının düşük kaldığı İtalya'da ise çok kısa bir süre ulaştırma harcama payında ılımlı bir azalma olduğu görülmektedir. Buna karşılık pandemi yılı 2020'de biryandan kişi başı gelirin İtalya'da yüzde 8,6, Yunanistan'da yüzde 8,9, İspanya'da yüzde 11,3 oranında azalmasının (Tablo 2) diğer yandan seyahatlere getirilen kısıtlamalarının ulaştırma harcama paylarını önemli ölçüde düşürdüğü gözlemlenmektedir (Şekil 5).

Ulaştırma harcama payının Türkiye'de seyri bu üç Akdeniz ülkesinden çok farklıdır (Şekil 5). 2002'de yüzde 8,7 olan bu pay 2017 yılında yüzde 18,7'ye yükselerek üç Akdeniz ülkesinin çok üzerine çıkmıştır. Bu dönemde Türkiye'de kişi başına gelirin yaklaşık iki kat arttığını biliyoruz (Tablo 1). Ancak ulaştırmanın payında görülen bu muazzam yükselişinin nedeninin sadece kişi başı gelirle açıklanması güçtür. Ayrıca dönemin sonunda Türkiye'de SGP cinsinden kişi başı gelir Yunanistan'ı yakalarken, İspanya ve İtalya ile farkı oldukça azaltmıştır. Oysa 2017'de ulaştırmanın payı Türkiye'de yüzde 18,7'ye yükselmişken İspanya'da yüzde 12,6, İtalya'da 11,3, Yunanistan'da 10,4 düzeyindeydi (Şekil 5). İlk yaklaşımda paradoksal görünen bu durumun üzerinde durulmaya değer.

Önce harcama paylarının ülkeler arası karşılaştırılmasının önemli bir özelliğine dikkat çekmek isteriz. Harcamaların paylarının toplamı tanım icabı 100 olduğundan, bir ülkede herhangi bir zaman diliminde bir harcama payı diğer ülkedeki paydan belirgin ölçüde yüksek ise doğal olarak diğer harcama payları da az ya da çok düşük olacaktır. Tersinden söylersek, bir ülkede toplam içinde önemli bir paya sahip bir harcamanın diğer ülkeye kıyasla büyük ölçüde düşüklüğü bu ülkede "lüks" niteliğindeki bir harcamanın payını görece olarak yükseltmesi doğaldır. Nitekim Konut harcama payı Türkiye'de 2017'de yüzde 24,7 düzeyindeyken İtalya'da yüzde 35, İspanya'da yüzde 30, Yunanistan'da yüzde 28'dir. Türkiye'de konuta görece olarak daha az harcama yapıldığından ulaştırmaya daha fazla pay ayrılması normaldir.

Yine de harcama bileşimlerindeki farklardan kaynaklanan bu etki paradoksu açıklamada yetersiz kalabilir. Bir diğer muhtemel etki de araba sahipliğinde görülen artıştır. 2002'de hanelerin yaklaşık yüzde 23'ü otomobil sahibi iken bu oran 2017'de yüzde 43'e yükselmiştir (Ek Şekil 1). Dolayısıyla bu gelişmenin ulaştırma payını artırıcı bir etki yaptığı söylenebilir. Kişi başı gelir artışının durakladığı 2018-2019 döneminde araba sahipliğinin de durakladığı görülmektedir. Aynı zamanda ulaştırma harcamalarının payı da bu iki yılda yüzde 18,7'den 16,4'e gerilemiştir. 2019 yılında Türkiye ile üç Akdeniz ülkesi arasındaki ulaştırma harcama payı farkı da azalmıştır (Şekil 5).

