

Verilerin Dili: Ekonomiyi Nasıl Okumalıyız?

Baki Alkaçar





Verilerin Dili: Ekonomiyi Nasıl Okumalıyız?

Baki Alkaçar

Yayın No: 316

İstanbul, 2016

Türkiye Bankalar Birliği

Nispetiye Caddesi
Akmerkez B3 Blok Kat:13
34340 Etiler-İSTANBUL
Tel. : +90 212-282 09 73
Faks : +90 212-282 09 46
İnternet sitesi: www.tbb.org.tr

Baskı-Yapım

G.M. Matbaacılık ve Ticaret A.Ş.
100. Yıl Mah. MAS-SİT 1.Cadde No:88
34204 Bağcılar - İSTANBUL
Tel. : +90 212 629 00 24 (pbx)
Fax : +90 212 629 20 13
e-mail: bilgi@goldenmedya.com.tr
İnternet sitesi: www.goldenmedya.com.tr

© Kitapta yer alan görüşler eser sahiplerine aittir.
Türkiye Bankalar Birliği'nin görüşlerini yansıtmaz.
Türkiye Bankalar Birliği bu kitabın hatasız olarak
basılmasında gerekli özeni göstermekle birlikte
kitaptaki olabilecek hatalardan dolayı herhangi
bir hukuki sorumluluk üstlenmemektedir.

Bu yayın Türkiye Bankalar Birliği internet sitesinde yer almaktadır.

ISBN 978-605-5327-64-4 (Basılı)
ISBN 978-605-5327-63-7 (Elektronik)

Sertifika No: 17188

2016.34.Y.5327.316

Baskı Tarihi: Mart 2016

Sunuş

“Verilerin Dili” ekonominin kısa dönemde nereye gittiğini anlamak isteyenler için rehber niteliğinde bir çalışma. Çalışma iki bölümden oluşuyor. Birinci bölümde ekonomik gelişmelerin kısa dönemde nasıl kavranması gerektiği üzerinde duruyoruz. Ekonomiyi izlemek için hangi verilerin dikkate ele alınması gerektiğine bu bölümde değindik. Ekonomik gelişmelerin temel dinamiğinin talep olduğu, bu nedenle ekonominin özellikle tüketim verileri üzerinden izlenilmesi gerektiği, talep değişmelerinin ekonomide dalgalanmalara yol açtığı, izlemenin esas itibarıyla bu dalgalanmanın neresinde olduğumuzu kavrama işi olduğu hususları bu bölümde tartışıldı. Bu tartışmalar çerçevesinde ekonomiyi izlemek için iki veri seti ortaya çıktı. Bunlardan biri ekonomiyi tüketim verileri üzerinden izlemeye odaklanırken, diğeri de üretim yönünden konuyu ele alıyordu. Birinci bölümün sonunda ekonomiyi nasıl izlediğimizi göstermek için bir örnek sunduk.

Çalışmanın ikinci bölümünde, bütünden parçaya gitmek yerine, parçadan bütüne gitmeyi tercih ettik ve hemen her gün bir yenisi yayınlanan ve gündeme oturan ekonomik verileri ele alarak, bu verilerin ekonomik gelişmeler konusunda hangi anlamlarla yüklü olduğunu irdelemeye ve ekonomik gelişmeler konusunda hangi ipuçlarını verdiğini anlamaya çalıştık. Bunu yaparken çeşitli köşe yazarlarının veriyi nasıl ele aldıklarına dair örnekler sunduk ve onların bakış açısını inceledik.

Böylece ortaya ekonomik gelişmeleri izlemek isteyenler için makro ekonomi kitabının küçük bir kopyası olmayan, ekonomik gelişmelere politika yapıcısı gözle bakmayan, bir “izleme” ve “veri okuma” kitabı ortaya çıktı. Bu kitapla ekonomi yazınında var olduğunu düşündüğüm bir eksikliği gidermeye çalıştım.

Kitap, iki yıllık bir çalışmanın ürünü. Ancak arkaplanda ekonomi bürokrasisi içinde ekonomik gelişmeleri izlemek ve politika geliştirmek ve uygulamakla geçen uzun bir kariyer var. Şimdi Ekonomi Bakanlığı olan, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Tokyo Ticaret Müşavirliği, Dünya Ticaret Örgütü Daimi Temsilciliği, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi ve halen içinde bulunduğum Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nda geçirdiğim günlerde edindiğim bilgi birikimi ve tecrübeyi, kitaba yansıtmaya çalıştım.

Kitabın oluşumunda doğal olarak yukarıda saydığım kurumlarda birlikte çalıştığım bütün arkadaşlarımın katkısı var. Bu arkadaşlarım arasında kitabın isim babası olarak tanımlayacağım Aziz Turhan’ı ve yakın çalışma arkadaşım Yakup Asarkaya’yı zikretmeliyim. Kitabın taslaklarını okuma zahmetine katlanan Adnan Yaylacı’yı da ayrıca anmam gerek. Tabii Recep Beşen’i unutmamalıyım. Anadolu Üniversitesinde 2013-2014 döneminde verdiğim Ekonomik Göstergeler ve Yorumlanması dersini alan öğrencilerim

kitaba çok katkı yaptılar. Bütün arkadaşlarıma ve öğrencilerime teşekkür ediyorum. Benden hiçbir zaman desteğini esirgemeyen ve daima teşvik eden sevgili eşim Esin'e ve oğlum Ömer'e de çok müteşekkirim. Onların anlayışı ve sağladıkları huzur olmasaydı bu kitabın ortaya çıkması mümkün olmazdı.

Bütün dikkatime ve özen göstermeme rağmen muhtemelen kitapta bazı eksiklikler ve yanlışlar bulunuyordur. Bunlar için peşinen özür diliyorum.

Her şeye rağmen, "Verilerin Dili" ile ekonomik gelişmeleri okumak isteyenlerin düşünce dünyasına bir katkı yapacağımı umut ediyorum. Bu nedenle de kitabın okuyucuyla buluşmasını sağlayan herkese, özellikle Türkiye Bankalar Birliği'ne, teşekkür ediyorum.

Baki ALKAÇAR
Ankara, Kasım 2015

İçindekiler

Bölüm I

Verilerin Peşinden.....	7
Veri veya Gösterge Nedir?	7
Ekonomik Verileri Niçin Okumalıyız?.....	7

Bölüm II

Hangi Verileri Okuyacağız, Nereden Başlayalım?	9
Pratik Yaklaşım	9
Teorik Yaklaşım	11
Muhasebe Yaklaşımı	13
Tüketim Verilerini İzlemek En İyi Yöntem.....	16

Bölüm III

Hane Halkı Ne Tüketiyor? Neyi Takip Edeceğiz?	17
---	----

Bölüm IV

Tüketiciyi Nasıl İzleriz?	23
Tüketici	23
Tüketiciyi Kavrayan Veriler	23
İstihdam	24
Tüketici Kredileri	24
Tüketici Güven Endeksi	25
Tüketim Harcamaları	25
Tüketim Yönünden Ekonomiyi İzleme Veri Seti	26

Bölüm V

Talep=Arz Üretim Yönünden Ekonomik Gelişmeler Nasıl İzlenir?	35
Pratik Yaklaşım	41
Sipariş Verileri.....	42
Stok Verileri	43
Kapasite Kullanım Oranı.....	44

Sanayi Üretimi/İmalat Sanayi Üretimi	44
Üretim Beklentisi	45
Beklenti-Güven Endeksleri	45
Reel Sektör Güven Endeksi	45
HSBC Türkiye İmalat Sanayi Satın Alma Yöneticisi Endeksi	46
Sektörel Güven Endeksleri	47
Yatırıma İlişkin Veriler	48
Üretim Yönünden Ekonomiyi İzleme Veri Seti	48

Bölüm VI

Ekonominin Dalgalanması ve Veriler	55
Dalgalanma	55
Veriler ve Dalgalanma	58
Aynı Yönlü, Ters Yönlü Veriler	58
Öncü, Eş Zamanlı, Gecikmeli Veriler	58
İzleme Veri Setleri ve Ekonomik Dalgalanma: Yön ve Zamanlama	58

Bölüm VII

Verileri Okuma Kılavuzu	65
GSYH'nin Bazı Yapısal Özellikleri	65
Tüketim Verileri Nasıl Okunmalı?	68
Üretim Verileri Nasıl Okunmalı?	71

Bölüm VIII

Öncü Göstergeler Endeksleri	81
OECD Öncü Göstergeleri	81
Conference Board Öncü Gösterge Endeksi	83
Ekonomik Sezgi Göstergesi	83
Merkez Bankası Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi (MB BÖGE)	84
Ekonomi İzleme Veri Setinin Parçası Olarak MB BÖGE	84

Bölüm IX

Ekonomideki Dalgalanmalar	87
---------------------------------	----

Kitchin Çevrimleri.....	87
Juglar Eğrileri.....	87
Kuznetz Çevrimleri.....	88
Kondratieff Çevrimleri.....	88

Bölüm X

Türkiye Ekonomisinde Dalgalanmalar.....	91
Uzun Dönemli Dalgalanmalar.....	91
Orta Vadeli Dalgalanmalar.....	92
Kısa Dalgalanmalar.....	93
Çok Kısa Dalgalanmalar.....	94

Bölüm XI

Ekonominin İzlenmesi ve Fiyatlar.....	97
Tüketici Fiyatları I-Endeksi.....	98
Döviz Kuru ve Dış Kaynak Girişinin İzlenmesi.....	99

Bölüm XII

Sonuç Olarak Ekonomiyi Nasıl İzleyelim Tahmin Yapalım mı?.....	103
Bir İzleme Örneği.....	103

Bölüm XIII

Günlük Yayınlanan Verilerde Ekonominin Durumunu Aramak.....	109
Gayri Safi Yurtiçi Hasıla.....	115
Sanayi Üretimi.....	121
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı.....	126
Güven Endeksleri.....	127
Sektörel Güven Endeksi.....	128
Reel Kesim Güven Endeksi.....	128
Tüketici Güven Endeksi.....	129
Konut.....	130
İnşaat Ciro ve Üretim Endeksi.....	130
Yapı İzin İstatistikleri.....	131

Konut Satış İstatistikleri	131
Konut Fiyat İstatistikleri.....	132
Perakende Ticaret	133
Dış Ticaret	135
Dış Ticaret Endeksleri.....	135
Dış Ticaret Değer Verileri	137
Fiyat Endeksleri	138
Tüketici Fiyat Endeksleri, Özel Kapsamlı I-Endeksi	138
Yurtiçi Üretici Fiyat Endeksi.....	138
Kaynakça	142

Bölüm I Verilerin Peşinden

Ekonomik verileri niçin okumalıyız ve nasıl okumalıyız? Bu kitap bu iki sorunun cevabını aramaya yönelik bir çalışma. Ekonomik verileri niçin okumalıyız sorusuna muhtemelen herkesin bir cevabı vardır. Bu nedenle yanıtlanması nispeten kolay bir soru. Nasıl okumalıyız sorusunun cevabını ise kitap boyunca vermeye çalışacağız.

Veri veya Gösterge Nedir?

Bu iki soruyu cevaplamaya geçmeden önce, veri (data) ve göstergenin (indikatör) ne anlama geldiğini sanırım açıklamak yerinde olacak. Çünkü bu iki kavram sıklıkla birbirinin yerine kullanılmakta ve ortaya da bir kavram kargaşası çıkmaktadır. Veri, kavramsal bir referans çerçevesi olmayan sayı, kelime, olay ya da en geniş tanımıyla ham bilgi parçasıdır¹. Ölçerek ve sayarak ya da deney, gözlem veya araştırma yoluyla elde edilmektedir. Ölçüm ya da saymayla toplanan ve bir sayısal değerle ifade edilen veriler nicel veriler olarak tanımlanmakta, sayısal bir değer taşımayan veriler de nitel veriler olarak adlandırılmaktadır. Veri kendiliğinden bir anlam ifade etmemekte, sadece bir durum tespiti işlevi görmektedir.

Veriler toplandıktan sonra gruplanır, sıralanır veya bir başka şekilde işlenerek bilgiye dönüştürülürse gösterge niteliğine kavuşurlar. Bu çerçevede göstergelyi, işlenerek anlamlandırılan ve ait olduğu bütünü açıklamakta kullanılan ve bir bilgi biçimine konulmuş veri olarak da tanımlamak mümkündür². Veri bir tekil durum belirteci, gösterge ise benzerleri ve diğerleriyle birlikte var olan ve anlam ifade eden çoklu durum belirteçidir. Veri objektif, gösterge sübjektiftir. Bu sübjektiftir ki aynı veriye bakan iki kişinin farklı yorumlar yapmasına, aynı veriyi farklı durumu ifade eden bir gösterge gibi değerlendirmesine yol açar. Bütün verileri gösterge olarak yorumlarken karşılaştığımız bu sübjektiflik ekonomik veriler için de geçerlidir. Bu çalışmada verileri ele alırken bunları insan davranışları ve ekonomik yapının temelleriyle ilişkilendirmeye ve ekonomik konjonktürü okurken azami ölçüde objektifliği sağlamaya çalışacağız.

Ekonomik Verileri Niçin Okumalıyız?

Ekonomik verileri niçin okumalıyız? Bu soruya verilecek en kestirme cevap “ekonominin nereye gittiğini görmek için” olacaktır. Peki, ekonominin nereye gittiğini niye merak ediyoruz?

¹ Economic Intelligence, A Guide to Beginners, EuropeanCommunities, 2002, s.18.

² Türk Dil Kurumu, Güncel Sözlük, gösterge maddesi, göstergelyi ekonomik terim olarak, “bir gelişimi gösteren nicelikler veya değerler arasındaki ilişki” olarak tanımlamaktadır.

Kuşkusuz yanlış kararlar almamak ve atacağımız adımları doğru atmak için. Ekonomi dünyası birey, firma ve kamu olarak hepimizi kuşatmıştır. Bu nedenle, içinde yaşadığımız dünyayı anlamaya çalıştığımız gibi ekonomik çevreyi de anlamaya çalışıyoruz. Kamunun ekonomiye neden ilgi gösterdiği belli. Politikacılar ve politika yapıcılar, ekonomiyi yönlendiren karar alıcılar, doğru politikalar geliştirmek ve verecekleri kararların etkinliğini artırmak amacıyla ekonomik konjonktürü izler ve geleceğe ilişkin tahminlerde bulunurlar. Kamu ekonomik veriler üzerinde hassasiyetle durur. Bu nedenle ekonominin durumuyla ilgili verileri oluşturmak büyük ölçüde onun görevi haline gelmiştir³. Şirketler kesiminin ekonomik konjonktüre ilgisi büyük ölçüde talep ve maliyet koşullarındaki olası değişmeleri anlamak içindir. Yatırım kararları bugünden geleceğe uzanan bir dizi gelişmeyi öngörmeyi gerektirdiği için ekonominin geleceği şirketler kesimi açısından son derece önemlidir. Şirketler için temel sorular, ekonominin büyümeye devam edip etmeyeceği, talebin artıp artamayacağıdır. Finansal kesimde iş yapanlar ise kredi hacminin genişleyip genişlemeyeceği, faizlerin yükselip yükselmeyeceği ile ilgilenmektedir.

Bireylerin ekonomik gelişmelere duydukları ilgi, ekonomideki statülerine göre şekillenmektedir. Ücretliler ve sabit gelirler için enflasyon verileri ve döviz kuru en önemli verilerdir. Güngör Uras'ın⁴ "Ayşe Teyze" tiplemesiyle anlattıkları bu kesimin ekonomik konulara nasıl yaklaştığını gösteren iyi örneklerdir. İşçiler açısından iş olanaklarının ve ücretlerin artıp artmayacağı önemliyen, yeni mezun olarak hayata atılacak öğrenci gençler için iş olanakları ve işe girerken alacakları ücretler önemlidir⁵. Türkiye'de kamuoyu ekonomiyile ilgili olarak adeta bir veri, yorum ve haber bombardımanı altındadır. Günlük gazetelerde ekonomi köşe yazarları bir hafta içinde toplamda yaklaşık 180 yazı/yorum yazmaktadır⁶. Bütün gazetelerin ekonomi sayfaları olduğu, bütün televizyon kanallarının ekonomi haberleri verdiği, günlük olarak bir ekonomi gazetesinin yayınlandığı, ekonomiyile ilgili on iki derginin bulunduğu dikkate alındığında, söz konusu bombardımanın ne kadar yoğun olduğunu takdir edersiniz. Bireyler, şirketler ve kamunun bu bombardıman altında ekonomik verileri okumaya ve anlamaya çalışmaktan başka bir seçeneği yok gibidir adeta.

³ TÜİK Veri Takvimi'ne göre, Türkiye'de çeşitli resmi kurumlar tarafından bir ay içinde yayınlanan veri türü 90 civarındayken sayısı da 200'ü geçmektedir. Hangi verilerin yayınlandığına ilişkin bir liste Ek-1'de sunulmaktadır.

⁴ Güngör Uras, Milliyet gazetesinde kendi adıyla, Dünya gazetesinde de Tefik Güngör takma adıyla ekonomi yazıları yazmaktadır. Uras ayrıca NTV'de ekonomi yorumculuğu da yapmaktadır.

⁵ Amerika'da yüksek okul mezunları arasında yapılan bir araştırmaya göre ekonomik büyüme dönemlerinde mezun olanlar, ekonominin daralma dönemlerinde mezun olanlara göre yüzde 10 daha yüksek ücretle işe başlıyorlarmış. Aynı araştırma, ekonominin daralma dönemlerinde mezun olanların diğerleriyle aynı ücreti almalarının yaklaşık 15 yıl sürdüğünü de gösteriyormuş. Zikreden Glenn Hubbard ve Anthony Patrick O'Brien, Economics, Pearson, Third Edition, s. 613.

⁶ Haftada 180 yazı ayda 720 yazı demektir. Dergi ve televizyonlardaki yorumlar da dahil edildiğinde kamuoyunun ayda 1500 civarında yorumla karşı karşıya olduğunu söylemek mümkündür.

Bölüm II

Hangi Verileri Okumalıyız, Nereden Başlayalım?

Peki, bu bombardıman altında ekonomik gelişmeleri anlamak isteyenler hangi veriyi veya hangi verileri izleyecekler? Bu soruyu yanıtlamak için üç ayrı yöntemle başvurulabilir.

Birinci yöntem günlük ekonomik aktivitenin kabaca incelenmesi yöntemidir. Günlük aktivitenin nasıl geliştiğine bakılır ve hangi verilerin bu aktiviteleri tanımladığı veya kapsadığı belirlenir ve ekonomik gelişmeler o veriler üzerinden takip edilir. İkinci yöntem makro ekonomik teoriye müracaat etmektir. Teorinin ekonomik aktiviteyi nasıl ele aldığı ve nasıl tanımladığı incelenir ve bu doğrultuda belirlenecek veriler, izlemenin temel verileri olur. Üçüncü yöntem kamunun ekonomik aktiviteyi ölçme yöntemlerini ele almaktır. Ekonomik aktivitenin hesaplama yöntemlerine bakarak hangi alandaki verilere odaklanmak gerektiğine karar verilebilir. Bu üç yöntemi kısaca pratik, teorik ve muhasebe yöntemleri olarak adlandırmak mümkündür. Şimdi bu yöntemlere biraz daha yakından bakalım ve hangi verilere odaklanmamız gerektiğini belirlemeye çalışalım.

Pratik Yaklaşım

Pratik yaklaşım ekonomik işleyişi nasıl algıladığımızı irdelemekle işe başlıyor. Buradaki soru şu; “Ekonomik işleyişi iki kelimeyle tanımlamak gerekirse hangi kelimeleri kullanırız?”

...

Arz ve talep!

Ekonomi arz-talep ilişkisi yumağıdır diyebilir miyiz?

Evet.

Gerçekten hemen herkes ekonomiyi ve ekonomik ilişkileri tanımlarken “arz-talep” ifadesini kullanır. Burada bir an durup bir soru sormak gerekiyor. Ekonomiyle ilgili bu tanımlamayı yaparken neden önce arz kelimesini söylüyoruz? Talebi neden sonra söylüyoruz?

Kanaatimce bunun iki sebebi var. Birincisi, söyleyiş kolaylığı. Dikkat edilirse, bu iki kelimeyi art arda söylerken “arz-talep” söyleyişi, “talep-arz” söyleyişinden çok daha rahat. Ancak bu söyleyiş kolaylığının zihni yapımızı şekillendirdiğini de belirtmek gerek. Arz kelimesini önce söylememiz, bu kavrama öncelik vermemiz, farkında olmadan ekonominin bu yanına ağırlık vermemize, ekonomik aktiviteyi arz ağırlıklı düşünmemize neden oluyor⁷. O

⁷ Türkçedeki arz-talep İngilizcede demand-supply olarak karşılık buluyor. Yani İngilizce tanımlamada talep arzdan önce geliyor. Böylece Türkçenin dünyasında ekonomik aktivitede öncelik arzda olurken, İngilizce dünyasında talep öne çıkıyor. Dillerdeki

nedenle neredeyse her ekonomik meseleyi arz/üretim yönünden ele alıyoruz. “Katma değeri yüksek ürünler üretmemiz gerekir”, “ekonominin üretim ağırlıklı büyümesini istiyoruz” gibi cümlelerin sık sık duyulması bu yüzden. Peki, ekonominin gidişatı üzerine bütün söylemlerimizin üretim ağırlıklı olması sadece bir dil sorunu olarak açıklanabilir mi?

Tabii ki hayır. Bu düşünce biçiminin veya zihin yapımızın diğer sorumlusu eğitim sistemimizdir. Türkiye’de makro ekonomi eğitimi büyük ölçüde politika yapıcısı yetiştirmeye odaklanmıştır. Ekonomi öğrencisi makro ekonomik politikalar kurgulayacak ve uygulayacakmış gibi eğitim almaktadır⁸. İktisat fakültelerinde iktisat teorisi, iktisat politikası, iktisadi gelişme ve uluslararası iktisat ve iktisat tarihi anabilim dallarından ders alan öğrenciler, kaçınılmaz olarak politika kurgulamaya ve uygulamaya yönelmekte, ekonomik gelişmelere uzun dönemli bir bakış açısıyla yaklaşma eğilimi kazanmaktadırlar.

Ancak, iktisat öğrencilerinin okulda kazandıkları bu formasyonun yaşamdaki rolleriyle genellikle uyumlu olmadığını söylemek gerekir. Çünkü öğrencilerin birçoğu mezuniyetten sonra politika yapan kurumlarda değil, politikalara maruz kalan iş dünyasında çalışma hayatına atılmaktadır. İş dünyası veya şirketlerin ekonomiye bakışı kamudan radikal biçimde ayrılır. Kamu ekonomiyeye uzun vadeli bakma eğilimindeyken, şirketler kısa dönemli bakma eğilimindedir⁹. Kamu makro-ekonomik çerçeveyi uyguladığı politikalarla şekillendirirken, şirketler değişen makro ekonomik koşullara ayak uydurarak iş yapmaya çalışırlar. Bu nedenle, şirketler kamu politikalarından etkilenen ekonomideki kısa vadeli gelişmeleri kavrama ve anlamaya

kavramlaştırılmalarının belirli bir zihni yapıyı yansıttığını söylemek mümkün. Örneğin İngilizcedeki “upsanddowns” kavramının bizdeki karşılığı iniş çıkıştır. Bizim niye “iniş”i onların “çıkış”ı önce söylüyor olduğumuzun kuşkusuz kültürel bir nedeni olmalı. Ayrıca metafor olarak inişin kötü, çıkışın da iyi bir şeyleri çağrıştırmasının yine bir var mutlaka. Ancak bunlarınlinguistik antropolojinin konusu olduğunu vurgulayarak bu sorgulamalara burada son verelim. Yine de dil ve düşünce arasındaki etkileşime ilgi duyanlar, <http://edge.org/conversation/ow-does-our-language-shape-the-way-we-think> adresinden Standford Üniversitesinden Lera Boroditsky’nin “How Does Our Language Shape The Way WeThink” başlıklı makalesine bakabilirler. Boroditsky makalesinde Türkçenin düşünme biçimi üzerindeki etkisinden de örnekler verdiği için ilginizi çekebilir.

⁸ Harvard Üniversitesi’nde iktisat öğrencileri zorunlu derleri aldıktan sonra ekonomi teorisi, kalkınma, ekonomi tarihi, kamu politikası, çalışma ekonomisi, finans konularında veya profesyonel ekonomist olarak uzmanlaşabilmektedirler (Undergraduate Economics at Harvard, A Guide for Concentrators, Revised February 2012). Türkiye’deki uygulamada uzmanlaşma alanlarının neler olabileceği ve bu amaca nasıl erişilebileceği hususu büyük ölçüde yeterince yönlendirilme yapılmadan öğrencinin kendisine bırakılmış görünmektedir.

⁹ Kamu ile şirketlerin geleceğe bakışının keskin biçimde ayrılmasının ve şirketlerin meselelere büyük ölçüde kısa vadeli bakmasının temel nedenini herhalde şirketlerin ömürlerinde aramak gerekir. Ebru Fırat’a göre(<http://www.capital.com.tr/sirketlerin-omru-daha-da-kisalacak-mi-haberler/19358.aspx>) bugün Kuzey Amerika, Avrupa ve Uzak Doğu’da şirketlerin ortalama ömrü 12 yıla inmiş. Türkiye’de ise yeni kurulan işletmelerin yüzde 80’ini ilk 5 yılda kapanırken, yüzde 96’sının 10’uncu yılı tamamlayamadığı belirlenmiş.

odaklanırlar ve ekonomik verileri okuma işi onlar açısından kısa vadeli ekonomik gelişmeleri anlama işi haline gelir.

1980'lerin başında değişen paradigmayla birlikte Türkiye'de ekonomideki işleyişin merkezine özel sektör oturmuştur. Bu nedenle de özel sektörün ve bireylerin ekonomik işleyişteki davranışları ve tutumları pratik hayatın temel ilkeleri haline gelmiştir. Buradan hareketle pratik hayatta ekonomik konjoktüre bakışın şirketlerin bakışıyla uyumlu olarak kısa vadeli olduğunu söyleyebiliriz. Ekonomiye, her ne kadar çeşitli kaygılarla ve düşüncelerle uzun vadeli bakmak gerektiği zamanlar olsa da ağırlıklı olarak kısa vadeli bakmak gerekiyor. Ya da öncelikli olarak kısa vadeli bakmamız gerekiyor. Yaşamın pratik yönü buna zorluyor bizi.

Ekonomiyi hangi veriler üzerinden izleyeceğiz sorusunu da yine pratik olarak şirket davranışı üzerinden cevaplamak mümkün. Şirketlerin temel faaliyetinin amacını Adam Smith "her türlü üretimin temel amacı ve yegane sonucu tüketimdir"¹⁰ diye açıklar. Yani, şirketlerin temel amacı tüketilecek mal ve hizmetleri üretmektir. Hiçbir şirketin satın alınmayacak malları üretmek istemeyeceğini pratik hayat bize söylüyor zaten. Bu gerçekten hareket edildiğinde pratik yöntemin ekonomiyi izlerken bizi tüketim verilerini izlemeye teşvik ettiğini söylemek yanıltıcı olmayacaktır. Öyleyse şu sonuca varabiliriz; pratik açıdan bakıldığında konjoktörü izlemenin en iyi yolu tüketim verilerini izlemektir.

Teorik Yaklaşım

Ekonomik verilerin okunması her ne kadar genellikle uygulayıcı iktisatçıların işi olagelmışse de bu okuma işi büsbütün teorik temellerden yoksun değildir ve bu okumanın teorik temellerini makro ekonomik teori oluşturmaktadır. Ekonomiyi belirli bir coğrafya üzerindeki ekonomik faaliyetler bütünü olarak ele alma ve politika geliştirme yaklaşımının kökü çok eskilere dayansa da, modern dönemlerde bu alanda yoğunlaşmanın kamunun ekonomiye doğrudan müdahalesinin ağırlık kazanmasıyla başladığını söylemek pek yanlış olmaz. Ekonomik aktivitenin en iyi göstergesi olarak kabul edilen gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYM)¹¹ ilk kez Büyük Buhran döneminin hemen ardından 1934 yılında hesaplandığı, dünya genelinde 1944'teki BrettonWoods anlaşmasından sonra Keynesci kamunun ekonomiyi müdahalesinin temel politika aracı olduğu dönemde yaygınlık

¹⁰ N.Gregory Mankiw, "Macroeconomics", Sixth Edition, Worth Publishers, 2007, s. 456.

¹¹ Gayri Safi Yurt içi Hasıla (GSYH) belli bir zaman diliminde ki bu genellikle bir yıl veya üç aydır, ülke içinde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatlarıyla ifade edilen toplam büyüklüğüdür

kazandığı düşünülürse bu saptamanın yanılıcı olmadığını da söylemek mümkündür.¹²

Makro ekonomi henüz yeni ve gelişmekte olan bir bilim dalıdır¹³. Bu alanda çalışan bilim adamları bazı konularda ortak bir görüşe ulaşmışlarsa da bazı konuları hala tartışmaya devam ediyorlar. Neyse ki, makrocuların büyüme, istihdam ve enflasyonla ilgili konularda belirli bir mutabakata ulaşmış olduğunu söylemek mümkün, ki konumuz açısından bu çok önemli çünkü, üzerinde mutabakata varılan bu konular gözden geçirildiğinde ekonomik gelişmelerin nasıl izlememizi gerektiği konusunda bazı ipuçlarına ulaşabileceğiz.

Mankiw makro ekonomistlerin hemfikir oldukları konuları dört maddede sıralamaktadır¹⁴;

1. Uzun dönemde bir ülkedeki yaşam standartlarını o ülkedeki mal ve hizmet üretimi belirlemektedir.
Uzun dönemde üretim seviyesi, o ülkedeki sermaye, işgücü ve teknolojik düzeye bağlıdır. GSYH, üretim faktörlerinin artmasıyla veya teknolojinin gelişmesiyle büyümektedir.
2. Uzun vadede enflasyon oranını para arzındaki artış belirlemekte, ancak para arzındaki artış, uzun vadede işsizliği etkilememektedir.
3. Kısa vadede bir ülkede üretilen mal ve hizmetler düzeyini o ülkedeki toplam talep belirlemektedir. Toplam talepteki değişmeler ekonomik üretimin kısa vadede dalgalanmasına yol açmaktadır. Toplam talebi etkileyen her değişken kısa vadede ekonominin dalgalanmasına neden olmaktadır. Para politikası, maliye politikası ve para ve mal piyasasında oluşabilecek şoklar toplam üretimi ve istihdamı etkilemektedir.
4. Politika yapıcılar, kısa vadede, enflasyonla işsizlik arasında tercih yapmak zorunda kalmaktadırlar. Kısa vadede enflasyonu düşüren politikalar işsizliği artırırken, işsizliği azaltan politikalar enflasyonu tetiklemektedir.

İpucunu fark ettiniz mi? Üçüncü maddeye dikkat edilirse, bu maddenin ekonomiyi izleyenler için büyük ölçüde yol gösterici olduğu görülecektir. Eğer talep kısa dönemde ekonominin çıktı miktarı üzerindeki en belirleyici unsursa, ekonominin nereye gittiğini anlamak isteyenler açısından talebi

¹² Keynesçi ekonomistler özel sektörün verdiği kararların bazen verimsiz ve etkin olmayan makro ekonomik sonuçlar doğurduğunu bu nedenle kamu sektörünün para ve maliye politika araçlarıyla müdahale ederek ekonomik dalgalanmaları yumuşatması gerektiğini ileri sürmektedirler. Keynesçilerin özel sektör ağırlıklı bir karma ekonomi yapısını savundukları söylenebilir. Onlara göre resesyon dönemlerinde kamu ekonomiyeye müdahale etmelidir.

¹³ Mankiw, ibid, s.547. Samuelson, makroekonominin Büyük Bunalımın bir ürünü olduğunu ileri sürmektedir. Mankiw, ibid. 303.

¹⁴ Mankiw, ibid., s.547-554.

gösteren verileri izlemek, en akılcı yöntem olacaktır. Bu saptamadan yola çıkarsak teorik açıdan bakıldığında da şunu söylemek mümkündür:

Konjonktürü izlemenin en iyi yöntemi tüketim verilerini izlemektir.

Muhasebe Yaklaşımı

Anlaşılan, pratik hayat ve teorik yaklaşım bizi tüketim verilerine yönlendiriyor. Acaba muhasebe yöntemi hangi veriye yöneltecek? Bunun için ekonomik aktiviteyi en geniş şekilde kapsayan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) verisinin hesaplama yöntemlerine bakmak gerekiyor.

Gayri safi yurtiçi hasıla ekonomik faaliyetin üç temel unsuru üzerinden hesaplanır; üretim, gelir, harcama.

Gayri safi yurtiçi hasılayı üretim yönünden hesaplamak için ekonomideki belli başlı ana sektörlerin üretimlerinin toplanması gerekmektedir. Ekonomideki belli başlı sektörler tarım, sanayi ve hizmetler olarak sıralanır. Tablo I bu sektörlerin alt sektör dağılımını da göstermektedir. Notasyon olarak;

$$Y = A+I+S$$

Y = Gayri safi yurtiçi hasılayı

A = Tarım üretimini

I = Sanayi üretimini

S = Hizmet sektörü üretimini

temsil etmektedir. Ancak iktisadi faaliyet kollarına göre gayri safi yurtiçi hasılanın tam olarak derlenebilmesi için vergilerle sübvansiyonları ekleyip dolaylı ölçülen mali aracılık hizmetlerinin çıkarılması gerekir. Tablo I 2007-2012 döneminde GSYH'yı cari fiyatlarla göstermektedir.

GSYH'nın gelir yönünden hesaplanması ise üretim faktörlerinin üretimden aldığı payların toplanmasını gerektirmektedir. TÜİK bu veriyi 2006 yılından sonra yayınlamayı durdurmuştur. Ancak hesaplamanın teorik olarak da olsa şu şekilde olması gerekir;

$$Y = w+i+r+p$$

Y = GSYH

W = ücret

İ = faiz

R = kira

P = kar

Türkiye Bankalar Birliği

Tablo: I Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (İktisadi Faaliyet Kollarıyla)		(Cari Temel Fiyatlarla, Bin TL.)				
Sektörler	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1. Tarım	64.332	72.275	78.776	92.739	103.635	111.690
2. Sanayi	168.502	187.817	182.046	213.353	258.575	274.899
Madencilik	10.531	13.458	14.235	15.785	19.133	21.200
İmalat	141.853	153.721	144.992	172.112	210.674	221.213
Enerji	16.118	20.638	22.818	25.455	28.768	32.486
3. Hizmetler	521.551	594.493	603.628	674.455	788.243	875.372
İnşaat	41.013	44.658	36.578	45.670	57.751	62.064
Toptan ve Perakende Ticaret	103.129	116.297	103.452	120.869	155.908	169.666
Oteller ve Lokantalar	19.074	21.035	23.714	25.590	30.028	33.476
Ulaştırma	117.583	135.030	127.284	144.428	175.665	198.581
Mali Aracı Kuruluşlar	27.393	33.037	42.688	40.502	40.576	46.440
Konut Sahipliği	91.070	106.138	117.287	123.029	129.265	138.303
Gayrimenkul Kiralama	34.599	40.671	45.168	52.743	60.939	70.439
Kamu Yön. ve Savunma, Zorunlu Sos. (32.998	36.437	41.271	46.090	52.249	60.644
Eğitim	24.634	27.878	31.813	36.803	42.717	49.195
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	13.910	15.578	16.449	17.939	19.385	21.777
Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hiz	14.654	16.031	16.078	18.697	21.380	22.069
Eviçi Personel Çalıştıran Hanehalkları	1.494	1.705	1.847	2.097	2.380	2.718
4. Sektörler Toplamı (1+2+3)	754.385	854.585	864.450	980.547	1.150.453	1.261.961
5. (-) Dolaylı Ölçülen Mali Aracılık Hizır	12.929	14.928	21.708	19.419	17.324	21.926
6. Vergi-Sübvansiyonlar	101.723	110.877	109.817	137.672	164.584	175.751
7. Alıcı Fiyatlarıyla GSYH (4-5+6)	843.178	950.534	952.559	1.098.799	1.297.713	1.415.786

Kaynak : TÜİK.

GSYH hesaplamasının üçüncü yöntemi harcama yöntemidir. Bu yöntem üç ayda veya bir yılda ülke içinde yapılan harcamaların tümünün ölçülmesi esasına dayanır. GSYH bu yöntemde ülke içindeki ekonomik birimlerin, hane halkı, devlet, şirketlerin¹⁵ yurtiçinde üretilen ve yurt dışından ithal edilen mallar için yaptıkları harcamaların toplamına eşittir. Notasyon olarak harcama yöntemiyle GSYH;

$$Y = C+I+G+(X-M)$$

olarak gösterilebilir. Burada

C = Hane halkı tüketim harcamalarını

I = Şirketler ve hane halkı yatırım harcamalarını

G = Devletin nihai tüketim harcamalarını

X = Yurtdışındaki birimlerin yurtiçinde üretilen mallar için yaptıkları harcamaları, yani ihracatı

M = Yurtiçindeki birimlerin yurtdışında üretilen mallar için yaptıkları harcamaları, yani ithalatı

gösterir.

¹⁵ Ekonomik kesimleri bu şekilde bölmek aslında neoklasik iktisat yaklaşımının bir ürünüdür, Avusturya Ekolü, ekonomideki kararların sadece kişiler tarafından verildiğini, şirketlerin ve devletlerin karar alıcı olarak görülmemesi gerektiğini savunur. Robert P. Murphy, "Lessons for the Young Economist", Mises Institute, 2010, s.31-42.

Aşağıdaki tablo GSYH'nın 2007-2012 yılları arasında cari fiyatlar üzerinden harcamalar yoluyla hesaplanan değerlerini göstermektedir.

Tablo: II Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (Harcamalar Yoluyla)	(Cari Fiyatlarla, Bin YTL.)					
Harcama Sektörleri	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Yerleşik Hanehalklarının Tüketimi	601.239	663.944	680.768	787.753	923.836	994.320
Devletin Nihai Tüketim Harcamaları	107.816	121.681	140.029	157.514	180.708	210.239
Gayri Safi Sabit Sermaye Oluşumu	180.598	189.094	160.718	207.816	283.163	286.949
Kamu Sektörü	28.675	36.725	35.335	43.407	49.075	54.901
-Makine Teçhizat	4.970	6.654	6.223	6.656	7.348	10.348
-İnşaat	23.705	30.071	29.113	36.751	41.728	44.553
Özel Sektör	151.924	152.369	125.383	164.409	234.088	232.048
-Makine Teçhizat	92.967	92.148	80.423	108.677	157.848	149.672
-İnşaat	58.957	60.222	44.960	55.731	76.240	82.376
Stok Değişimleri	-2.961	17.949	-18.427	6.708	22.528	-2.808
Mal ve Hizmet İhracatı	188.225	227.253	222.103	233.046	311.148	373.227
Mal ve Hizmet İthalatı (Eksi)	231.738	269.388	232.632	294.036	423.670	446.141
GSYH	843.178	950.534	952.559	1.098.799	1.297.713	1.415.786
Toplam Nihai Yurtiçi Talep	889.653	974.720	981.515	1.153.082	1.387.707	1.491.508

Kaynak : TÜİK

Tanım gereği, üretim, gelir ve harcamalar yoluyla hesaplanan GSYH'nın eşit olması gerekir. Nitekim Tablo I ve Tablo II'deki veriler bunu ortaya koymaktadır.

Ekonomik gelişmeleri izlemek açısından hangi yönteminin daha geniş imkanlar sunduğunu anlamak için hesaplama yöntemlerinde yer alan alt grupların toplam içindeki payına bakılması yerinde olacaktır. Alt grupların bütünü temsil yetenekleri, yani toplam içindeki payları, hangi yöntemi seçebileceğimiz konusunda bir fikir verecektir. Aşağıdaki tablolarda üretim ve harcamalar yöntemiyle yapılan hesaplamalarda alt grupların (cari fiyatlarla) toplam içindeki payları gösterilmektedir.

Her iki tablo gözden geçirildiğinde, üretim yöntemiyle hesaplamada hizmetler sektörünün yüzde 60, harcama yöntemiyle hesaplamada da yerleşik hane halkı tüketimi grubunun yüzde 70 ile ön plana çıktığı görülmektedir¹⁶. Hizmetler sektörünün çok çeşitli ve homojen olmayan sektörlerden oluştuğu ve GSYH içindeki payının tüketim harcamalarının altında kaldığı dikkate alındığında, ekonomik aktivitenin gelişiminin hane halkı tüketim harcamaları üzerinden izlenmesinin daha akılcı bir yaklaşım olacağı anlaşılmaktadır.