Şekil 5 : Ulaştırmanın harcamalar içindeki payı, Ülke, 2002-2020

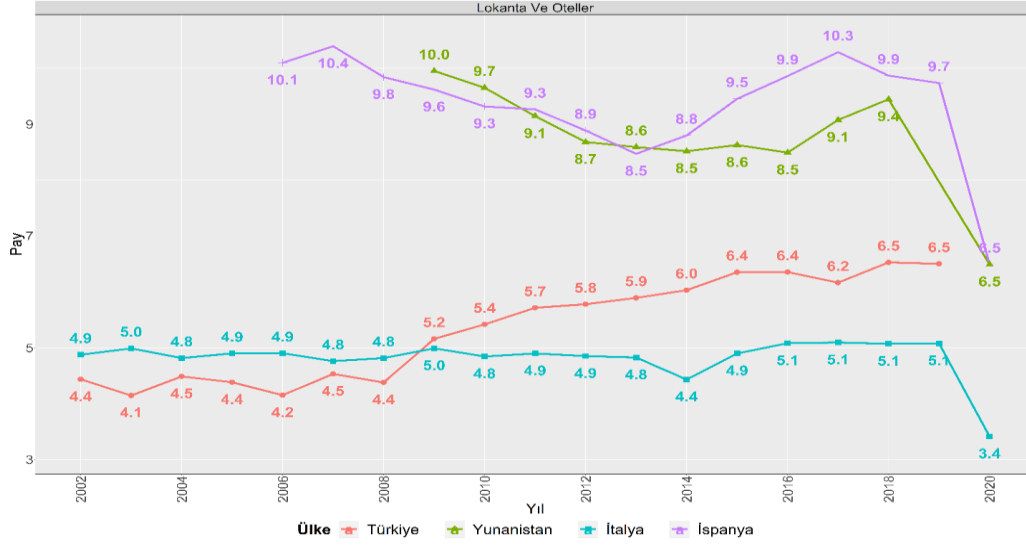


Kaynak: TÜİK, İSTAT, İNE, ELSTAT

4- Lokanta ve Otel harcamalarında İtalya muamması

Ulaştırmaya kıyasla lüks tüketim niteliği daha belirgin olan lokanta ve otellerin harcama payları karşılaştırıldığında çarpıcı bir olgu hemen dikkat çekmektedir. Üç Akdeniz ülkesi içinde en yüksek kişi başı gelire sahip İtalya’da bu kalemin harcama payı İspanya ve Yunanistan’ın yarısı kadardır. İtalya’da yaklaşık yüzde 5’e karşılık yüzde 9-10 (Şekil 6). İtalya’da lokanta ve otel fiyatları görece olarak diğer iki ülkeye kıyasla çok farklı olabilir mi? Kişisel deneyimlerimize göre Yunanistan’da lokantada yeme içmenin ve otelde konaklamanın İtalya’ya kıyasla nispeten ucuz ama İspanya’da o kadar da farklı olmadığını söyleyebiliriz. Ama aynı zamanda Yunanistan’da kişi başına gelirin İtalya’dan daha düşük olduğu da bir vakadır (Tablo 2). Kısacası, İtalya’da lokanta ve otel harcama payının Doğu ve Batı komşularına kıyasla yarı yarıya daha düşük olması bir çeşit bilmece hatta muamma niteliğindedir. İlk akla gelen ve yegâne açıklama İtalyanların İspanyol ve Yunanlılara kıyasla evde geniş aile yemeklerini lokantada yemeklere tercih ettikleridir. Bu kültürel davranış farkı bu büyüklükteki farkın tümünü açıklamaya yeter mi? Açıkçası mevcut bilgiler çerçevesinde bu soruya kesin bir yanıt vermek mümkün değildir.

Şekil 6 : Lokanta ve otellerin harcamalar içindeki payı, Ülke, 2002-2020



Kaynak: TÜİK, İSTAT, İNE, ELSTAT

Türkiye'ye gelince. İtalya istisnasını bir yana bir bırakırsak, Türkiye'de lokanta ve otel harcama payı beklendiği gibi İspanya ve Yunanistan'dan daha düşüktür. Bununla birlikte kişi başı gelir artışına paralel olarak bu pay zaman içinde sürekli artarak 2002'de yüzde 4,4'ten 2019'da yüzde 6,5'e yükselmiştir. Bu artışa gelir etkisinin yanı sıra lokanta ve otel nispi fiyatlarında 2005'ten itibaren görülen artışın etkisinin de katkıda bulunduğu söylenebilir (Şekil 2). TÜFE endeksi (2005=100) 2019'da 355'e yükselirken Lokanta ve Otel fiyat endeksi 467'ye yükselmiştir.

Lokanta-otel harcama payının ülkelerde zaman içindeki seyrine baktığımızda İtalya'da sabit kaldığı, krizden şiddetli derecede etkilenen İspanya ve Yunanistan'da ise düştüğü görülüyor. Bununla beraber ekonomik toparlanmanın başlamasıyla İspanya'da 2019 yılına gelindiğinde lokanta ve otel harcama payının 2008-2009 değerini yakaladığı, Yunanistan'da ise 2016-2018 arasında yüzde 8,5'ten yüzde 9,4'e yükseldiği gözlemlenmektedir (Şekil 6). Pandemi ise bu harcamanın payında büyük bir düşüş yaşanmıştır. Gelirlerde azalmanın ve kısıtlamaların etkileri barizdir.