¹⁶ Hanehalkı nihai tüketim harcamaları 27 ülkeli Avrupa Birliği'nde ortalama yüzde 56,4'tür. 2007 yılı ölçümlerine göre en yüksek hane halkı harcaması yüzde 69,3'le Yunanistan'da gerçekleşmişken, en düşük oran yüzde 33,6 ile Lüksemburg'da görülmüştür. "Consumer In Europe" Eurostat, Office for Official Publications of the European Communities, 2009. S.17.

Tablo I: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (Üretim), Paylar %

Sektörler	Ortalama (2003-2012)
1. Tarım	8,5
2. Sanayi	19,9
Madencilik	1,3
İmalat	16,5
Enerji	2,1
3. Hizmetler	60,7
İnşaat	4,4
Toptan ve Perakende Ticaret	12,5
Oteller ve Lokantalar	1,8
Ulaştırma	13,7
Mali Aracı Kuruluşlar	3,4
Konut Sahipliği	10,1
Gayrimenkul Kiralama	4,1
Kamu Yön. ve Savunma, Zorunlu Sos. (4,2
Eğitim	3,0
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	1,6
Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hiz	1,7
Eviçi Personel Çalıştıran Hanehalkları	0,2
4. Sektörler Toplamı (1+2+3)	89,1
5. (-) Dolaylı Ölçülen Mali Aracılık Hizm	1,6
6. Vergi-Sübvansiyonlar	12,6
7. Alıcı Fiyatlarıyla GSYH (4-5+6)	100,0

Kaynak : TÜİK

Tablo II: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (Harcamalar, Paylar %

	Ortalama (2003-2012)
Yerleşik Hanehalklarının Tüketimi	71,1
Devletin Nihai Tüketim Harcamaları	13,2
Gayri Safi Sabit Sermaye Oluşumu	20,0
Kamu Sektörü	3,6
-Makine Teçhizat	0,7
-İnşaat	2,9
Özel Sektör	16,4
-Makine Teçhizat	10,5
-İnşaat	5,9
Stok Değişimleri	0,0
Net İhracat	4,2
GSYH	100,0
Toplam Nihai Yurtiçi Talep	104,2
Kaynak : TÜİK	

Muhasebe yöntemi de bizi tüketim verilerine yönelmektedir.

Tüketim Verilerini İzlemek En İyi Yöntem

Yukarıda ekonominin izlenmesi için üç yaklaşım geliştirdik ve bu yaklaşımları gözden geçirdik. Her yaklaşımın da bizi tüketim verilerine yönelttiğini gördük. Sonuç olarak şu ifadeyi gönül rahatlığıyla kullanabilir durumdayız;

Ekonomik gelişmeleri anlamak istiyorsak tüketim verilerini izlemek, en iyi yöntem.

Bölüm III Hane Halkı Ne Tüketiyor, Neyi Takip Edeceğiz?

Ekonomik gelişmeleri izleme konusunda pratik, teorik ve muhasebe yaklaşımı bizi tüketim harcamalarına yönlendiriyor. Peki, tüketim harcamaları acaba hangi mal gruplarını içeriyor? Tüketim harcamaları derken hangi mal gruplarına yapılan harcamaları anlamalıyız?

Yayınlanmakta olan üç tip veri bize bu konuda ipuçları sunmaktadır. Bunların birincisi GSYH harcamalar verisinin alt grubunu oluşturan yerleşik hane halkının yurtiçi tüketim verisidir. Tüketim harcamalarının hangi alt kalemlerden oluştuğu 2011-2013 dönemine ilişkin hane halkı harcamalarını ve toplam içindeki paylarını gösteren aşağıdaki tablodan izlenebilmektedir.

Tablo : Yerleşik ve Yerleşik Olmayan Hanehalklarının Yurtiçi Tüketimi (cari fiyatlarla) (milyar TL)

	Hanehalkı	Gıda	İçki	Konut Su	Mobilya							
	Yurtiçi	Tütün	Giyim	Konut Su	Mobilya							
	Tüketim	Tütün	Ayakkabı	Elektrik Gaz	Ev Aletleri	Sağlık	Ulaştırma	Eğlence	Eğitim	Lokanta	Diğer	
2011	965,8	255,6	52,0	180,9	75,9	31,1	187,8	37,3	11,5	60,0	73,7	
1.çeyrek	223,3	58,0	13,2	44,6	20,8	8,2	39,2	8,5	3,8	10,6	16,4	
2.çeyrek	231,9	62,0	13,8	44,8	18,6	7,9	46,5	8,6	2,5	11,9	15,4	
3.çeyrek	258,1	65,7	13,9	44,8	18,6	7,5	47,3	9,8	2,5	23,2	24,8	
4.çeyrek	252,5	69,9	11,2	46,7	17,9	7,5	54,8	10,3	2,6	14,3	17,2	
2012	1044,5	279,3	52,2	197,4	80,2	32,6	202,7	40,9	13,0	66,3	79,8	
1.çeyrek	242,3	66,0	13,7	48,4	23,1	8,5	40,9	9,9	4,4	11,7	15,6	
2.çeyrek	257,6	67,8	13,2	49,0	19,8	8,0	50,5	9,9	2,9	13,1	23,5	
3.çeyrek	274,6	72,5	13,5	49,3	18,7	7,8	51,3	10,5	2,8	25,0	23,1	
4.çeyrek	270,0	73,2	11,8	50,7	18,5	8,3	59,9	10,7	3,0	16,5	17,5	
2013 9 Aylık	863,9	213,4	45,0	157,8	66,4	26,0	165,2	31,4	11,3	59,4	87,9	
1.çeyrek	270,6	69,0	14,4	52,2	23,9	9,1	46,9	10,0	4,8	14,5	25,7	
2.çeyrek	290,5	69,7	14,6	52,6	21,0	8,6	56,7	10,0	3,2	15,9	38,3	
3.çeyrek	302,7	74,7	16,0	53,0	21,4	8,4	61,6	11,4	3,2	29,1	24,0	
Toplam içindeki Paylar %												
2011	100,0	26,5	5,4	18,7	7,9	3,2	19,4	3,9	1,2	6,2	7,6	
2012	100,0	26,0	5,9	20,0	9,3	3,7	17,6	3,8	1,7	4,7	7,3	
2013	100,0	26,7	5,9	19,3	8,0	3,4	20,0	3,7	1,1	5,1	6,6	
Ortalama	100,0	26,4	5,7	19,3	8,4	3,4	19,0	3,8	1,3	5,4	7,2	

Kaynak: TÜİK, kendi hesaplarımız

Buna göre toplam harcamalarda en büyük payı ortalama yüzde 26,4 ile gıda, içki ve tütün grubu almakta, onu yüzde 19,3'lük payla konut, su, elektrik ve gaz harcamaları izlemekte, bu grubu da yüzde 19,0'la ulaştırma ve haberleşme grubu takip etmektedir. Mobilya, ev aletleri, ev bakım harcamaları grubu ise yüzde 8,4 ile bu üç grubun ardından sıralanmaktadır.

Gıda, içki ve tütün, konut, su, elektrik ve ulaştırma, haberleşme gruplarının toplam içindeki payı yüzde 64,7'yi bulmaktadır. Gıda, içki ve tütün ile konut, su, elektrik, gaz harcamaları toplam harcamaların yüzde 45,7'sini oluşturmaktadır. Yani yeme-içme, barınma ve ulaşım, toplam harcamaların yüzde 65'ine ulaşırken, sadece yeme içme ve barınmaya yapılan harcama, toplamın yüzde 46'sı kadar olmaktadır.

Hane halkının tüketim harcama kalıbı konusunda fikir veren ikinci veri tüketici fiyat endeksidir. Bu veri için oluşturulan mal grubu sepeti tüketicinin hangi tür harcamaları yaptığı konusuna ışık tutmaktadır. Aşağıdaki tablo, tüketici fiyat endeksi sepeti içinde yer alan mal gruplarını ve bunların endeks içindeki ağırlıklarını göstermektedir. Endeks içindeki ağırlık doğal olarak o ürün grubunun hane halkı tüketim kalıbı içindeki payına işaret etmektedir.

Tabloda gıda ve içecek, tütün grubunun ağırlığı yüzde 29,16 olarak gösterilmekte, konut harcamaları ise endeksin yüzde 16,7'lik bölümünü oluşturmaktadır. Bu iki grubun toplamı yüzde 45,8'e karşılık gelmektedir. Bu toplama ulaştırma ve haberleşme de eklendiğinde üçlü grubun toplam tüketim kalıbı içindeki ağırlığı yüzde 68,7'ye yükselmektedir.

Tüketici fiyat endeksi kalıbının 2003 yılında oluşturulduğu, yukarıda verilen GSYH paylarının da 2011-2013 yıllarının ortalaması olduğu dikkate alındığında en büyük tüketim grupları ağırlığının sırasıyla yüzde 68,5 ve 64,7 olarak bulunmasını ve aralarında küçük bir fark olmasını doğal karşılamak gerekir. Aradan geçen on yıllık dönemde hane halkı tüketim alışkanlıklarının fazla değişmediğini söylemek yanlış olmaz.

Tablo: Tüketici Fiyatları Endeksi (2003=100)

Endeks içinde Yer Alan Mal Grupları	Pay %
Gıda ve alkolsüz içecekler	24,09
Alkollü içecekler ve tütün	5,07
Giyim ve Ayakkabı	6,83
Konut	16,68
Ev eşyası	7,28
Sağlık	2,32
Ulaştırma	17,99
Haberleşme	4,64
Eğlence ve kültür	2,95
Eğitim	1,91
Lokanta ve Oteller	6,18
Çeşitli mal ve hizmetler	4,16

Kaynak: TÜİK

Hane halkı tüketim harcama kalıbını gösteren üçüncü veri ise hane halkı bütçe anketinden türetilen hane halkı harcama türleri dağılımıdır. Aşağıdaki tablo 2010-2011 dönemindeki dağılımı göstermektedir.

Hane Halkı Harcama Türleri Dağılımı %

Harcama türleri	Toplam hanehalkı	
	2010	2011
Toplam	100,0	100,0
1 Gıda ve alkolsüz içecekler	21,9	20,7
2 Alkollü içecek, sigara ve tütün	4,5	4,1
3 Giyim ve ayakkabı	5,1	5,2
4 Konut ve kira	27,1	25,8
5 Ev eşyası	6,3	6,4
6 Sağlık	2,1	1,9
7 Ulaştırma	15,1	17,2
8 Haberleşme	4,1	4,0
9 Kültür, eğlence	2,8	2,7
10 Eğitim hizmetleri	2,0	2,0
11 Otel, lokanta, pastane	5,4	5,7
12 Çeşitli mal ve hizmetler	3,7	4,3
1+2+4	53,5	50,7
1+2+4+78	72,6	71,9

Kaynak: Hanehalkı Bütçe Anketi Sonuçları, TÜİK

Tablo; gıda, içecek, tütün ve konut, kira grubunun toplam içindeki ağırlığını yüzde 50 civarında göstermektedir. Bu gruba ulaştırma ve haberleşme harcamaları da eklenince üç grubun toplam içindeki ağırlığı yüzde 70'in üzerine çıkmaktadır. Bu oran, GSYH hesaplamasında elde edilen yüzde 64,7'lik paydan ve tüketici fiyat endeksi sepetindeki yüzde 68,5'lik ağırlıktan yüksektir. Üç verinin tüketilen mal gruplarının toplam içindeki payları itibariyle birbirinden farklı oranlar göstermesine rağmen, üç yöntemin de tüketimde, gıda, içecek ve tütünün, konut ve kira harcamasının, ulaştırma ve haberleşme giderlerinin diğer harcama gruplarına göre oldukça yüksek bir pay aldığını ortaya koymaktadır.

Tüketim Harcama Grubunu Oluşturan Mal ve Hizmetlerin İktisadi Faaliyet (Üretim) Kolları Açısından Değerlendirilmesi

Şimdi Mankiw'in üçüncü maddesine geri dönelim ve soralım; toplam talepteki değişimler ekonomik çıktıyı etkiliyorsa ve hane halkı tüketimi toplam tüketim harcamalarının yüzde 70'ini oluşturuyorsa, hangi tür tüketim harcamasındaki değişim ekonomik gelişmeleri etkiler?

Bu sorunun cevaplandırılması için tüketim harcama grubunu oluşturan mal ve hizmetlerin hangi sektörler tarafından üretildiğine ve bu mal gruplarının ekonomik kullanım ömrüne uygun olarak nasıl tasnif edildiğine bakmak gerekiyor.

Hane halkı tüketim harcamalarının alt gruplarına bakıldığında;

Gıda, içki ve tütün, giyim ve ayakkabı, ev eşyası, ulaştırma (kısmen), haberleşme (kısmen) sektörlerinin tarım ve sanayi ürünleri grubuna dahil olduğu,

Konut ve kira, sağlık, ulaştırma, haberleşme, kültür, eğlence, eğitim hizmetleri, otel, lokanta, pastane, diğer hizmetler sektörlerinin de GSYH üretim grubu olarak hizmetler grubuna girdiği görölmektedir.

Tarım ve sanayi ürünleri grubu mallarını tüketim veya ekonomik kullanım ömrüne uygun olarak yeniden tanımlarsak;

1. Gıda, içki ve tütünün dayanıksız tüketim malları
2. Giyim ve ayakkabının yarı dayanıklı tüketim malları
3. Mobilya, ev aletleri, ulaştırma (taşıt araçları), haberleşme (bir bölümü) sektörlerinin dayanıklı tüketim malları

grubuna girdiği görülebilir.

Konut ve kira grubunda yer alan satın alınan konutlar da bireysel yatırım malları kategorisinde değerlendirilmektedir. Dayanıksız tüketim malları hemen tüketilen veya kullanım ömrü 1 yıldan az olan ürünleri, yarı dayanıklı tüketim malları grubu 1-3 yıl arasında ekonomik ömrü olan ürünleri, dayanıklı tüketim malları ise ekonomik ömrü 3 yıldan fazla olan ürünleri kapsamaktadır.

Yukarıdaki ürün kategorilerinin toplam harcamalar içindeki payı dikkate alındığında tüketim mallarının türlerine göre tüketim harcamaları içindeki payı aşağıdaki gibidir,

Dayanıksız tüketim malları	% 26
Dayanıklı tüketim malları	% 30
Konut yatırımları	% 15-18
Hizmet alımları	%20-25
Sağlık ve eğitim	% 5
Diğer hizmetler	% 20

Tüketim harcamalarıyla ilgili dikkat edilmesi gereken bir nokta, dayanıksız tüketim mallarına yapılan harcamaların zaruri harcamalar olduğu, yarı dayanıklı tüketim malları ile dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcamaların ise büyük ölçüde gelirle ilgili, ertelenebilir nitelikli harcamalar olduğu hususudur. Konut alımı gibi kararlar ise uzun vadeli yatırım kararı niteliğindedir, gelirle ilgili olduğu kadar ödünç alınabilir fonların faiz oranları ile ide ilişkilidir ve ertelenebilir kararlardır.

Tüketim harcamalarının ertelenebilir ve ertelenemez olarak iki kategoride değerlendirmesinin ekonomik gelişmeler açısından ciddi bir önemi var. Ertelenemeyen ve bir ölçüde zaruri olarak nitelendirilebileceğimiz harcamalar ekonominin durumu ne olursa olsun yapılması gereken harcamaları içermektedir. Yukarıda da değinildiği gibi, gıda ve içecek-konut harcamalarının bir bölümü (kira)-ulaştırmanın bir bölümü-haberleşme harcamalarının bir bölümü-sağlık ve eğitim harcamaları ertelenemez harcama türleridir ve toplam hane halkı tüketim harcamalarının yüzde 60'ını oluşturmaktadır. Geriye kalan harcamalar ertelenebilir harcamalardır ve hane halkının gelir ve beklentilerinden doğrudan etkilenebilmektedir.

Şimdi yukarıdaki soruyu tekrar soralım; hangi tür tüketim harcamasındaki değişim ekonomik gelişmeleri daha çok etkiler? Tabii ki zorunlu olmayan (ihtiyari) ve ertelenebilir harcama kalemlerindeki değişimler. Çünkü zaruri harcamalar, olağanüstü bir durum olmadığı sürece, tanım gereği ekonomik konjonktür ne olursa olsun yapılması gereken harcamalardır. Bu harcamaların seyri doğrusal, ertelenebilir harcamaların seyri ise inişli çıkışlı yani dalgalıdır.

Tüketici, bazı harcamalarını da erteleyebiliyorsa ve bu ertelemeyi dolayı toplam talep de dalgalanıyorsa tüketicinin neden bu ertelemeyi yaptığını anlamaya ihtiyacımız var demektir. Bu durumda tüketici davranışını mercek altına almamız gerekiyor.

Bölüm IV Tüketiciyi Nasıl İzleriz?

Tüketici

Harcama davranışının en temel özellikleri nelerdir? Bu soruyu yanıtlarsak (tercih ve fiyat gibi unsurları bir yana bırakıyoruz), ekonomik konjonktürü hangi veriler üzerinden izleyeceğimizi keşfetmek zor olmayacaktır. Bunun için teorik tartışmalara girmeden hayatın pratiğine odaklanarak şu varsayımları yapmak mümkündür;

1. Tüketici harcama yapabilmek için belli bir gelir düzeyine sahip olmalıdır¹⁷.
2. Tüketici kendi gelirini kullanabileceği gibi kredi alarak da harcama yapabilir¹⁸.
3. Tüketici harcama yapmak için uygun zamanı bekler. Uygun zaman tüketicinin ekonomik durum ile ilgili beklentileriyle şekillenir. Harcama davranışında tüketici "mood"u önemlidir¹⁹.
4. Tüketici harcamalarını belirli satış kanalları üzerinden yapar. En çok kullanılan harcama kanalı perakende ticarettir²⁰.
5. Tüketicinin harcama kalıbı zorunlu olan ve zorunlu olmayan mallar/hizmetler olarak ikiye ayrılabilir. Ekonomik gelişmeleri yansıtması bakımından zorunlu olmayan harcamalar daha belirleyicidir. (Tüketme süresi açısından tüketim mallarını dayanıklı ve dayanıklı olmayan tüketim malları olarak da tasnif etmek mümkündür.)

Tüketiciyi Kavrayan Veriler

Tüketici olmak ve harcama yapmak için gerekli özellikler yukarıdaki gibi sıralandığında, harcamalardaki gelişmelerin hangi veriler üzerinden izlenmesi gerektiği de kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bunlar sırasıyla;

1. İstihdama ilişkin veriler
2. Tüketici kredilerine ilişkin veriler
3. Tüketici güven endeksleri
4. Perakende ticaret verileri
5. Dayanıklı tüketim malları satış verileri

¹⁷ Tüketim harcamaları gelir ve refahın bir fonksiyonu olarak kabul edilmektedir.

¹⁸ Tüketici harcama yaparken kendi gelirinin yanı sıra ödünç aldığı kaynakları da kullanır Mankiw, ibid. s.456-484.

¹⁹ Burada tüketici "mood"undan kastedilen tüketici psikolojisi veya tüketici güvenidir.

²⁰ Gözlemler, hane halkının perakende ticaret noktalarından alışveriş yaptıklarını, firmaların da alımlarını fabrikalar veya toptancılar üzerinde yoğunlaştırdığını göstermektedir.

İstihdam²¹

İstihdama ilişkin veriler, tüketicinin geliriyle doğrudan ilgili bir veridir. İstihdamın artması veya azalması, harcamalara ayrılabilcek toplam gelirin artması veya azalması anlamına gelir. TÜİK'in yayımladığı Hane Halkı İşgücü İstatistikleri bülteni işgücüne ilişkin bütün verileri detaylı biçimde ele almaktadır. Ancak verinin oldukça gecikmeli açıklanması konjonktürü izleyenler açısından bu veriyi kullanışsız kılmaktadır. Veri yayımlandığında güncelin birkaç ay gerisinde kalan gelişmeleri yansıtır durumdadır.

Türkiye İş Kurumu İstatistikleri Kuruma başvuran ve işe yerleştirilen kişilere ilişkin geniş bir veri seti sunmaktadır. Veri aylık olarak yayımlanmakta ve zamanlama itibariyle güncel olarak nitelendirilebilecek sıklıktadır.

İstihdama veya işgücüne ilişkin bir başka veri seti, güven endeksi tablolarının içinde gömülü şekilde yer almaktadır. Tüketici güven endeksi araştırmasında hane halkının 12 aylık gelecek dönem içinde işsiz sayısı beklentisini sorgulamaktadır. Reel sektör güven endeksinde ise işletmeler bazında gelecek 3 aylık dönemde istihdam beklentisi sorusu istihdama ilişkin ipuçları sunmaktadır.

Tüketici Kredileri

Tüketim kredilerine ilişkin veriler Merkez Bankası ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından kamuoyuna duyurulmaktadır. Sözkonusu krediler bireysel krediler başlığı altında, kredi kartları ve tüketici kredileri olarak iki temel grupta ele alınmakta, tüketici kredileri de konut, taşıt, ihtiyaç ve diğer olarak dört alt gruba ayrılmaktadır.

Tüketici kredileri alt grubunda yer alan taşıt dayanlı tüketim malları grubunda yer almaktadır. Tüketici, taşıt kredisini bankalardan doğrudan alabildiği gibi, otomobil marka temsilcilerinin finansal kuruluşlarından da temin edebilmektedir. İhtiyaç ve diğer kategorileri içinde hangi tür krediler bulunduğu net değildir. Ancak bu kredileri, hizmet ağırlıklı, otomobil ve konut harcamaları dışındaki ürünlerin alımına yönelik krediler olarak tanımlamak

²¹ Üretim faktörleri toplam üretimden ücret, kar, faiz ve rant adı altında pay almaktadırlar. 2006 verilerine göre ücret gelirlerinin toplam GSYH içindeki payı (cari fiyatlarla) yüzde 26,5 civarındadır. Hane halkının temel geliri ücret olarak düşünüldüğünde istihdam bu gelirin bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır. 2012 yılı verilerine göre Türkiye'de toplam istihdam edilen kişi 24 milyon 821 bin kişidir. Bunun 6 milyon 97 bini tarımda, 4 milyon 751 bini sanayide, 1 milyon 709 bini inşaat ve 12 milyon 266 bini de diğer hizmet sektörlerinde çalışmaktadır. Oransal olarak istihdam edilenlerin yüzde 24,6'sı tarımda, yüzde 19,1'i sanayide, yüzde 6,9'u inşaat, yüzde 49,4'ü de diğer hizmetler sektöründe yer almaktadır.

mümkündür. Konut harcaması, esas itibarıyla tüketim harcaması olarak görülmemekte, bireysel yatırım olarak değerlendirilmektedir.

Tüketici Güven Endeksi

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Tüketici Güven Endeksi verisini her ayın son haftasında kamuoyuyla paylaşmaktadır. Endeks, iki temel gruptan oluşmakta, birinci grup tüketicinin mevcut durumu nasıl algıladığına ilişkin soruları içermekte, ikinci grupta da gelecekle ilgili beklentileri sorgulanmaktadır.

Tüketici güvenini ölçen bir başka endeks CNBC-e Tüketici Güven Endeksidir. Tüketici güveninin ölçümünde kullanılan soruların niteliği Türkiye ve dünyada benzer olmakla birlikte soru sayısı farklılık göstermektedir. Dünyadaki uygulamalarda (Michigan Güven Endeksi, Conference Board Güven Endeksi) tüketici güveni ikisi mevcut durum üçü beklenti olmak üzere beş soru üzerinden ölçülürken, TÜİK'in kullandığı soru sayısı 18'dir. Bu soruların 6 tanesi mevcut durumla ilgili algıyı ölçerken, 12 soru da tüketicinin gelecekle ilgili beklentisini ölçmeye yöneliktir. Türkiye'de yayınlanan CNBC-e endeksi ise TÜİK'in aksine dünyadaki uygulamalar gibi beş soru üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Tüketici güven endeksi, tüketim harcamalarındaki değişimi önceden kestirmeye yarayan bir araç olarak düşünülürse de bu işlevi tartışmalıdır. Endeksin bir öncü göstere olmaktan ziyade mevcut durumu ölçen bir araç olduğu konusunda görüşler mevcutsa da yapılan araştırmalar endeksin bazı sorularının dayanıklı tüketim malları harcamalarını önceden tahmin etmede kullanılabileceğini ortaya koymuştur²². Örneğin "Yarı Dayanımlı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Yapma Düşüncesi" sorusu tüketim harcamalarının öncü göstergesi olduğu kadar, tüketicinin "mood"unu da gösteren bir veri niteliğindedir.

Tüketim Harcamaları

Tüketim harcamalarındaki değişimler iki yoldan izlenebilmektedir. Birinci yol perakende ticaretteki gelişmeleri izlemektir. İkinci yol da dayanıklı tüketim malları satışlarını ölçmektir. TÜİK'in yayınladığı Perakende Ticaret Güven Endeksleri içinde yer alan iş hacmi-satışlar sorusu tüketim harcamalarını perakende faaliyetleri üzerinden izlemeye olanak sağlamaktadır.

²² Tüketici güveninin tüketim harcamalarını nasıl etkilediği ve güven endekslerinin ekonominin gidişatı açısından öncü göstere olup olmayacağı esasen tartışmalıdır. Ek-1'de bu konudaki tartışmalar özetlenmekte ve dünyada ve Türkiye'de yayımlanan tüketici güven endekslerine ilişkin bilgi sunulmaktadır.

Tüketicinin dayanıklı tüketim malları harcamalar verilerine Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneđi²³ ve Otomotiv Sanayii Derneği'nden ulaşmak mümkündür²⁴. Derneklerin adından da anlaşılacağı gibi söz konusu dayanıklı malların satış verileri beyaz eşya ve otomobil satışlarını içermektedir.

Tüketim Yönünden Ekonomiye İzleme Veri Seti

Aşağıda, tüketim ve harcamaya ilişkin veriler ve verileri yayımlayan kurumlar bir tablo halinde gösterilmektedir.

Tablo I: Tüketim Yönünden Ekonomiye İzleme Veri Seti

Gelir (İstihdam Verileri)

- Gelecek üç aydaki toplam istihdam beklentiniz (TCMB Reel Kesim Güven Endeksi)
- İşsizlerin sayısı beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde) (TCMB Tüketici Güven Endeksi)
- Türkiye İş Kurumuna Başvuranlar (Türkiye İş Kurumu)
- Yurtiçi İşgücü Piyasasında Gelişmeler (TÜİK)
 - Sivil İstihdam (TÜİK)
 - İşsizlik Oranı (TÜİK)
 - Tarım Dışı İşsizlik Oranı (TÜİK)
 - Genç Nüfus İşsizlik Oranı (TÜİK)

Krediler

Bireysel Krediler (TCMB, BDDK)

- Bireysel Krediler (TCMB, BDDK)
- Tüketici Kredileri (TCMB, BDDK)
- Otomotiv Kredileri (TCMB, BDDK)
- İhtiyaç ve Diğer Krediler (TCMB, BDDK)
- Bireysel Kredi Kartları (TCMB, BDDK)

Tüketici Güveni (Tüketici "Mood"u)

- Tüketici Güven Endeksi (TCMB-TÜİK)
- CNBC-e Tüketici Güven Endeksi (CNBC)
- Yarı Dayanıklı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Yapma Düşüncesi (TÜİK)

Tüketici Harcaması Harcama Kanallarına Göre

- Perakende Ticaret İş Hacmi-Satışlar (Sektörel Güven Endeksleri-TÜİK)
- Perakende Satış Hacmi Endeksi (TÜİK)
- TEPAV Perakende Güven Endeksi (Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı)

²³ Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği web adresi: <http://www.turkbesd.org/>.

²⁴ Otomotiv Sanayii Derneği web adresi <http://www.osd.org.tr/>.

- AMPD Perakende Endeksi (Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği)

Ürün Grubuna Göre Dayanıklı Tüketim Malları Satışları

- Beyaz Eşya Satışları (TURKBESD)
- Otomobil Satışları (OSD)
- Yarı Dayanıklı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Yapma Düşüncesi (TÜİK)

Ek 1:

Tüketici Güveni ve Tüketici Güven Endeksleri

Hane halkının tükettiği ürünleri zorunlu ve zorunlu olmayan olarak ikiye ayırmak mümkündür. Zorunlu tüketim malları her zaman tüketilen ürünleri içerirken zorunlu olmayan ürünler dayanıklı ve yarı dayanıklı malları içermektedir. Tüketimi zorunlu olmayan mallara olan talep ertelenebilir bir taleptir. Bu mallara olan talep ertelenebilir olduğu için tüketicinin bu ürünleri tüketmesi sadece alım gücüne değil, psikolojisine, yani satın alma isteğine de bađlıdır²⁵.

Tüketici psikolojisi ve davranışını saptama çalışmaları 1940'lara kadar gitmektedir. Psikolog Katona'nın öncülüğünde hazırlanan anket bazlı tüketici duyarlılık analizi bugün de yaygın olarak kullanılan tüketici güven endeksi çalışmalarının temelini oluşturmuştur. (Psikolojinin ekonominin bütünü açısından önemini Keynes de "animalspirit" (sürü psikolojisi) kavramıyla vurgulanmıştı²⁶.)

ABD'de iki güven endeksi çalışması ön plana çıkmıştır. Bunlardan ilki, Michigan Güven Endeksi'dir. Bugün de sıklıkla haberlere konu olan endeks 1946 yılında beri derlenmektedir. Her ay yaklaşık 500 kişiye telefonla tüketicinin davranışları ve beklentileriyle ilgili 50 soru sorulmaktadır. Ancak Güven Endeksi bu sorular içindeki beş sorudan oluşturulmaktadır. Bu soruların üç tanesi Tüketici Beklentileriyle, iki tanesi de Mevcut Durum Değerlendirmesiyle ilgilidir. Güven Endeksinin kendisi ise bu beş sorunun bileşeni olarak hesaplanmaktadır.

İkinci endeks, Conference Board'ın hazırladığı yine ankete dayalı bir endekstir. 1967 yılında iki ayda bir yapılan anket Haziran 1977'den itibaren aylık olarak yapılmaktadır. Bu anket yaklaşık 5.000 kişiye posta yoluyla ulaştırılan sorulara dayanmaktadır. Ankete cevap verenlerin ortalaması yüzde 70 civarındadır. Güven endeksini oluşturan soruların sayısı Michigan endeksindeki gibi 5 ile sınırlıdır. Soruların 3 tanesi gelecekle ilgili beklentileri, 2 tanesi de mevcut durum algısını ölçmeye yöneliktir²⁷.

Tüketici güveninin tüketim harcamalarını belirleyebildiği varsayıldığında, bu endekslerin gayri safi yurt içi hasılanın en büyük bölümünü oluşturan

²⁵ Ivan Roberts ve John Simon, "What Do Sentiment Surveys Measure?", Research Discussion Paper 2001-09, Reserve Bank of Australia, Kasım 2001, s.2.

²⁶ Kajal Lahiri, George Mokroussos, Yongchen Zhao, "Forecasting Consumption: The Role of Consumer Confidence in Real Time with Many Predictors, Department of Economics Working Paper, University of Albany, SUNY, Nisan 2013, s.2.

²⁷ Michigan ve Conference Board endeksleri için bakınız; Dean Croushore, "Do Consumer Confidence Indexes Help Forecast Consumer Spending in Real Time?, Discussion Paper, Seri 1: Studies of the Economic Research Centre, No 27/2004, Deutsche Bank.

hane halkı harcamalarını önceden tahmin edebileceği de varsayılmıştır. Bu çerçevede, tüketici güven endekslerinin tüketim harcamalarını önceden kestirebilecek bir göstere olup olmadığı konusunda çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak, bu konudaki çalışmaların belirli bir konsensus oluşturduğunu söylemek mümkün değildir. Michigan ve Conference Board endekslerini ele alan bazı çalışmalar tüketici güven endekslerinin tüketim harcamalarını önceden tahmin etmek açısından iyi bir araç olduğu ileri sürülmüştür. Örneğin Katona'nın Michigan Güven Endeksini hazırlarken hareket noktasını oluşturan zorunlu olmayan tüketim mallarına olan talebin tüketici güveninden etkilendiği varsayımı tüketici güveninin, dayanıklı ve yarı dayanıklı tüketim malları harcamalarını belirlediğini ileri sürmekteydi. Mueler'in çalışması Katona'yı destekler bir şekilde, gecikmeli güven verilerinin dayanıklı ve dayanıklı olmayan hane halkı harcamalarını belirlediğini ortaya koyarken, Firend ve Adams da güven endeksinin otomobil satın alma davranışını açıkladığını vurguluyordu. Mishkin, Thorp ve Leeper güven endeksi ile dayanıklı tüketim malları talebi arasında pozitif bir ilişki olduğunu vurgulayanlar arasındaydı²⁸ Stephene Dees ve Pedro Soares Brinca²⁹ ve Kaja Lahiri, George Mokroussos, Yongchen Zhao³⁰, de tüketici güven endekslerinin tüketim harcamalarını öngörebilme yeteneğine vurgu yapmaktadırlar. Lahiri ve arkadaşları tüketici güven endekslerinin mevsimlikten arındırma gibi düzeltme işlemi yapılmadan önceki verilerinin bu öngörüyü kuvvetlendirdiğini vurgulamaktadırlar.

Ancak bazı ekonomistler güven endekslerinin öngörü yeteneği konusunda kuşku duymaktadırlar. Örneğin, Berry ve Davey³¹ tüketimin standart belirleyicilerinin gelir, refah ve faizler olduğunu, tüketici güveninin büyük bölümünün de bu değişkenlerle açıklanabileceğini ileri sürerek, ekonomi dışı faktörlerin de tüketici güvenliğini etkileyebileceğini ancak araştırmalarında bu faktörlerin de tüketicinin davranışını etkilemediği sonucuna vardıklarını belirtmektedir. Fuhrer³² Michigan endeksindeki değişmelerin yüzde 70'inin milli gelir, işsizlik oranı, enflasyon ve reel faizlerdeki değişmelerle açıklanabileceğini ileri sürmektedir. Duffy ve

²⁸ Tartışmalar için Roberts (ibid. s2-4)'e bakınız.

²⁹ Stephene Dees ve Pedro Soares Brinca, "Consumer Confidence as a Predictor of Consumption Spending: Evidence for the United States and the Euro Area", Working Paper Series, No 1349, Haziran 2011.

³⁰ Kaja Lahiri, George Mokroussos, Yongchen Zhao, "Forecasting Consumption: The Role of Consumer Confidence in Real Time with Many Predictors, Department of Economics working paper, University of Albany, SUNY, Nisan 2013.

³¹ Berry ve Davey, "How Should We Think About Consumer Confidence?", Bank of England Quarterly Bulletin, Sonbahar 2004.

³² Zikredon, Sydney C. Ludvigson "Consumer Confidence and Consumer Spending", Journal of Economic Perspectives, cilt 18, sayı 2-İlkbahar 2004, s.29-50.

Williams³³ güven endekslerinin tüketicinin psikolojisini anlamak açısından yararlı olabileceğini ancak ekonominin genel durumuyla ilgili yorum yapmak için yeterli olmadığını vurgulamaktadır. Benzer bir görüşü DeVol³⁴ tüketicinin güveni tüketim harcama kararlarını açıklamada yardımcı olsa da güven ve fiili harcama arasındaki ilişki zayıflamış görünmektedir” sözleriyle ifade etmektedir. Helm³⁵, tüketici güven endekslerinin gelir, refah ve faiz oranlarından etkilendiğini kabul etmekle birlikte güvendedeki değişimlerin tüketici talebini etkilemediğini düşünmektedir. Dominitz ve Manski, tüketici güven endekslerinin daha iyi sonuç vermesi için soruların değiştirilmesi, genel sorular yerine özel sorulara ağırlık verilmesi ve soru biçimlerinin de ihtimallere ağırlık verecek şekilde belirlenmesinin uygun olacağını ileri sürmektedir.

Türkiye’de yayınlanan güven endeksleri ile ilgili araştırmalar da dünyadaki araştırmalara paralel bir gelişme göstermektedir. Yani bazıları endekslerin bir öncü gösterge olabileceğini, bazıları da bu özelliklerinin olmadığını ileri sürmektedir. Örneğin, Güneş ve Çelik³⁶ ile Çelik³⁷ gelişmekte olan bir ülke konumundaki Türkiye’de hane halkının elinde yeterince fon olmadığını, ancak geçimlerine yetecek kadar fon tutabildiğini, bu nedenle tasarruf edemediğini ve bu yüzden de tüketici eğilim anketine verdikleri cevaplarla geleceğe ilişkin bilgi sağlanamadığını ifade etmektedir. Hane halkının elinde yeterli fon olmadığı için de bu kesimin tüketici güveninin finansal piyasa değişkenleri ve ekonominin mevcut görünümüne bağlı olduğunu ileri sürmektedirler.

Buna karşılık, Aslanoğlu ve Çelik³⁸ CNBC-e ve Tüketim ve İmalat Sanayi Üretim Endekslerinin Türkiye’deki ekonomik büyümeyi önceden tahmin etme gücünü test ettikleri çalışmalarında, milli gelir ve tüketim endeksi arasında uzun dönemli ilişki olduğunu saptamışlar, tüketim endeksinin Türkiye’de tüketim harcamaları için erken sinyal veren bir veri ve bu açıdan ekonomik büyüme için de önemli bir gösterge olduğu sonucuna

³³ Dominitz ve Manski “How Should We Measure Consumer Confidence (Sentiment)?, Evidence from the Michigan Survey of Consumers”, Working Paper 9926, National Bureau of Economic Research, Ağustos 2003.

³⁴ DeVol, “Consumer Sentiment and Spending: Watch What I Do, Not What I Say”, Milken Institute, Eylül 2011.

³⁵ John J. Helm, “The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending, Journal of Applied Business and Economics, cilt 11 (2), 2011.

³⁶ Hurşit Güneş ve Sadullah Çelik, Consumer Confidence and Financial Market Variables in an Emerging Market: The Case of Turkey, Marmara Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Merkezi Projeleri Birimi, SOS-D-300409-0123, 2009.

³⁷ Sadullah Çelik, An Unconventional Analysis of Consumer Confidence Index for the Turkish Economy, International Journal of Economics and Finance Studies, 2,1,s.121-129, 2010.)

³⁸ Erhan Aslanoğlu ve Sadullah Çelik, An Analysis of Two Leading Indicators of Economic Growth in Turkey: Monthly Manufacturing Industry Output and CNBC-e Consumption Indices, İktisat İşletme ve Finans, 25,s. 9-31, 2010.

varmışlardır. Özdemir³⁹ de tüketici güveni değişimi ile tüketim harcamaları büyümesine ilişkin verilerin birbiriyle aynı yönde hareket ettiğini ve genel olarak tüketici güveninin tüketim harcamalarına öncülük ettiğini ileri sürmektedir. Özdemir ayrıca tüketici güveninin dayanıklı tüketim mallarına ilişkin harcamaları tahmin etme gücünün de yüksek olduğunu vurgulamaktadır (Özdemir'in çalışmasının ekinde yer alan tablo Türkiye'de ve dünyada tüketici güveninin öngörü gücüne ilişkin çalışmalar ve bulguları konusunda çarpıcı bir özet sunmaktadır).

Tüketici Güven Endeksleri Soruları Neleri Kapsıyor? Michigan, Conference Board, TÜİK, Merkez Bankası ve CNBC-e Tüketici Güven Endeksleri Alt Kategorileri

Mevcut Şartları Sorgulayan Sorular

Michigan

1. Ev eşyası ve gereçleri almak için sizce uygun bir zaman mı (satın almak için iyi bir zaman, kötü bir zaman, emin değil)
2. Siz ve aileniz açısından finansal durumunuz bir yıl önceye göre nasıl (daha iyi, daha kötü, aynı)

Conference Board

1. Bölgenizdeki genel iş durumunu nasıl tanımlarsınız? (iyi, kötü, normal)
2. Bölgenizdeki şu anda iş bulma olanakları hakkında ne dersiniz? (çok iş var, o kadar değil, bulmak çok zor)

Türkiye TÜİK

1. Hanenin maddi durumu (geçen 12 aylık döneme göre mevcut dönem)
2. Genel ekonomik durum (geçen 12 aylık döneme göre mevcut dönem)
3. Mevcut dönemin dayanıklı tüketim malı satın almak için uygunluğu
4. Mevcut dönemin tasarruf etmek için uygunluğu
5. Hanenin içinde bulunduğu mali durum
6. Tüketici fiyatlarının değişimine ilişkin düşünce (geçen 12 aylık dönemde)

Türkiye TÜİK-MB

1. Satın alma gücü (mevcut dönemin 6 ay öncesine göre)
2. Genel ekonomik durum (mevcut dönemin geçen 3 aylık döneme göre)
3. Mevcut dönemi dayanıklı tüketim malı satın almak için uygunluğu
4. Mevcut dönemin tasarruf etmek için uygunluğu

³⁹ Gonca Özdemir, Tüketici Güveninin Tüketim Harcamaları ile İlişkisi ve Öngörü Gücü: Türkiye Örneği, TCMB Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Ankara, Şubat 2013, s.30.