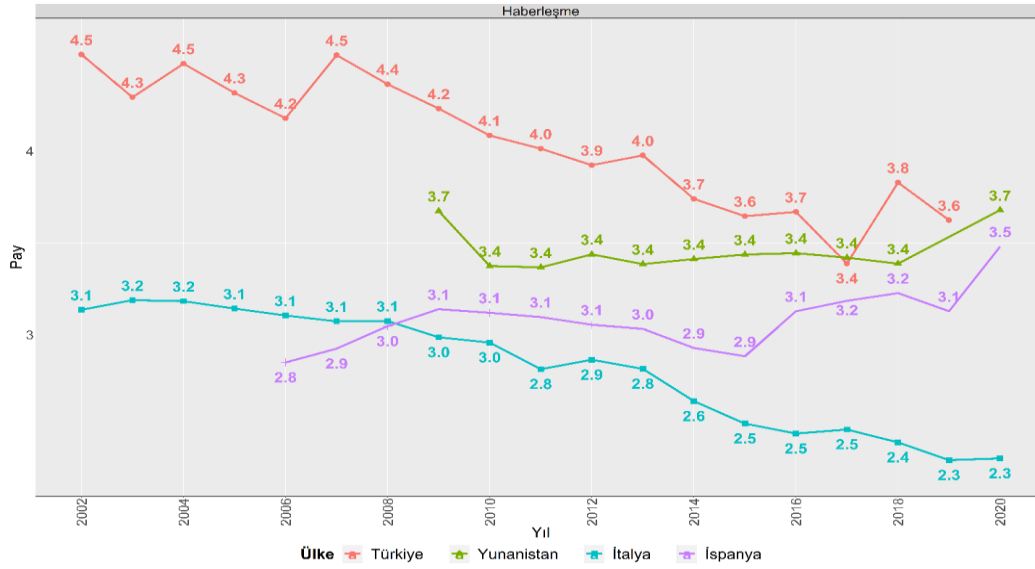
5- Haberleşme; teknolojik gelişmelerin nispi fiyat etkisi

İncelemeye aldığımız son harcama kalemi olan haberleşmenin bütçe içindeki payını ülkeler arasında karşılaştırdığımızda harcama içindeki pay ile kişi başı gelir arasında ters bir ilişki olduğu görülmektedir (Şekil 7). Haberleşmenin harcama içindeki payının en yüksek olduğu ülke Türkiye olurken, en düşük olduğu ülke İtalya'dır. Bütçeden haberleşmeye ayrılan paylar nispeten düşük olup ülkeler arasında da önemli bir fark yoktur. İlk yıllarda haberleşme payı Türkiye'de yüzde 4,5 İtalya ve İspanya'da yüzde 3 civarındadır. 2008'de SGP cinsinden kişi başı gelir İtalya'da Türkiye'nin yaklaşık iki katı olduğuna göre haberleşme payının İtalya'da daha düşük olması doğaldır.

Haberleşmenin payının zaman içindeki seyri dikkat çekicidir. Türkiye'de 2007'den, İtalya'da 2009'dan itibaren haberleşme payında hızlı ve sürekli bir azalma gözlemlenirken, İspanya ve Yunanistan'da belirgin

bir eğilim yoktur (Şekil 7). Türkiye ve İtalya’da haberleşme harcama payı çok benzer bir düşüş sergilese de bu dönemde kişi başı gelir artışı bu iki ülkede çok farkı bir seyir izlemiştir. Türkiye’de 2007-2017 döneminde kişi başı gelirden 1,5 kate yakın bir artış yaşanırken (Tablo 2) haberleşmenin payı yüzde 4,5’ten 3,4’e gerilemiş İtalya’da ise kişi başı gelir yerinde sayarken 2008’de yüzde 3,1 olan pay 2019’da yüzde 2,3’e düşmüştür. Türklerin haberleşme harcamalarını gelir artışına paralel bir şekilde artırmadıkları pek söylenemeyeceğine, İtalyanların haberleşmeye giderek daha az harcama yaptıkları ise hiç söylenemeyeceğine göre nispi fiyat dinamiklerine bakmak gerekir. Betamın yayınladığı yeni bir araştırma Türkiye’de teknolojik ilerlemeler özellikle de mobil ve sabit geniş bant internetin yaygınlaşmaya başlamasıyla haberleşme nispi fiyatının, Şekil 2’de görüldüğü gibi, önemli ölçüde düştüğünü göstermiştir⁹. İspanya ve Yunanistan’da ise haberleşme nispi fiyatı Türkiye ve İtalya’ya kıyasla çok daha sınırlı bir düşüş görülmektedir. Bu bakımdan bu iki ülkede haberleşme harcama payında belirgin bir eğilim olmaması şaşırtıcı değildir¹⁰.