Beklenti Soruları

Michigan

1. Ülke genelindeki iş şartlarına dönecek olursak, önümüzdeki 12 aylık dönemde finansal olarak iyi günler mi göreceğiz kötü günler mi? (iyi günler, kötü günler, emin değil)
2. Önümüzdeki döneme bakarak hangi ihtimalin daha gerçekleşebilir olduğunu söylersiniz, önümüzdeki beş yıl içinde ülke genelinde sürekli iyi günler var veya yaygın bir işsizlik dönemleri veya depresyon veya ne? (iyi günler, kötü günler, kararsız)
3. Geleceğe bakarak, bundan bir yıl sonra siz ve aileniz finansal olarak daha mı iyi olacaksınız, daha mı kötü olacaksınız veya şimdiki seviyelerde mi kalacaksınız? (daha iyi, daha kötü, aynı)

Conference Board

1. Bundan altı ay sonra, bölgenizdeki iş durumunun nasıl olacağını düşünüyorsunuz? (daha iyi, daha kötü, aynı)
2. Altı ay sonra bölgenizde iş bulma olanakları nasıl olacak? (daha fazla, daha az, aynı)
3. Altı ay sonra aile gelirinizin nasıl olacağını düşünüyorsunuz? (daha yüksek, daha düşük, aynı)

Türkiye TÜİK

1. Hanenin maddi durum beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde)
2. Genel ekonomik durum beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde)
3. İşsiz sayısı beklentisi (gelecek 12 aylık dönemde)
4. Yarı dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi (geçen 3 aylık döneme göre gelecek 3 aylık dönemde)
5. Dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi (geçen 12 aylık döneme göre gelecek 12 aylık dönemde)
6. Tasarruf etme ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde)
7. Tüketimin finansmanı amacıyla borç kullanma ihtimali (gelecek 3 aylık dönemde)
8. Tüketici fiyatlarına ilişkin beklenti (geçen 12 aylık döneme göre gelecek 12 aylık dönemde)
9. Ücretlerin değişimine ilişkin beklenti (geçen 12 aylık döneme göre gelecek 12 aylık dönemde)
10. Otomobil satın alma ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde)
11. Konut tamiratına para harcama ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde)
12. Konut satın alma veya inşa ettirme ihtimali (gelecek 12 aylık dönemde)

Türkiye TÜİK-MB

1. Satın alma gücü (gelecek 6 aylık dönemde)
2. Genel ekonomik durum (gelecek 3 aylık dönemde)
3. İş bulma olanakları (gelecek 6 aylık dönemde)
4. Yarı dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi (gelecek 3 aylık dönemde)
5. Dayanıklı tüketim malı satın alma ihtimali (gelecek 6 aylık dönemde)
6. Otomobil satın alma ihtimali (gelecek 6 aylık dönemde)
7. Tüketimin finansmanı amacıyla borç kullanma ihtimali (gelecek 3 aylık dönemde)
8. Tasarruf etme ihtimali (gelecek 6 aylık dönemde)
9. Fiyatların değişim yönüne ilişkin beklenti (gelecek 12 aylık dönemde)

CNBC-e endeksi toplam beş sorudan oluşmaktadır. Sorular Michigan endeksi soruları ile aynı olmakla birlikte alt kategoriler farklılaşmaktadır.

CNBC-e Tüketici güven endeksi soruları;

1. Mevcut ekonomik durumunuzu öğrenmek istiyoruz. Sizin (ve ailenizin) mevcut finansal durumunuzu bir önceki yıla göre kıyaslarsanız ne dersiniz? (daha iyi, daha kötü, aynı, fikrim yok)
2. Önümüzdeki bir yılda sizin (ve ailenizin) finansal durumunuzun nasıl olacağını düşünüyorsunuz? (daha iyi, daha kötü, aynı, fikrim yok)
3. Türk ekonomisinin önümüzdeki ayda bir önceki aya göre nasıl olacağını bekliyorsunuz? (daha iyi, daha kötü, aynı, fikrim yok)
4. Türk ekonomisinin bir yıl içindeki durumunun nasıl olacağını düşünüyorsunuz? (daha iyi, daha kötü, aynı, fikrim yok)
5. Şu anın tv, buzdolabı ve mobilya veya araç ya da ev almak için uygun bir zaman olduğunu düşünüyor musunuz? (uygun zaman, kötü zaman, aynı)

Endeksin 2 ve 4. Soruları Tüketici Beklenti Anketini oluştururken, 5. Sorunun, tüketicinin harcama eğilimi gösterdiği düşünülmektedir. Güven endeksi eşit ağırlıklı olarak yukarıdaki 5 soru üzerinden hesaplanmaktadır.

BÖLÜM V

Talep = Arz

Üretim Yönünden Ekonomik Gelişmeler Nasıl İzlenir?

Tüketimin ve harcamanın ekonomi içindeki önemini önceki bölümlerde vurguladık. Tüketim ve harcamalarla ilgili verileri de bir tablo olarak sunduk. Böylece ekonomik aktiviteyi “talep” üzerinden nasıl izleyebileceğimiz konusunda belirli bir altyapıyı oluşturmuş olduk. Şimdi sıra konunun “arz” yanına geldi. Madem, ekonomik aktivite “talep-arz” olarak kurgulanıyor, söz konusu aktivitenin talep yanını irdelediğimize göre “arz” yönünü de irdelemeli, ekonomik gelişmelerin arza, yani üretime ilişkin hangi veriler üzerinden izlenmesi gerektiğine açıklık getirmeliyiz. Ekonomik gelişmeleri üretim üzerinden izlemek Türkiye’deki ekonomi gözlemcileri açısından yadırganacak bir yaklaşım değil. Hangi yorumcuyu dinlerseniz dinleyin, hangi köşe yazarını okursanız okuyun bunun bir alışkanlık olduğunu göreceksiniz. Kuşkusuz istisnalar kaideyi bozmuyor.

Hatırlanacağı gibi Mankiw, mutabakat listesinin üçüncü maddesinde, kısa vadede bir ülkede üretilen mal ve hizmetler düzeyinin o ülkedeki toplam talep tarafından belirlendiğini, toplam talepteki değişmelerin üretimin kısa vadede dalgalanmasına yol açtığını, toplam talebi etkileyen her değişkenin kısa vadede ekonomiyi dalgalandırdığını, para ve/veya maliye politikalarının piyasalarda şoklara neden olabildiğini, bunun da toplam üretimi ve istihdamı etkilediğini belirtiyordu.

Mankiw’in bu sözleri ekonomiyi izlemek açısından iki noktanın altını çiziyor. Birinci nokta, ekonominin dalgalanıyor olmasıdır. Buna göre ekonomi sabit eğimli bir doğru üzerinde hareket eder gibi büyümekte, zaman zaman yavaş, zaman zaman da hızlı bir büyüme performansı göstermektedir. Aslında ekonominin bu düz olmayan-dalgalı performansına Türkiye ekonomisinde çok rastlıyoruz ancak ekonomi gözlemcileri nedense bu dalgalanma gerçeğini göz önüne almamak eğilimindedirler.

İkinci nokta, dalgalanmanın üretim kesimi üzerinden izlenmesi gerektiğidir. Talep değişmekte ve üretim düzeyi dalgalanmaktadır. Bu iki noktadan hareketle ekonomiyi izleme yöntemine geçmeden önce bir sorunun cevaplanması gerekiyor;

Ekonomi neden dalgalanıyor? Ya da talepteki değişmeler ekonomik hasılda neden dalgalanma biçiminde kendisini gösteriyor?

....

Çünkü üretim taleple eş zamanlı hareket etmez. Üretimin, talepteki gelişmelere uyumu gecikmeli gerçekleşir. Peki üretim neden talepteki gelişmelere gecikmeli olarak tepki vermektedir?

Çünkü talep neredeyse anlıktır ve hızlı bir şekilde hareket eder. Üretimin gerçekleşmesi ise çok daha uzun sürer.

Talep ve arz arasındaki bu zaman farkından doğan dalgalanma son derece doğal bir süreçtir ve istisna değil, bir kuraldır. Bu önermeyi daha iyi anlamak için bir örnek verelim.⁴⁰ Diyelim ki gözlemekte olduğumuz ekonomik sistemimiz bir üretici, bir ticari işletme ve bir tüketiciden oluşmaktadır. Bu ekonomik yapıda ticari işletme yaptığı satış kadar stok tutmakta, üretici kesim ise sıfır stokla çalışmaktadır. Söz konusu ekonomide sadece içecek tüketilmekte ve üretilmektedir.

Tüketici haftada 4 kasa içecek tüketmektedir. Ticari işletme her hafta, hafta boyunca 4 kasa satmakta, 4 kasa da stok tutmaktadır. Hafta başında, bir hafta sonra teslim edilmek üzere üreticiye sipariş vermektedir. Satıldığı kadar stok tuttuğu için siparişinin miktarı da 4 kasadır. Üretici aldığı siparişi hafta içinde üretmekte ve bir sonraki hafta başında ticari işletmeye teslim etmektedir. Yani teslimatta (veya üretimde de diyebiliriz) bir haftalık gecikme söz konusudur.

Tüketicinin haftada 4 kasa içecek tükettiği, ticari işletmenin 4 kasa içecek sattığı, 4 kasa da stok tuttuğu, hafta başında 4 kasa teslim alıp bir sonraki hafta için 4 kasa sipariş verdiği, üreticinin 4 kasalık bu siparişi bir hafta içinde üretip teslim ettiği ekonomik sistem kendi halinde uyumlu biçimde işlemektedir. Ancak günün birinde tüketicinin talebi iki misline çıkınca sistem bu talep değişiminden etkilenir. Aşağıdaki çizimlerin birincisi normal işleyen dünyayı, sonrakiler de talepteki sıçramayla meydana gelen gelişmeleri anlatmaktadır.

1. Hafta

Önceki Hata Sonu	Ticari işletmenin elinde 4 kasa stok vardır. 4 kasa da sipariş vermiştir.
Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye 4 kasa teslimat yapar. Ticari işletme 4 kasa sipariş verir.
Hafta içinde	Ticari işletme Tüketiciiye 4 kasa satış yapar.
Hata sonunda	Ticari işletmenin elinde 4 kasa stok vardır. Üreticiye 4 kasa sipariş verir.

⁴⁰ Bu örneğin orijinali Beer Game (Bira Oyunu) olarak bilinir. (Peter M. Senge, "The Fifth Discipline", Doubleday, 1990, s.23-42.) Burada orijinal oyunu basitleştirdik.

2. Hafta

Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye 1. Haftada verdiği 4 kasayı teslim eder. Ticari işletme 4 kasa sipariş verir.
Hafta içinde	Tüketicinin talebi birden 4 kasadan 8 kasaya çıkar. Ticari işletme Tüketiciciye 8 kasa satış yapar.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elindeki stok sıfırlanmıştır.

3. Hafta

Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye 2. Haftada verdiği 4 kasayı teslim eder. Ticari işletme 2. Haftadaki talep artışının neden kaynaklandığını anlamamıştır. Yine 8 kasa satılabilir. Ancak satılmayabilir de. İhtiyatlı olarak 8 kasa sipariş verir.
Hafta içinde	Talep devam etmektedir. Tüketicinin talebi yine 8 kasadır. Ticari işletme Tüketiciciye 4 kasayı verir. 4 kasa da hafta başında vereceğini söyleyerek tüketiciye borçlanır.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elindeki stok -4 olmuştur.

4. Hafta

Hafta başında	Üretici Ticari İşletmeye 3. Haftada verdiği 8 kasayı teslim eder. Ticari işletme Tüketiciciye 4 kasa borcunu ödeyecektir. Talep belki eski seviyesine düşer. 4 satarım, 4 kasa da stok kalsın diye düşünür. 12 kasa sipariş eder.
Hafta içinde	Tüketicinin talebi yine haftalık 8 tane dir. Ticari işletme elindeki 8 kasanın tamamını tüketiciye verir. Fakat yine 4 kasa borçlu kalır.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elindeki stok yine -4'tür.

5. Hafta

Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye 4. Haftada verdiği 12 kasayı teslim eder. Ticari işletme Tüketiciciye 4 kasa borcunu verecektir. 8 kasa da yine talep geleceğini düşünür. Tüketilen kadar stokum olsun
---------------	--

Hafta içinde düşünceyle 8 kasa da fazla sipariş edeyim der ve toplam sipariş miktarını 16 kasaya yükseltir. Ticari işletme 4 kasalık borcunu öder ve Tüketicie 8 kasa daha satar.

Hafta sonunda Ticari işletmenin elinde 8 kasa stok vardır. Fakat tüketimin artacağına dair iyimserlik vardır. Çünkü Tüketicici hafta içinde 12 kasa tüketmiştir.

6. Hafta

Hafta başında Üretici Ticari işletmeye 16 kasalık siparişi teslim eder. Ticari işletme işlerin artacağı beklentisi içinde 16 kasa daha sipariş verir.

Hafta içinde Tüketicinin talebi birden eski halini alır. Sadece 4 kasa tüketir.

Hafta sonunda Ticari işletmenin elinde 12 kasalık bir stok birikmiştir.

7. Hafta

Hafta başında Üretici Ticari işletmeye 6. Haftada aldığı 16 kasalık siparişi teslim eder. Ticari işletmenin kafası karışmıştır, satışlar konusunda iyimserliğini korusa da elinde 12 kasalık stok vardır ve 16 kasa daha teslim almıştır. Toplam mevcut 28 kasa olmuştur. Siparişlerini durdurur. Hiç sipariş vermez.

Hafta içinde Tüketicici 4 kasa tüketir.

Hafta sonunda Ticari işletmenin elinde 24 kasa kalmıştır.

8. Hafta

Hafta başında Üretici Ticari işletmeye sipariş var mı diye uğrar. Ticari işletmenin elindeki miktar kendisine yeter. O nedenle sipariş vermez.

Hafta içinde Tüketicinin talebi yine 4 kasadır.

Hafta sonunda Ticari işletmenin elinde 20 kasa kalmıştır.

9. Hafta

Hafta başında Üretici Ticari işletmeye sipariş var mı diye uğrar. Ticari işletmenin elindeki miktar kendisine yeter. O nedenle sipariş vermez.

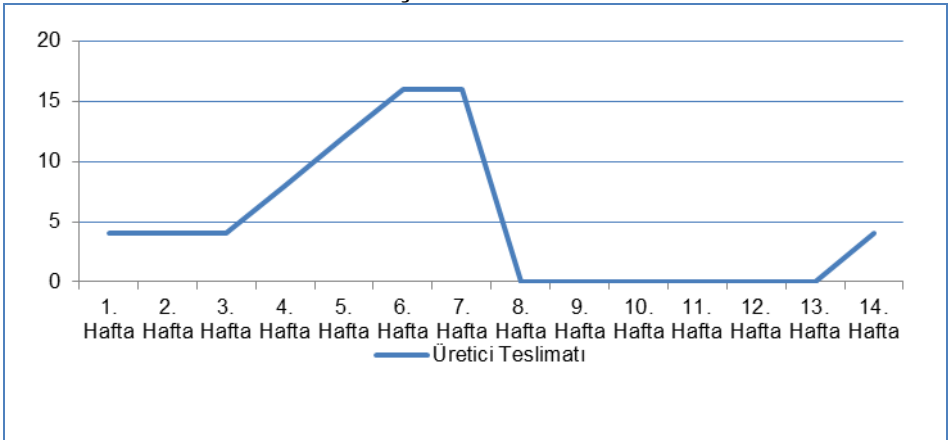
Hafta içinde	Tüketicinin talebi yine 4 kasadır.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elinde 20 kasa kalmıştır.
10. Hafta	
Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye sipariş var mı diye uğrar. Ticari işletmenin elindeki miktar kendisine yeter. O nedenle sipariş vermez.
Hafta içinde	Tüketicinin talebi yine 4 kasadır.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elinde 16 kasa kalmıştır.
11. Hafta	
Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye sipariş var mı diye uğrar. Ticari işletmenin elindeki miktar kendisine yeter. O nedenle sipariş vermez.
Hafta içinde	Tüketicinin talebi yine 4 kasadır.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elinde 12 kasa kalmıştır.
12. Hafta	
Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye sipariş var mı diye uğrar. Ticari işletmenin elindeki miktar kendisine yeter. O nedenle sipariş vermez.
Hafta içinde	Tüketicinin talebi yine 4 kasadır.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elinde 8 kasa kalmıştır.
13. Hafta	
Hafta başında	Üretici Ticari işletmeye sipariş var mı diye uğrar. Ticari işletme talebin tam anlamıyla eski haline döndüğünden emin olarak 4 kasa sipariş verir.
Hafta içinde	Tüketicinin talebi yine 4 kasadır. Ticari işletme elindeki 8 kasanın 4'ünü tüketiciye satar.
Hafta sonunda	Ticari işletmenin elinde 4 kasa kalmıştır. Böylece durum birinci haftaya geri gelmiştir.

Yukarıda özetlenen hareketleri tabloda gösterirsek durum Şu Şekilde olur;

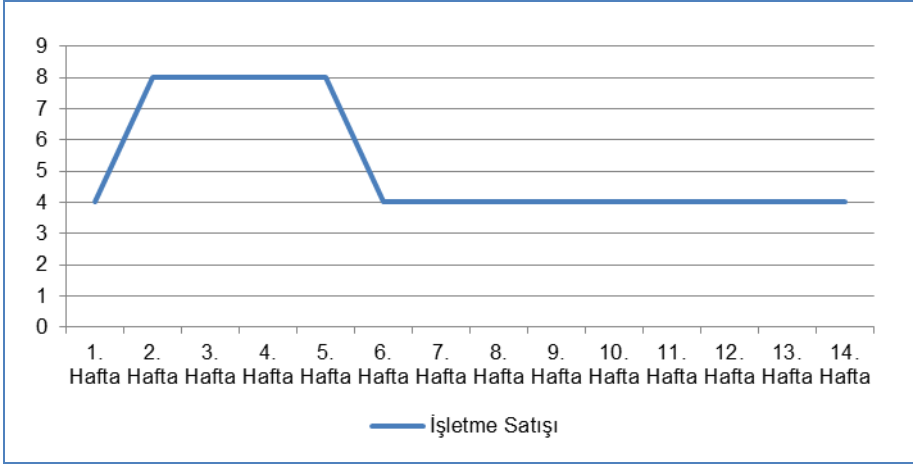
	Üretici Teslimatı	İŞletme Siparişi	Tüketici Talebi	İŞletme Satışı	İŞletme Stoku
1. Hafta	4	4	4	4	4
2. Hafta	4	4	8	8	0
3. Hafta	4	8	8	8	-4
4. Hafta	8	12	8	8	-4
5. Hafta	12	16	8	8	0
6. Hafta	16	16	4	4	12
7. Hafta	16	0	4	4	24
8. Hafta	0	0	4	4	20
9. Hafta	0	0	4	4	16
10. Hafta	0	0	4	4	12
11. Hafta	0	0	4	4	8
12. Hafta	0	0	4	4	4
13. Hafta	0	4	4	4	4
14. Hafta	4	4	4	4	4

Üreticinin üretimi ve teslimatı ile işletmenin satışlarını sipariş durumunu görmek istersek aşağıdaki grafikleri çizebiliriz.

Grafik 1: Üretici Teslimatı Gelişimi



Grafik 2: İşletmenin Satışlarının Gelişimi



Yukarıdaki anlatım, tablo ve grafikler bize talepteki değişmelerin sadece uyarlamadaki gecikmeden dolayı üretimde ve satışlarda dalgalanmaya yol açtığını gösteriyor.

Grafikler dikkatlice incelenirse, satışlardaki uyarlamaların üretimdeki uyarlamalardan çok daha çabuk olduğu görülüyor. Ya da bir başka deyişle üretimin talebin ani artışı öncesindeki durumuna dönmesi satışlara göre çok daha uzun sürüyor. Bu da ekonomik dalgalanma sürecinde hiç aklımızdan çıkarmamız gereken bir durum.

Evet, ekonominin dalgalanması doğal ve “normal” bir durum. Bu konunun üzerinde durmamızı da gerektiriyor. Ancak şimdi üreticinin nasıl davrandığına odaklanalım. Çünkü bu bölümde üretim faaliyetinin nasıl izlenmesi gerektiğini saptamaya çalışıyoruz.

Pratik Yaklaşım

Bu çerçevede, tüketicinin harcama davranışı kalıbını belirlemeye çalıştığımız gibi, üreticiyi de pratik hayat içindeki davranış tarzı içinde düşünmekte yarar var. Yukarıdaki ekonomik aktiviteyle ilgili örnek üretici davranışını da belirlememize yardımcı olmaktadır.

Buna göre şu saptamaları yapmamız yerinde olur;

1. Pratikte üreticinin piyasa ile ilgili algısı kendisine gelen siparişlerle oluşur. Sipariş miktarının artması piyasada canlılık, düşmesi piyasada durgunluk anlamına gelir.

2. Siparişlerin artması durumunda üretici önce stoklarını eritir. Her üretici satışıları ölçüsünde ve piyasada canlanma olduğu takdirde ne kadarlık bir stoğa ihtiyacı olacağını bilir ve ona göre stok tutar.
3. Sipariş miktarı artmaya devam ederse, üretici önce kapasite kullanımını artırarak üretim miktarını artırma yoluna gider.
4. Kapasite kullanımını artırdığı halde siparişler artmaya devam ediyorsa ve üreticide bu artışın devam edeceği yönünde bir beklenti oluşmuşsa, üretici üretim kapasitesini artırmayı düşünmeye başlar.
5. Üretici üretim kapasitesini genişletmek için yatırım yapar.

Bu davranış biçimi esas alınırsa, üretimdeki gelişmeleri takip etmek için gözlemlememiz gereken veriler kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

1. İzlenmesi gereken ilk veri sipariş verisidir.
2. İkinci veri stok değişimi verisidir.
3. Kapasite kullanım oranındaki değişmeler üretimle ilgili izlenmesi gereken üçüncü veri grubudur.
4. Dördüncü veri grubu, üretim düzeyidir.
5. Üreticinin ekonomik gidişat konusundaki beklentisi yatırım kararını doğrudan etkileyeceği için reel sektör güven endeksi izlenmesi gereken beşinci veri grubunu oluşturmaktadır.
6. Makine ve teçhizat yatırımlarına ilişkin veriler de yatırımın yapılıp yapılmadığını ortaya koyduğu gibi üretimin geleceğine ilişkin de ipuçları sunmaktadır.

Sipariş Verileri

Sipariş verisi, üreticinin iç piyasadan aldığı somut talep sinyali olarak değerlendirilebilir. Ticari işletme/aracı piyasadaki talebi gözlemekte ve bu talebi karşılamak üzere üreticiden sipariş yoluyla talepte bulunmaktadır.

Siparişe ilişkin veriler Türkiye’de müstakil olarak yayınlanmıyor. Bu verileri Merkez Bankası’nın hazırladığı çeşitli anketler ve endeksler içindeki sorulardan çıkarıyoruz. Örneğin MB, İktisadi Yönelim Anketi’nde,

- şu anda kayıtlı toplam siparişlerinizin miktarı (2. Soru)
- şu anda kayıtlı iç piyasa siparişlerinizin miktarı (19. Soru)
- şu anda kayıtlı ihracat siparişlerinizin miktarı (3. Soru)
- Son üç ayda alınan toplam siparişlerin miktarı (11. Soru)
- Gelecek üç aydaki ihracat sipariş miktarı beklentiniz (12. Soru)
- Gelecek üç aydaki toplam sipariş miktarı beklentiniz (17. Soru)
- Gelecek üç aydaki iç piyasa sipariş beklentiniz (21. Soru)
- şu anda alınan ihracat siparişlerinizin miktarı (18. Soru)
- Kayıtlı siparişleriniz ve gelecek aylardaki talep beklentiniz göz önüne alındığında, şu andaki üretim kapasitenizin seviyesi (9. Soru)

- Mevcut sipariş kayıtlarınız üretiminizi kaç ay sürdürmenizi sağlar (10. Soru)

gibi sorularla siparişlerle ilgili geçmiş ve şimdiki durumu sorgulamakta, gelecekle ilgili olarak da ip uçları elde etmeye çalışmaktadır.

Merkez Bankası'nın siparişle ilgili verileri topladığı bir başka çalışması Reel Kesim Güven Endeksi'dir. Bu endekste siparişlerle ilgili üç soru yer almaktadır;

- Toplam sipariş (Mevcut durum)
- Toplam sipariş (Son 3 ay)
- İhracat sipariş (Gelecek 3 ay)

Burada da mevcut durum, son üç ay ve gelecek üç aydaki durum sorgulanmaktadır. Ancak ilginç olan gelecekle ilgili sorunun ihracatla sınırlı kalmasıdır. MB bu soruyla dış piyasadaki talep beklentisine odaklanmış görünmektedir. İç piyasadaki talep beklentisini yansıtabilecek iç piyasadaki sipariş (gelecek 3 ay) gibi bir soru sorulmamaktadır.

Stok Verileri

Stoklar olası talep artışlarını veya arz eksikliklerinde piyasadaki gelecek talepleri karşılamak için ihtiyacı olarak işletmede tutulan ürünlerdir. İktisadi anlamda bir tür yatırım harcaması olarak değerlendirilir. Stok verisindeki değişimler ekonomideki gelişmeleri yansıtmaktadır ancak bu verinin farklı ekonomik konjonktürde aynı şekilde hareket etmesi olasılığı vardır ve bu nedenle bu verideki değişimler yorumlanırken genel ekonomik durumun göz önünde tutulması gerekir. Daha açık konuşacak olursak, ekonomik büyüme hızlandığı ve talebin yükseldiği ve devam edeceğine ilişkin beklentinin hakim olduğu ekonomik genişleme döneminde stoklar da artmaktadır. Ancak aynı stoklar yukarıdaki örnekte olduğu gibi talebin düştüğü fakat işletmelerin bu durumu kavramakta geciktiği ekonomik yavaşlama döneminde de artmaya devam etmektedir. Stok değişim verilerinin birbirine zıt ekonomik konjonktürde benzer şekilde hareket edebiliyor olması bizi bu veriyi yorumlarken dikkatli olmaya zorlamaktadır. Stoklarla ilgili de müstakil veri yayınlanmamaktadır ancak sipariş verisinde olduğu gibi MB İktisadi Yönelim Anketi ve Reel Kesim Güven Endeksi içinde yer alan bazı sorular stoklarla ilgili bilgi sunmaktadır.

Reel Sektör Güven Endeksi "Mamul Mal Stoku (Mevcut Durum)" sorusuna yer vermektedir. İktisadi Yönelim Anketinde de "Mevcut Mamul Mal Stoklarınızın Seviyesi " sorusu (4. Soru) yer almaktadır.

Kapasite Kullanım Oranı

Tüm üretim sektörlerini içeren bir kapasite kullanım oranı hesaplanmamaktadır. Merkez Bankası TÜİK'in sanayi üretim endeksinin genel çerçevesini kullanarak, İktisadi Yönelim Anketi kapsamındaki işyerlerine yönelik her ay yaptığı anket çalışmalarına dayanarak imalat sanayi kapasite kullanım oranlarını hesaplamaktadır⁴¹. Türkiye'de uzun dönemli kapasite kullanım oranı yüzde 74,5 civarındadır. GSYH'nın uzun dönemli ortalamasının yüzde 4 olduğu dikkate alındığında kabaca, yüzde 74,5-75 civarındaki bir kapasite kullanım oranının "normal" olduğu sonucuna varılabilir. Bu oranın üzerindeki kapasite kullanım oranı hızlı büyümeye, altındaki bir oran da yavaş büyümeye işaret etmektedir.

Sanayi Üretimi /İmalat Sanayi Üretimi

Aylık bazda yayımlanan ve üretim düzeyini gösteren en kapsamlı veri sanayi üretim endeksidir. Endeks, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanmaktadır. 2010 yılı sanayi üretim düzeyi 100 alınmakta sonraki yılların üretim düzeyi buna göre hesaplanmaktadır. Yani bir anlamda 2010 yılı sanayi üretim kalıbının yıllar içindeki miktar değişimleri gözlenmektedir.

Sanayi üretiminin, toplam GSYH içindeki payı yaklaşık yüzde 20 olmakla birlikte, hizmetler kesimine girdi oluşturması ve bir ölçüde bu kesimin büyüklüğünde etkili olması nedeniyle toplam üretimi izlemek açısından uygun bir veri olduğu söylenebilir.

2010 bazlı TÜİK Sanayi Üretim Endeksi'nin alt sektörlerini madencilik ve taşocakçılığı, imalat sanayi ve elektrik gaz buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörleri oluşturmaktadır. Bu üç gruptan toplam içindeki en büyük pay, yüzde 81,5 ile imalat sanayine aittir. Bu da imalat sanayindeki gelişmelerin sanayi üretimindeki gelişmeler üzerinde belirleyici bir ağırlığı olduğunu göstermektedir. Sanayi üretimi ülkedeki genel üretim düzeyini izlemek açısından temsil kabiliyeti olan bir gösterge olarak kabul edilirse, aldığı yüksek pay nedeniyle, imalat sanayinin toplam üretim açısından temsil kabiliyeti olan bir veri olarak kabul edilmesi yanlış olmayacaktır.

İmalat sanayi üretimi içinde en büyük pay yiyecek ve giyim sektörlerine aittir. Gıda, içecek, tekstil, giyim sektörlerinin imalat sanayi içindeki payı yüzde 28,7 civarındadır. Dayanıklı tüketim mallarının payı yüzde 5,0 civarındayken, dayanıksız tüketim mallarının payı yüzde 23,9 olarak hesaplanmaktadır. Sanayi üretimi içinde ara malı üretiminin payı yüzde 38,0,

⁴¹ TCMB İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı'na İlişkin Yöntemsel Açıklama, İstatistik Genel Müdürlüğü, Reel Sektör Verileri Müdürlüğü, <http://www.tcmb.gov.tr/imalat/KKO-YontemselAciklama.pdf>.

sermaye malının payı ise yüzde 16,5 civarındadır. Sanayi üretimi ve alt sektörlerine ilişkin bir tablo ekte yer almaktadır.

Üretim Beklentisi

Sanayi üretimine ilişkin verilerin iki aylık gecikmeyle yayınlanması bizi üretimle ilgili daha güncel bir veri arayışına yöneltmektedir. Bu çerçevede üretimle ilgili iki veriyi Reel Kesim Güven Endeksi ve İktisadi Yönelim Anketinde buluyoruz.

Reel Kesim Güven Endeksinde gelecek üç aydaki üretim hacmi beklentisi bir endeks olarak sunulurken, İktisadi Yönelim Anketinde üretime ilişkin “son üç aydaki üretim hacminiz ve gelecek üç ay içindeki üretim beklentiniz” soruları arttı, azaldı ve aynı kaldı cevapları verilecek şekilde yer almaktadır.

Yayınlanan veriler ışığında, sanayi üretimine ilişkin güncel veri ihtiyacımızı üretim beklentisi verisini kullanarak gidermeye çalışıyoruz.

Beklenti-Güven Endeksleri⁴²

Üreticinin ekonomik konjoktüre yönelik algısını ölçmek için kullanabileceğimiz birden fazla endeks mevcuttur. Merkez Bankası tarafından yayınlanan Reel Sektör Güven Endeksi ve HSBC Satınalma Yöneticileri Endeksi (HSBC Türkiye İmalat Sanayi PMI) reel sektörün ekonomiyle ilgili beklentilerini yansıtırken, TÜİK tarafından yayınlanan Sektörel Güven Endeksleri, hizmetler, perakende ticaret ve inşaat sektörünün yani hizmetler kesiminin beklentilerini ortaya koymaktadır.

Reel Sektör Güven Endeksi

Aylık olarak yayınlanmakta ve sekiz soru içermektedir.

- Toplam sipariş miktarı (Mevcut durum)
- Mamul mal stok miktarı (Mevcut durum)
- Üretim Hacmi (Gelecek 3 ay)
- Toplam istihdam (Gelecek 3 ay)
- Toplam sipariş miktarı (Son 3 ay)
- İhracat sipariş miktarı (Gelecek 3 ay)
- Sabit sermaye yatırım harcaması
- Genel gidişat

⁴² Anketlerin ekonomik aktiviteyi tahmin etme gücüne ilişkin bir çalışma; JasperHanssen, Per Jansson, Marten Löf, “Business Survey Data: Do They Help in Forecasting the Macro Economy”, The NationalInstitute of Economic Research, WeeklyPayer 84, Haziran 2003, Stockholm, 2003.

Sorulara dikkatlice bakıldığında, önce sipariş, sonra stok ve ardından üretim hacmi sorularının geldiği görölmektedir. Bu yukarıda verdiğimiz üretici davranışıyla uyumlu bir sıralama olarak görünmektedir. Arkasından üretim faktörü olarak istihdamın artıp artmayacağı sorulmaktadır. Üretici davranışı konusunda tutarlı yaklaşım sürdürölmüş olsaydı, bundan sonraki soruların geleceğe ilişkin ve sipariş soruları olması beklenirdi. Geleceğe ilişkin talep beklentisinin sorgulanması böyle yapılabilirdi. Ancak Endekste yer alan sonraki sorularda dış talep beklentisi ihracat sipariş miktarı (gelecek 3 ay) sorusuyla saptanmaya çalışılırken iç piyasa talep beklentisi ileriye dönük değil geriye doğru, toplam sipariş miktarı (son 3 ay) sorusuyla sorgulanmaktadır. Talep beklentisi sorusundan sonra üretici davranışına göre genel gidişata ilişkin görüşün belirlenmesi ve sonrasında da sabit sermaye yatırım harcaması yapılıp yapılmayacağı sorusunun sorulması yine üretici davranışıyla uyumlu olurdu ancak ankette bu soruların yer değiştirdiğini görüyoruz. Sıralamadaki sorunları bir yana bırakacak olursak reel kesim güven endeksi sorularının iç piyasadaki talep beklentisini ölçmenin dışında üretici davranışını kavrayan bir yaklaşım içerdini söylemek yanlış olmaz.

HSBC Türkiye İmalat Sanayi Satın Alma Yöneticisi Endeksi (PMI)

Beş ayrı endeksin bileşiminden oluşan bir endekstir⁴³. Aşağıdaki sorular çerçevesinde oluşturulan endeksler ağırlıklandırılarak satın alma yöneticisi endeksi hesaplanmaktadır. Bu endeksle satıncıların üzerinden ekonomik gelişmelerin izlenmesi amaçlanmaktadır.

Soru	Endeks
Aldığınız toplam siparişlerin miktarı bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi?	Yeni siparişler,
Üretim bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi?	Üretim,
Firmanızda çalışan sayısı bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi?	İstihdam,
Tedarikçilerinizin mal teslimi bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi?	Tedarikçilerin teslim süresi
Tedarik stokunuz bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi?	Girdi stoku

İlk üç soru dikkat edileceği üzere reel sektör güven endeksinde yer alan sorularla benzerlik taşımaktadır. Daha sonraki sorular piyasadaki talebi ölçmeye yönelik sorulardır. “Tedarikçilerinizin mal teslimi bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi” sorusu, aynı tedarikçiden birden fazla şirketin mal temin ettiği ve tedarikçinin kendisine yönelik mal siparişlerinde bir artma olduğu taktirdesatıncılara teslim edeceği malları zamanında veremeyeceği varsayımıyla piyasadaki talep ölçölmektedir. “Tedarik stokunuz bir ay öncesine göre nasıl değiştirdi” sorusu da satıncının üretim bandına

⁴³ HSBC Türkiye PMI İmalat Sanayi Raporu, 3 Mart 2014.

sokacağı girdinin artıp artmadığını irdeleyen bir sorudur. Yukarıdaki örnekte yer alan ticari işletme gibi, üreticinin de stokla çalıştığı düşünülürse, stoktaki değişimin talep göstergesi olarak değerlendirilmesi mümkündür. İlk soru piyasadaki genel talep beklentisini ölçerken sonraki soru satılmamacının talep beklentisini ölçmektedir.

Sektörel Güven Endeksleri

Hizmetler sektöründe beklentiler TÜİK tarafından üç ayrı kategoride ölçülmektedir; hizmet sektörü güven endeksi, perakende ticaret güven endeksi ve inşaat sektörü güven endeksi. Bu endekslerin hazırlanmasında kullanılan sorular aşağıda gösterilmektedir.

Hizmet sektörü güven endeksi

- İş durumu (son 3 aylık dönemde)
- Hizmetlere olan talep (son 3 aylık dönemde)
- Hizmetlere olan talep beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Toplam çalışan sayısı (son 3 aylık dönemde)
- Toplam çalışan sayısı beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Satış fiyatları beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Sabit sermaye yatırımı beklentisi (son 12 aylık dönem ile karşılaştırıldığında gelecek 12 aylık dönemde)

Perakende ticaret sektörü güven endeksi

- İş hacmi-satışlar (son 3 aylık dönemde)
- Mevcut mal stok seviyesi
- Tedarikçilere verilecek sipariş miktarı beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- İş hacmi-satışlar beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Toplam çalışan sayısı beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Satış fiyatları beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Sabit sermaye yatırımı beklentisi (son 12 aylık dönem ile karşılaştırıldığında gelecek 12 aylık dönemde)

İnşaat sektörü güven endeksi

- İnşaat faaliyetleri (son 3 aylık dönemde)
- Alınan siparişlerin mevcut düzeyi
- Toplam çalışan sayısı beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Satış fiyatları beklentisi (gelecek 3 aylık dönemde)
- Sabit sermaye yatırımı beklentisi (son 12 aylık dönem ile karşılaştırıldığında gelecek 12 aylık dönemde)

Endekslerde genel gidişat sorusunun olmaması reel sektör güven endeksine göre bir eksiklik olarak değerlendirilmelidir. Ayrıca inşaat sektörü güven endeksinde piyasa talebinin geleceğiyle ilgili bir soru olmaması da yine bir eksiklik olarak görülebilir. Ancak perakende ticaret sektörü güven endeksinin net olarak ortaya koyduğu gibi, sorular işletme davranışının genel hatlarıyla uyumludur.

Önce satışlar sorulmakta, mevcut mal stoku irdelenmekte, sonra da gelecekle ilgili üretim ve talep soruları sıralanmaktadır. Satış fiyatının sorgulanmasının talebin hızlı artıp artmadığını ölçmek için yapıldığını varsayıyoruz. Anketin son soru olarak yatırım beklentisiyle bitmesini de davranış kalıbının tamamlanması olarak değerlendiriyoruz.

Yatırıma İlişkin Veriler

Piyasadaki talep artışının üretim sektörüne etkisinin son halkası üreticinin kapasite genişletmeye karar vermesi ve yatırım yapmasıdır. Üretim kapasitesinin genişletilmesi açısından atılacak ilk adım da makine ve teçhizat alımlarının artırılmasıdır. Eğer bu ürünlere yapılan harcamalara ilişkin bir veri derlenmiş olsaydı, yatırım harcamalarını somut olarak izlemek imkanını bulabilirdik. Ancak şimdilik bu veriden yoksunuz. Onun yerine üreticinin yatırım yapma niyetini gösteren veriler var elimizde. Yukarıda zikrettiğimiz güven endeksleri ve iktisadi yönelim anketi içinde yer alan sorularla girişimcilerin yatırım konusundaki eğilimini ölçmeye çalışıyoruz.

Yatırım beklentisi çeşitli yayınlarda şu şekilde sorgulanmaktadır

Soru	Anket/Yayın
Sabit sermaye yatırım harcaması	Reel Sektör Güven Endeksi
Geçmiş on iki aya kıyasla gelecek on iki ayda yatırım harcaması beklentiniz	İktisadi Yönelim Anketi
Sabit sermaye yatırım beklentisi (Son 12 aylık dönemde karşılaştırıldığında gelecek 12 aylık dönemde)	Sektörel Güven Endeksleri

Üretim Yönünden Ekonomiye İzleme Veri Seti

Yukarıda açıklananların bir özeti niteliğinde üretime ilişkin veriler ve verileri yayımlayan kurumlar aşağıda bir tablo halinde sunulmaktadır.