Şekil 7 : Haberleşmenin harcamalar içindeki payı, Ülke, 2002-2020



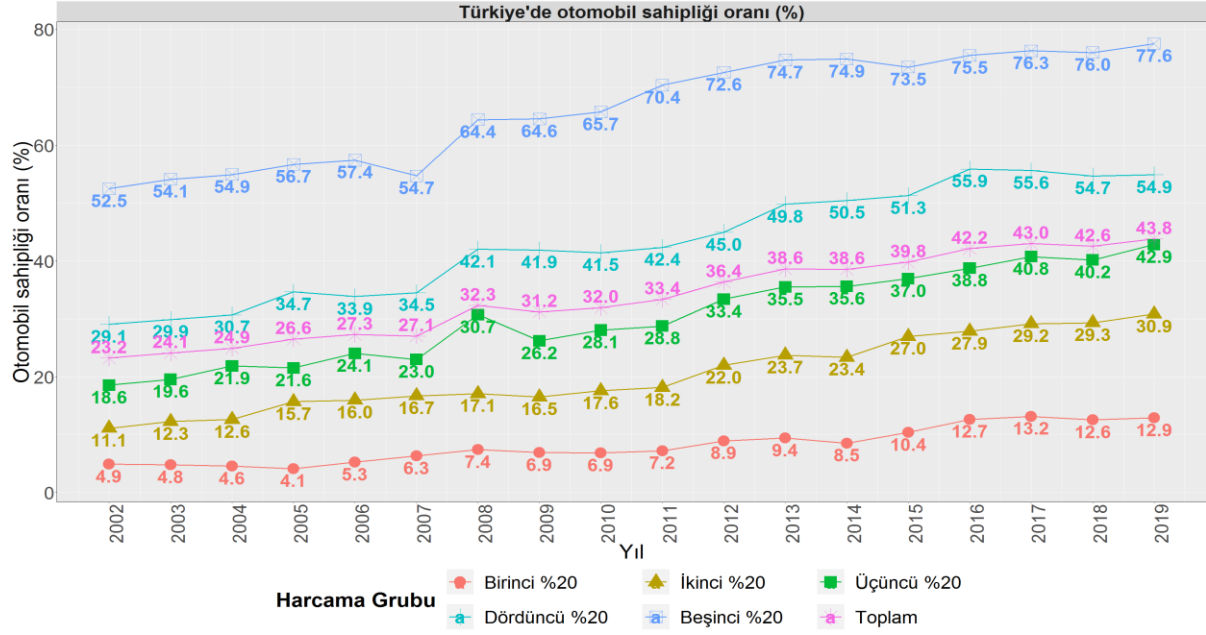
Kaynak: TÜİK, İSTAT, INE, ELSTAT

2020’de ise pandeminin haberleşme üzerinde yaptığı genişletici etkiyle harcama payında düşüş eğiliminin İtalya’da durakladığı, Yunanistan ve İspanya’da önemli ölçüde arttığı dikkat çekmektedir (Şekil 7). Türkiye’de ise haberleşme payının gelir artışının durduğu düşük büyüme döneminde (2018-2019) bir miktar yükseldiği görülmektedir. Bu olgunun haberleşmenin zorunlu ihtiyaç haline geldiğini gösteriyor olabilir.

⁹ Yakın zamanda Ozan Bakış ve Emin Köksal tarafından yazılan, “TÜRKİYE’DE BİLGİ İLETİŞİM HARCAMALARI ve DİJİTALLEŞME” başlıklı rapora [linkteki Betam web sitesine](#) tıklayarak ulaşabilirsiniz.

¹⁰ Diğer ülkelerdeki gelişmeye bakmak için [Eurostat kaynağına](#) bakılabilir. Talep edenlerle tablomuzu paylaşabiliriz.

Ek Şekil 1 : Türkiye’de hanelerin otomobil sahipliği oranı, Harcama grupları, %, 2002-2019



Kaynak: TÜİK