Tablo I: Üretim Yönünden Ekonomiyi İzleme Veri Seti Sipariş Verileri

- Şu anda kayıtlı toplam siparişlerinizin miktarı (Merkez Bankası İktisadi Yönelim Anketi –İYA 2. Soru)
- Şu anda kayıtlı iç piyasa siparişlerinizin miktarı (İYA 19. Soru)
- Şu anda kayıtlı ihracat siparişlerinizin miktarı (İYA 3. Soru)
- Son üç ayda alınan toplam siparişlerin miktarı (İYA 11. Soru)
- Gelecek üç aydaki ihracat sipariş miktarı beklentiniz (İYA 12. Soru)
- Gelecek üç aydaki toplam sipariş miktarı beklentiniz (İYA 17. Soru)
- Gelecek üç aydaki iç piyasa sipariş beklentiniz (İYA 21. Soru)
- Şu anda alınan ihracat siparişlerinizin miktarı (İYA 18. Soru)
- Kayıtlı siparişleriniz ve gelecek aylardaki talep beklentiniz göz önüne alındığında,şu andaki üretim kapasitenizin seviyesi (İYA 9. Soru)
- Mevcut sipariş kayıtlarınız üretiminizi kaç ay sürdürmenizi sağlar (İYA Soru)
- Toplam sipariş (Merkez Bankası Reel Kesim Güven Endeksi –RKGE Mevcut durum)

Toplam sipariş (RKGE Son 3 ay)

İhracat sipariş (RKGE Gelecek 3 ay)

Stok Verileri

- Mamul Mal Stoku (RKGE Mevcut Durum)
- Mevcut Mamul Mal Stoklarınızın Seviyesi (İYA 4. Soru)

Kapasite Kullanım Oranı

İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (Merkez Bankası)

Sanayi Üretimi /İmalat Sanayi Üretimi

- Sanayi Üretimi (TÜİK)
- İmalat Sanayi Üretimi (TÜİK)
- Üretim Hacmi (RKG Gelecek 3 Ay)

Beklentiler/Güven Endeksleri

- Reel Kesim Güven Endeksi (Merkez Bankası)
- HSBC Satınalma Yöneticileri Endeksi (HSBC Türkiye İmalat Sanayi PMI)
- Hizmetler Güven Endeksi (TÜİK Sektörel Güven Endeksleri-SGE)
- Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi (TÜİK SGE)
- İnşaat Sektörü Güven Endeksi (TÜİK SGE)

Yatırım

- Sabit Sermaye Yatırım Harcaması (RKGE)
- Sabit Sermaye Yatırımı Beklentisi (TÜİK SGE)

Yatırım Harcaması Olarak Konut

Üretim ile ilgili bu bölümü bitirmeden konut üretimi/inşaatı ve konut satışı etrafından dönen ekonomik faaliyetin öneminin vurgulanması gerekir. Konut satın almaları gelişmiş ölkelerde kişisel yatırım harcaması olarak değerlendirilmektedir. Yani konut ileride satılmak üzere alınan bir ürün gibi ele alınmaktadır. Türkiye’de temel saik öyle olmamakla birlikte, en azından gelecek nesiller için yapılan bir harcama türü olarak düşünöldüğünde konut alımları burada da yatırım harcaması olarak ele alınabilir.

Konut sektörü, üretiminde kullanılan girdiler, bittikten sonra başta mobilya, mefruşat, beyaz eşya gibi sektörlerdeki satın almaları tetiklemesi nedeniyle ekonominin birçok sektörüyle dolaylı veya doğrudan ilgili bir sektördür. Bu nedenle konut üretimi ve satışları ekonominin genel gidişatı açısından son derece yakından izlenmesi gereken bir alan. Türkiye’de de son on yıldaki ekonomik faaliyetin lokomotif sektörlerinden biri konut sektörü olmuştur görünmektedir.

Konut sektöründeki gelişmelerini aşğıdaki veriler üzerinden izlemek mümkündür.

Konut Üretimi

- İnşaat Ciro ve Üretim Endekleri (TÜİK)
- Bina
- Bina Dışı
- Yapı İzin İstatistikleri (TÜİK)
- Yapı Ruhsatı ve Yapı Kullanma İzin Belgesine Göre
- İnşaat Ciro ve Üretim Endekleri (TÜİK)
- Bina
- Bina Dışı
- Konut Kredileri (TCMB, BDDK)
- Satışlar (TÜİK)
- İlk satış(*) (
- İkinci el satış(**)
- (*)Konut üreticisi bir firma veya kişi tarafından; bu firma veya kişi ile kat karşılığı anlaşma yapıp arsası karşılığında konut alan kişiler tarafından bir konutun ilk defa satılmasıdır.
- (**)İlk satıştan ev alan kişinin bu konutu tekrar başka bir kişiye satmasıdır.
- Fiyatlar/Talep Göstergesi
- Türkiye Konut Fiyat Endeksi (MB)
- Türkiye Yeni Konut Fiyat Endeksi (MB)

Bu veriler içinde üretimle ilgili olanlar üç aylık verilerdir ve oldukça geç açıklanmaktadır. Diğer verileri aylık bazda bulmak mümkündür. Satışlar ve fiyatlar bir ay gecikmeli olarak yayımlanmaktayken krediler ile ilgili veriler neredeyse eş zamanlı denilebilecek kadar güncel niteliktedir.

Ek-1 :	2010=100
Sanayi Üretim Endeksi Alt Sektör Ağırlıkları NACE Rev.2	
B- Madencilik ve Taşocakçılığı	6.05%
C- İmalat Sanayi	81.51%
D- Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı	12.44%
Toplam Sanayi	100.00%
Ana Sanayi Grupları (MIGs)	2010=100
ARM - Aramalı	37.99%
DLT - Dayanıklı Tüketim	4.97%
DZT - Dayanıksız Tüketim	23.91%
E - Enerji	16.66%
SEM - Sermaye Malı	16.46%
Toplam	100.00%
Bölümler	2010=100
05- Kömür ve linyit çıkartılması	28.49%
06- Ham petrol ve doğal gaz çıkarımı	17.54%
07- Metal cevherleri madenciliği	27.94%
08- Diğer madencilik ve taşocakçılığı	26.03%
B- Madencilik ve Taşocakçılığı	100.00%
10- Gıda ürünlerinin imalatı	11.72%
11- İçeceklerin imalatı	1.42%
12- Tütün ürünleri imalatı	0.97%
13- Tekstil ürünlerinin imalatı	8.92%
14- Giyim eşyalarının imalatı	6.59%
15- Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	0.90%
16- Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülen eşyaların imalatı	1.52%
17- Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	2.06%

18- Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	1.20%
19- Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	1.77%
20- Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	4.76%
21- Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	3.06%
22- Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	5.76%
23- Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	7.97%
24- Ana metal sanayi	8.20%
25- Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (Makine ve teçhizat hariç)	6.13%
26- Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	1.47%
27- Elektrikli teçhizat imalatı	5.79%
28- Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	5.21%
29- Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	8.14%
30- Diğer ulaşım araçlarının imalatı	1.77%
31- Mobilya imalatı	2.38%
32- Diğer imalatlar	1.19%
33- Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	1.10%
C- İmalat Sanayi	100.00%
35- Elektrik	100.00%
D- Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı	100.00%

Bölüm VI Ekonominin Dalgalanması ve Veriler

Dalgalanma

Artık hangi verileri izlememiz gerektiğini biliyoruz. Tüketim yönünden; tüketicinin gelir durumu, kredi hacmi, ekonomiye güveni ve satın aldığı dayanıklı tüketim malları, üretim yönünden de sipariş, stok, kapasite kullanım oranı, üretim hacmi, beklentiler ve yatırım verilerini okumamız gerekiyor. Neyi okuyacağımızı biliyoruz ama nasıl okuyacağımız sorusuna henüz tam olarak cevap vermedik.

Aslında verileri okumadan, çevremizde olup biteni gözlemleyerek de genel gidişat hakkında kanaat oluşturabiliyoruz. Verilerin olumlu seyretmesinin ekonomik büyümeye, olumsuz seyretmesinin de ekonomik daralmaya işaret ettiğini biliyoruz. Yani genel gidişatla ilgili bir sağduyumuz var ancak bu ekonomik sağduyunun biraz rafine edilmesi gerek.

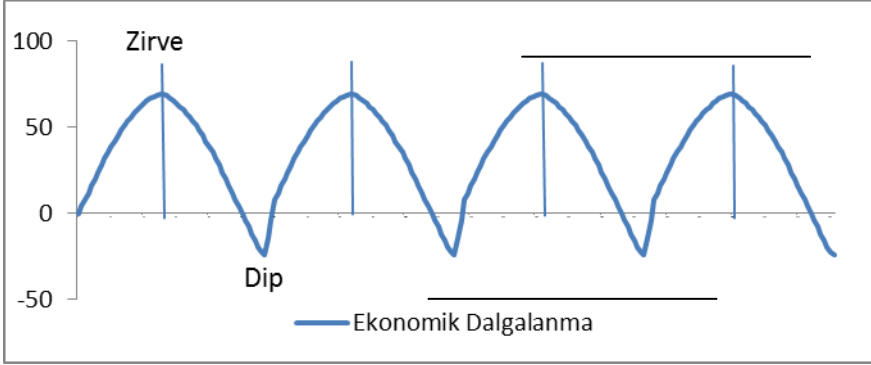
Geçen bölümde ekonomideki dalgalanmaların son derece doğal ve süreklilik arz eden bir olgu olduğuna kısaca değinmiştik. Eğer ekonomi dalgalanıyorsa ve bu dalgalanma ekonomik performansın temel özelliklerinden biriye, bu durumda ekonomik verileri okuma işi de, kaçınılmaz olarak, ekonomideki dalgalanmayı kavrama işine dönüşür. Yani ekonomik verileri okurken veya anlamlandırırken aslında yaptığımız şey, ekonomik dalgalanmanın hangi evresinde olduğumuzu keşfetme işidir.

Ekonomik dalgalanmadan tam olarak neyi kast ediyoruz?

Ekonomik dalgalanma derken, ekonominin kısa dönemde uzun dönemli trendinin üstüne çıkması ve altına inmesi şeklinde kendini gösteren dalgalanma benzeri hareketini anlatmaya çalışıyoruz.⁴⁴

⁴⁴ Aslında ekonomik dalgalanma “economic fluctuation”ın karşılığıdır. Ancak biz “kısa dönemli ekonomik dalgalanma” ifadesiyle “businesscycle”ı kastediyoruz. “Business cycle” Türkçeye iş çevrimi olarak tercüme edilmektedir. “Cycle” kelimesinin karşılığı olarak kullanılan “çevrim” sözcüğünün ekonomist olmayan geniş bir kesim tarafından anlaşılamayacağı endişesiyle bu tanıımı kullanmak yerine bir anlamda “galatı meşhur lügat-ı fasihten evladır” özdeyişine sığınarak, iş çevrimi yerine kısa dönemli ekonomik dalgalanma tanımını tercih ediyoruz. Ekonomik dalgalanmaların niçin meydana geldiğini açıklamaya çalışan teorileri kısaca gözden geçiren bir not Ek-1’de sunulmaktadır.

Grafik 1: Ekonomik Dalgalanma, Zirve ve Dipler



Yukarıdaki çizim ekonominin doğrusal trend çizgisi üzerindeki salınımını göstermektedir. Dikey eksen büyüme gerçekleşmesinin ortalama büyüme oranından farkını göstermekte yatay eksen de zaman dilimlerine işaret etmektedir.

Ekonomik dalgalanmanın dört temel özelliği olduğundan bahsedilebilir⁴⁵.

1. Ekonomik dalgalanmalar birbirini izleyen tekrarlamalar şeklinde kendini göstermektedir. Bir dalgalanmayı bir sonraki dalgalanma izlemektedir.
2. Dalgalanma iki temel evreden oluşmaktadır. Birinci evre çıkış (hızlanma ve/veya genişleme), ikinci evre iniş (yavaşlama ve/veya daralma) dönemleridir. Her iki evrede de ekonomi büyümektedir. Ancak çıkış aşamasında potansiyelin üzerinde, iniş evresinde de potansiyelin altında büyüme söz konusudur.
3. Ekonomik dalgalanmada ekonomi genişlemeye başladığında bu süreç kesintiye uğramaksızın bir süre devam eder. İniş başladığında da aynı durum söz konusudur. Her inişin sonunda bir çıkış, her çıkışın sonunda da bir iniş bulunmaktadır.
4. Ekonomik dalgalanmaların süreleri dipten dibe veya zirveden zirveye ölçülebilir. Dalgalanmalar süre bakımından homojen değildir, farklılık göstermektedir. (Yukarıda gösterim kolaylığı için eşitmiş gibi çizilmiştir.)

Bu dört temel nitelik ekonomik gelişmeleri okumamızı etkilemektedir.

⁴⁵ Ekonomik dalgalanmalar için bakınız, "R.G.B Hubland ve A.P. O'Brien, "Economics", Third Edition, Pearson, s. 690-697.

- Ekonomik dalgalanmaların birbirini izleyen tekrarlamalar şeklinde ardi ardına gelmesi bize ekonomik aktivitenin sürekli bir çıkış iniş döngüsü içinde geliştiğini göstermektedir. Yapılan gözlemlere göre, genellikle çıkış süreçleri iniş süreçlerinden daha uzundur. Ya da tersten söylemek gerekirse, iniş süreleri çıkış sürelerinden daha kısadır.⁴⁶ Yani ekonomiyi okurken, ekonominin dalgalandığını, büyüme evrelerinin veya iniş dönemlerinin sonsuza kadar devam etmeyeceğini, bir süre sonra durumun değişebileceğini, iniş evrelerinin çıkış evrelerinden daha kısa sürdüğünü aklımızda tutmamız gerekmektedir.
- Ekonomik dalgalanmanın ekonomi gözlemcileri açısından en önemli özelliği, süreçlerin bir süre neredeyse kesintisiz biçimde devam etmesidir. Ekonomi çıkış sürecine girdikten sonra ekonomik büyüme zirveye ulaşana kadar devam etmektedir. İniş sürecine girildiğinde ise ekonomi dibe vurana kadar yavaşlamaya devam etmektedir. Ekonomik dalgalanmanın iki evresinin bu sürekliliği, zirvedeyken aşağıya- dipteyken yukarıya ne zaman döneciğinin tahmin edilmesini oldukça önemli hale getirmektedir.
- Ekonomik dalgalanmanın muhtemel zirve ve dip noktasını kestirme konusunda önceki dalgalanmaların sürelerinin bir ipucu vermediğini söylemek gerekir. Çünkü dalgalanmalar homojen biçimde kendilerini tekrarlamazlar. Hepsinin iniş ve çıkış evreleri vardır ama süreleri birbirinden farklıdır. Bu nedenle sadece çıkış, iniş sürecinin zaman ölçümü veya önceki dalgalanmaların süresi sonraki dalgalanmaları tahmin etmek için ölçüt olamaz. Benzerlikler sadece niteliktedir.
- Ekonomi gözlemcisinin veya karar vericinin dikkat etmesi gereken bir başka özellik, dalgalanmaların çıkış ve iniş süreçlerinin iki kısımdan oluştuğu ve büyüme performansının bu iki kısımda birbirinden farklılıklar gösterdiğidir. Daha açık ifade etmek gerekirse, dalgalanmanın çıkış evresinin ilk bölümünde ekonominin büyüme performansı oldukça yüksektir. İkinci evresi ise daha düşük bir büyüme performansına sahne olur. Yani çıkış süreci önce hızlı sonra yavaş geçilir. İniş sürecinde ise durum tam tersidir, önce yavaş sonra hızlı bir düşüş söz konusudur.
- Ekonominin uzun dönemli performansı bir anlamda potansiyelini yansıtmaktadır. Çıkış evresinde ekonominin potansiyelinin üzerine çıkması hızlı büyümeye, iniş evresinde potansiyelin altına düşmesi daralmaya işaret eder.

Veriler ve Dalgalanma

⁴⁶ Leonid Grinin, Russian Academy of Sciences, Medium And Large Term Economic Cycles, An Analysis of Interconnection, http://www.socionauki.ru/authors/grinin_l_e/other/files/pezentaciya_kwvaves_and_juqlar_cycles.pdf
Victor Zarnowitz, "What is a Business Cycle", NBER Working Paper, N. 3863, Ekim 1991, s.35.

Aynı Yönlü, Ters Yönlü Veriler

Dalgalanma boyunca ekonominin gösterdiği performansta görülen değişmeler ekonomik verilere de yansımaktadır. Gözlemler bazı verilerin ekonominin büyüme performansına paralel olarak hareket ettiğini ortaya koymaktadır. Bu veriler ekonomi büyürken artış göstermekte, yavaşlarken düşmektedir. Bazı veriler ise ekonomik büyümenin tersine hareket etmektedir. Ekonomi büyürken küçülmekte, ekonomi küçülürken büyümektedir.

Veriler ekonomik performansa göre değerlendirildiğinde büyümeyle paralel hareket eden veriler “aynı yönlü”, aksi yönde hareket edenler de “ters yönlü” olarak tanımlanmaktadır. Aynı yönlü verilerin ekonomik gelişmeleri anlamak açısından son derece uygun araçlar olduğu çok açık. Fakat acaba bu veriler ekonomik gelişmelerin zamanlamasını belirlemek açısından da aynı derecede uygun araçlar mı? Yani bu verilerin artmasını ekonomik büyümenin işareti olarak görsek bile acaba her artış ekonomide eş zamanlı bir büyümeyle işaret ediyor mu? Bu soruya cevap vermek için ekonomik dalgalanma boyunca verilerdeki hareketi ekonomik büyümedeki hareket ile karşılaştırmamız gerekir. Yapılan gözlemler, aynı yönlü verilerin ekonomik dalgalanmaya göre farklı zamanlarda harekete geçtiğini ortaya koymaktadır.

Öncü, Eş Zamanlı, Gecikmeli Veriler

Bazı veriler ekonomi büyüme trendine girmeden artış göstermekte, ekonomi iniş trendine başlamadan önce de azalma eğilimine girmektedir. Ekonomideki trend değişikliğini önceleyen bu veriler öncü veriler olarak tanımlanmaktadır. Genellikle beklenti verileri öncü veriler olarak kabul edilir.

Bazı veriler ise ekonomik performansla zamanlama bakımından uyumlu hareket etmektedir. Büyüme dönemlerinde artış, iniş dönemlerinde de azalış eğilimindedirler. Bu tip verilere eş zamanlı veriler diyoruz. Sanayi üretimi bu tip verilerdendir. Ekonomik performansın gerisinden gelen veriler ise gecikmeli veriler olarak adlandırılmaktadır. Bu verilerdeki değişme ekonomik performanstaki trend iyice ortaya çıktıktan sonra gerçekleşir. İstihdam verisi böyle bir veridir. İşletmeler ekonomi iyice canlandıktan ve talep belirli bir trende oturduktan sonra üretimi artırmak için istihdamı artırmak eğilimine girerler. İstihdamı azaltmaları da talepteki düşüşün tam olarak belirginleştiği dönemlere rastlar.

İzleme Veri Setleri ve Ekonomik Dalgalanma: Yön ve Zamanlama

Ekonomik verilerin yorumlanmasında, verilerin ekonomik dalgalanmanın yönü ve zamanlamasına ilişkin özelliklerinin dikkate alınması gerekir. Aksi takdirde yanlış sonuçlara varılabilir. Bu çerçevede aşağıda ekonomik

gelişmeleri izlemek için belirlediğimiz verilerin yön ve zamanlama özellikleri sunulmaktadır.

Tablo I: Tüketim Yönünden İzleme Veri Seti ve Ekonomik Dalgalanma: Yön ve Zamanlama

Gelir (İstihdam Verileri)

Gelecek üç aydaki toplam istihdam beklentiniz (RKGE)	Aynı yönlü Öncü	
Türkiye İş Kurumuna Başvuranlar (Türkiye İş Kurumu)	Aynı yönlü	Eş zamanlı
Sivil İstihdam (TÜİK)	Aynı yönlü	Gecikmeli
İşsizlik Oranı (TÜİK)	Ters yönlü	Gecikmeli
Tarım Dışı İşsizlik Oranı (TÜİK)	Ters yönlü	Gecikmeli
Krediler	Aynı yönlü	Öncü

Bireysel Krediler (TCMB, BDDK)
Tüketici Kredileri (TCMB, BDDK)
Otomotiv Kredileri (TCMB, BDDK)
İhtiyaç ve Diğer Krediler (TCMB, BDDK)
Bireysel Kredi Kartları (TCMB, BDDK)

Tüketici Güveni (Tüketici "Mood"u) Aynı yönlü Öncü

Tüketici Güven Endeksi (TCMB-TÜİK)
Yarı Dayanımlı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Yapma Düşüncesi (TÜİK)
CNBC-e Tüketici Güven Endeksi (CNBC)

Tüketici Harcaması/Harcama Kanallarına Göre

Perakende Ticaret İş Hacmi-Satışlar	Aynı yönlü	Eş zamanlı
Perakende Satış Hacmi Endeksi	Aynı yönlü	Eş zamanlı
TEPAV Perakende Güven Endeksi	Aynı yönlü	Öncü
AMPD Perakende	Aynı yönlü	Öncü
Dayanımlı Tüketim Malları Satışları	Aynı yönlü	Eş zamanlı

Beyaz Eşya Satışları (TURKBESD)
Otomobil Satışları (OSD)

Tablo II: Üretim Yönünden İzleme Veri Seti ve Ekonomik Dalgalanma: Yön ve Zamanlama

Sipariş Verileri	Aynı yönlü	Öncü
Şu anda kayıtlı toplam siparişlerinizin miktarı (Merkez Bankası İktisadi Yönelim Anketi –İYA 2. Soru)		
Şu anda kayıtlı iç piyasa siparişlerinizin miktarı (İYA 19. Soru)		
Şu anda kayıtlı ihracat siparişlerinizin miktarı (İYA 3. Soru)		
Son üç ayda alınan toplam siparişlerin miktarı (İYA 11. Soru)		
Gelecek üç aydaki ihracat sipariş miktarı beklentiniz (İYA 12. Soru)		
Gelecek üç aydaki toplam sipariş miktarı beklentiniz (İYA 17. Soru)		
Gelecek üç aydaki iç piyasa sipariş beklentiniz (İYA 21. Soru)		
Şu anda alınan ihracat siparişlerinizin miktarı (İYA 18. Soru)		
Kayıtlı siparişleriniz ve gelecek aylardaki talep beklentiniz göz önüne alındığında, şu andaki üretim kapasitenizin seviyesi (İYA 9. Soru)		
Mevcut sipariş kayıtlarınızın üretiminizi kaç ay sürdürmenizi sağlar (İYA 10. Soru)		
Toplam sipariş (Merkez Bankası Reel Kesim Güven Endeksi –RKGE Mevcut durum)		
Toplam sipariş (RKGE Son 3 ay)		
İhracat sipariş (RKGE Gelecek 3 ay)		
Stok Verileri	Yön değişebiliyor	Öncü
Mamul Mal Stoku (RKGE Mevcut Durum)		
Mevcut Mamul Mal Stoklarınızın Seviyesi (İYA 4. Soru)		
Kapasite Kullanım Oranı	Aynı yönlü	Öncü
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (Merkez Bankası)		
Sanayi Üretimi /İmalat Sanayi Üretimi	Aynı yönlü	Eş zamanlı
Sanayi Üretimi (TÜİK)		
İmalat Sanayi Üretimi (TÜİK)		
Üretim hacmi (Gelecek 3 Ay) (MB)	Aynı yönlü	Öncü
Beklenti-Güven Endeksleri	Aynı yönlü	Öncü
Reel Kesim Güven Endeksi (Merkez Bankası)		
HSBC Satınalma Yöneticileri Endeksi (HSBC Türkiye İmalat Sanayi PMI)		
Hizmetler Güven Endeksi (TÜİK Sektörel Güven Endeksleri-SGE)		
Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi (TÜİK SGE)		
İnşaat Sektörü Güven Endeksi (TÜİK SGE)		
Yatırım	Aynı yönlü	Gecikmeli
Sabit Sermaye Yatırım Harcaması (RKGE)		
Sabit Sermaye Yatırımı Beklentisi (TÜİK SGE)		

Verilerin zamanlamaya göre sıralanması veri setimiz içinde de bir izleme hiyerarşisi oluşturuyor kendi kendine. Geleceği bilme merakımız nedeniyle dikkatimizi ilk önce öncü veriler üzerinde yoğunlaştırıyoruz. Tabii sadece geleceğe ilişkin kuru bir merak değil bu. Öncü veriler alacağımız kararların yanlış olmaması ve doğru adımları atabilmemiz için önümüzü görme fırsatı veriyor bize. Böylece öncü veriler seti bir anlamda başta sorduğumuz hangi verileri neden izlemeliyiz ve nasıl izlemeliyiz sorularının cevabını da teşkil etmiş oluyor.

Öncü verilerden sonra dikkatimizi çeken veriler eş zamanlı veriler oluyor. Böylece öncü verilerin işaret ettiği gelişmeleri eş zamanlı verilerle teyid etme imkanı buluyoruz. Gözleyeceğimiz son veri seti ise gecikmeli verilerden oluşuyor. Gecikmeli veriler bütün yorumlarımızı bir kere daha gözden geçirmemize, sağlamanın sağlamlasını yapmamıza olanak sağlıyor.

Ek 1: Ekonomik Dalgalanma Teorileri⁴⁷

Ekonomik dalgalanmaları açıklamak üzere geliştirilen teoriler temel olarak talep yönlü ve arz yönlü teoriler olarak ikiye ayırmak mümkündür. Keynesyenler, parasalcılar ve rasyonel bekleyişler teorisyenleri ekonominin kısa dönemli dalgalanmasını talepteki değişimlerle açıklamaya çalışırken, reel ekonomik dalgalanma teorisyenleri bu dalgalanmaları arz yönlü değişkenlerle açıklamaya çalışmaktadırlar.

Keynesyen Teori ekonomik dalgalanmaların kökeninde hızlı değişen beklentiler olduğunu ileri sürer. Keynesyenlere göre yatırımcılar çeşitli yollardan edindikleri bilgiler ışığında gelecekle ilgili satış ve karlara ilişkin beklentilerini oluşturmakta ve “sürü psikolojisiyle” oluşan beklentiler doğrultusunda yatırım kararı vermektedir. Yatırımlar, çarpan etkisiyle, toplam harcamaları, reel ekonomik çıktıyı ve harcanabilir gelir düzeyini

⁴⁷ Bu konuda geniş bir literatür bulunmaktadır. Hızlı bir gözden geçirme için aşağıdaki kaynaklara bakılabilir.

Finn. E. Kydlnad, Edward C. Prescott, “Business Cycles; Real Facts and a Monetary Myth”, Quarterly Review, Federal Reserve Bank of Minneapolis, Spring 1990.

Charles I. Plosser, “Money and Business Cycles: A Real Business Cycle Interpretation”, NBER Working Paper Series No. 3221, Ocak, 1990.

Robert G. King, Mark W. Watson, “Money, Prices, Interest Rates and the Business Cycle”, JEL, 130, 310, Temmuz 1995.

Bennett T. McCallum, “Real Business Cycle Models”, NBER Working Paper Series No. 2480, Ocak 1988.

Soyoung Kim, “Monetary Policy Rules and Business Cycles”, Banco de Espana, No. 9804.

Sergio Rebelo, “Real Business Cycle Models, Past, Present and Future”, NBER Working Paper Series No. 11401, Haziran 2005.

Gregory Mankiw, “Real Business Cycles: A New Keynesian Perspective”, NBER Working Paper No.2882, Mart 1989.

Eric Kades, “New Classical and New Keynesian Models of Business Cycles”, Federal Reserve of Cleveland, Economic Review IVQ, 1985.

yükseltmektedir. Ekonomik büyüme, istihdamı ve dolayısıyla toplam talebi artırmaktadır. Artan talep, hızlandırıcı etkisiyle yeniden ekonomik büyümeyi ateşlemektedir. Ekonomi tam istihdam seviyesine ulaştığında, yatırımlar artsa bile, istihdam yoluyla talebi artırmak mümkün olmadığından, hızlandırıcı etkisi ortadan kalkmaktadır. Ekonomideki bütün fiyatların yapışkan olması artmayan talep karşısında uyarılmanın miktar üzerinden yani ekonomik çıktı üzerinden yapılmasına yol açmaktadır. Böylece üretim belirli bir düzeye yükseldikten sonra gerilemeye başlamakta bu da ekonominin dalgalanması olarak tanımlanmaktadır.

Parasalıcılar kısa dönemli ekonomik dalgalanmanın para stokundaki değişmelerin sonucu olduğunu ileri sürer. Ekonomideki para miktarının büyüme oranı yavaşladığında ekonomi durgunluğa girmekte, para miktarının artış oranı hızlandığında ekonomi genişlemektedir.

Para miktarı arttığında öncelikle toplam talep artar. Reel para miktarının artmasıyla faizler düşer. Reel para dengesi yükselir. Yerli para birimi yabancı para birimlerine karşı değer kaybeder.

Bu şartlar altında yatırım talebi ve ihracat artmaya başlar. Tüketiciler dayanıklı tüketim mallarına daha fazla harcamaya başlar. Harcamalardaki artış çarpan etkisine yol açar ve ekonomi genişlemeye başlar. Artan talep arzın artmasına yol açmaktadır. Para arzının azalması da bütün bu mekanizmanın tersine dönmesine yol açar.

Parasalıcılar ekonominin tam istihdam seviyesinin altına düşmesini veya üstüne çıkmasını bir sapma olarak değerlendirmektedirler. Parasalıcılara göre ekonomik dalgalanma temel olarak dışsal etkilerden kaynaklanmaktadır.

Rasyonel beklеyiş mümkün olan bütün bilgiler ışığında geleceğe ilişkin tahminde bulunmak anlamına gelir. Rasyonel beklеyişler teorisine göre ekonomideki ücretler fiyatlar düzeyine ilişkin rasyonel beklеyişler doğrultusunda belirlenmektedir. Ekonomik dalgalanma söz konusu olduğunda iki tür rasyonel beklеyiş teorisinden söz edilebilir. Birinci teori, talepte beklenmeyen dalgalanmaların ekonomiyi dalgalandırdığını savunan teoridir. İkinci teori ise hem beklenmeyen hem de beklenen talep değişmelerinin ekonomiyi dalgalandırdığını ileri süren görüştür.

Her iki teoriye göre, talep beklenenin üzerinde artarsa ekonomi genişleme sürecine girer, talebin beklenenden daha az artması ise durgunluk anlamına gelir. Para ve maliye politikaları talep üzerinde beklenmedik ölçüde etki yapabilecek unsurlar olarak görülürken, teori dünya ekonomisindeki gelişmelerin ihracatı etkilemesi üzerine de ekonomide benzer bir sonuca yol açabileceğini öngörmektedir.

Neoklasikler, şirketlerin ve işçilerin talebin artacağını öngörmeleri durumunda, fiyatların da artacağını öngöreceklerini, bu nedenle nominal ücretlerde bir artış konusunda anlaşabileceklerini ve beklenen talep artışının bu nedenle dalgalanmaya yol açmayacağını savunurlarken, Neokeynesyenler, işçi ücretlerinin uzun vadeli kontratlar nedeniyle öngörülebilir de olsa talep artışına uyum sağlayamayacağını bunun da ekonomide dalgalanmaya yol açacağını ileri sürmektedirler.

Reel ekonomik dalgalanma teorisi talep üzerinde durmaz. Verimlilikte meydana gelen rastgele artışların ekonomide dalgalanmalara yol açtığını ileri sürer⁴⁸. Reel ekonomik dalgalanmanın şu şekilde çalıştığını ileri sürmek mümkündür. Ortaya çıkan yeni teknoloji bazı sermaye malları ve işgücüne duyulan ihtiyacı ortadan kaldırır. Şirketler işgücünün yeni teknolojiye ayak uyduracak düzeyde eğitim almasına kadar geçen süre içinde verimliliğin düşeceğini bilirler. Bu nedenle de karlılığın düşeceğini görürler. Bu durumda yatırım harcamalarını kısarlar.

Reel dalgalanma teorisyenlerine göre işçiler mevcut reel ücretleri ile gelecekteki reel ücretlerini reel faiz oranlarını kullanarak mukayese ederler. Eğer sonraki dönemde alacakları reel ücret, reel faizlerden düşükse mevcut dönemde çalışmaya devam etmeyi tercih ederler. Aksi durumda yani gelecekteki reel ücretler reel faizlerden yüksekse sonraki dönemde çalışmayı seçerler. Teknolojinin ortaya çıktığı ve yatırımın kısıldığı dönemde, reel faiz oranı düşer. Bu da işçilerin çalışmamayı tercih etmelerine ve istihdamın azalmasına yol açar. Bu teori işgücü talebinin işgücü arzından daha fazla düştüğünü ve mevcut dönemde reel ücretlerin de düşeceğini ve istihdamın da azalacağını öngörmektedir.

⁴⁸ Reel ekonomik dalgalanma teorisi, klasiklerin bir yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir. Teknolojik değişimlerin düzenli olmayan biçimde, dalgalar halinde gerçekleştiğini, bireylerin de rasyonel bir şekilde istihdam arzını ve tüketimini bu dalgaları dikkate alarak değiştirdiğini savunur. Bu teoriye göre ekonomik dalgalanma, ekonominin mevcut üretim teknolojisindeki değişimlere verdiği en doğal ve etkin cevaptır. N. Gregory Mankiw, "Real Business Cycles: A New Keynesian Perspective", NBER Working Paper No.2882, Mart 1989, s.1.

Bölüm VII Verileri Okuma Kılavuzu

Ekonomideki gelişmeleri hangi verilerle izleyeceğimiz konusunu irdeledikten, zamanlama ile ilgili saptamaları yaptıktan sonra geriye son adımı atmak kaldı. Yayınlanma tarihine bakarak, önümüzdeki dönemle ilgili olarak en iyi analizi yapabileceğimiz verileri saptamak ve bunları nasıl kullandığımızı açıklamak. Yani, buraya kadar anlattıklarımızı örneklemek. Bu bölümde de onu yapmaya çalışacağız.

Ancak verileri kullanarak gelişmeleri analiz etmeye geçmeden önce, ekonomimizdeki uzun dönemli eğilimlere göz atmakta yarar var. Uzun dönemli eğilimler yukarıda da değindiğimiz gibi ekonominin bir anlamda potansiyelini ortaya koyan verileri içermektedir. Uzun dönemli eğilimlere göz gezdirerek, incelemekte olduğumuz Türkiye ekonomisinin yapısal özelliklerini belirlemek istiyoruz öncelikle. Bu özellikler geleceğe yönelik kolayca bir çıkarımda bulunmamıza imkan vermese de verileri yorumlamak açısından bir referans değeri taşımaktadır.

GSYH'nın Bazı Yapısal Özellikleri⁴⁹

- I. Türkiye GSYH'si için yapılacak ilk saptama, Türkiye ekonomisinin **uzun dönemli büyüme oranının yüzde 4,0** civarında olduğudur. Yani, Türkiye ekonomisi normal koşullarda her yıl yüzde 4 civarında büyür. Bu oranın üzerindeki büyüme performansı yüksek büyüme, altındaki büyüme performansı ise düşük büyümedir.

Verileri okuma ışığı altında yapılması gereken ilk şey, okuduğumuz verilerin normalin üzerinde mi altında mı bir performansa işaret ettiğini kestirmektir. Daha sonra normalden ne kadar uzakta olduğumuz sorusunun sorulması ve cevabının verilmesi gerekir.

- II. **GSYH içindeki en büyük pay yüzde 68,9 ile hane halkı tüketimine aittir.** (1998 sabit fiyatlarıyla). Doğal olarak da ekonomik büyümeye en büyük katkının bu alt kategoriden gelmesi beklenir. Bu nedenle GSYH ile ilgili gözlemlerin esas itibarıyla tüketim verileri üzerinde yapılması gerekir.

⁴⁹ Yapısal özellikler ile 1998 sabit fiyatlarıyla 1998-2013 dönemi ortalama değerleri kastedilmektedir. Bu bölümdeki bütün tablolar için kaynak; TÜİK GSYH Bülteni ve kendi hesaplamamızdır.

GSYH Harcamalar Yöntemiyle Alt Grupların Payı %
(1998=100)

Hane halkı tüketim harcamaları	68,9
Gayri safi yatırım harcamaları	22,3
Devletin nihai harcamaları	10,6
Net ihracat	-1,8

- III. Bir yıl içinde **Türkiye’de yapılan üretimde veya harcamalarda en büyük pay üçüncü çeyreğindir**. En yüksek harcama veya en yüksek üretim Temmuz-Eylül ayları arasında gerçekleşmektedir. Bu çeyreği dördüncü çeyrek izlemektedir. Yılın en düşük ekonomik faaliyeti birinci çeyrekte gerçekleşmektedir.

GSYH içindeki payları itibariyle çeyrekler (büyükten küçüğe);

Q3 (Temmuz-Eylül)

Q4 (Ekim-Aralık)

Q2 (Nisan-Haziran)

Q1 (Ocak-Mart)

olarak sıralanır.

Üçüncü çeyreğın toplam ekonomik faaliyet içindeki payı %28 civarındadır. Dördüncü çeyreğın payı 25,8, ikinci çeyreğın payı yüzde 24, birinci çeyreğın ise yüzde 22,1’dir.

GSYH Çeyreklerin payı %

Q1 22,1

Q2 24,0

Q3 28,0

Q4 25,8

- IV. **Bir önceki çeyreğe göre büyüme oranları nabakıldığında en büyük artış Q3’te gerçekleşmektedir**. Q4 ve Q1’deki büyüme bir önceki çeyreğe göre düşmekte, Q2’de ise büyüme pozitif dönmemektedir.

Q1 (--)

Q4 (-)

Q2 (+)

Q3 (++)

Bir Önceki Çeyreğe Göre Büyüme Oranı %

(1999-2013)

GSYH Tüketim
Q1 -11,1 -6,1
Q2 9,0 4,3
Q3 16,77,6
Q4 -8,0 -1,3

(2003-2013)

Q1 -8,7 -3,1
Q2 8,0 3,0
Q3 13,06,4
Q4 -6,2 -1,7

Dikkat edilirse 1999-2013 dönemi için verilen çeyreklik büyüme oranları yıllık yüzde 4'lük, 2003-2013 dönemi için verilen oranlar da yüzde 4,5'lik büyüme oranına karşılık gelmektedir.

V. Bir önceki yılın aynı çeyreğine göre büyüme verilerine bakıldığında yılın en düşük ekonomik faaliyetinin **gerçekleştiği birinci çeyrek, bir önceki yılın aynı dönemine göre en yüksek büyümenin görüldüğü dönem olarak ortaya çıkmaktadır. Onu ikinci çeyrek izlemekte bunu da dördüncü çeyrek takip etmektedir.** Yıl içinde en büyük hasılanın gerçekleştiği üçüncü çeyrekte bir önceki yıla göre büyüme oranı çeyreklerin en düşüğü olarak göze çarpmaktadır.

Bir Önceki Yılın Aynı Dönemine Göre

Artış Oranı % (1998-2013)

GSYH Tüketim Kamu

Q1 4,4 4,2 4,6
Q2 4,3 4,3 4,4
Q3 3,4 3,8 4,1
Q4 3,8 3,5 4,2

VI. **Normal büyüme dönemlerinde, Q2'de gerçekleşen ekonomik aktivite bir önceki yılın Q4'ünden daha büyük olmaktadır.** Yani ekonomik büyüme o yıl yüzde 4 civarında gerçekleşecekse, ikinci çeyrekteki hasıla bir önceki yılın son çeyreğinden daha yüksek gerçekleşmektedir.

Veri Seti

Yapısal özellikleri de sıraladıktan sonra GSYH'deki değişimleri izlemek için veri setini oluşturmaya geçebiliriz. Bunun için de veri setimizde aradığımız nitelikleri bir kez daha vurgulayalım.

1. Veri seti iki gruptan oluşmalıdır; tüketim ve üretim.
2. Kullanılan veriler tüketici ve üretici davranış biçimini temsil etmelidir.
3. Veri setleri güncel verilerden oluşmalıdır. Yani veriler en geç bir aylık gecikmeyle açıklanmalı ve en çok aylık veri olmalıdır.
4. Veriler ağırlıklı olarak öncü veriler olmalıdır. Eş zamanlı kullanılabilen veriler gelişmeleri teyit için değerlendirilmelidir.

Aşağıda bu kriterlere uyan verilerle Türkiye ekonomisindeki gelişmelerin nasıl izlenebileceğine ilişkin bir örnek sunulmaktadır.

Tüketim Verileri Nasıl Okunmalı

Tüketim harcamalarını izlemek için elimizde yukarıdaki kriterlere uyan çok fazla veri bulunmamaktadır.

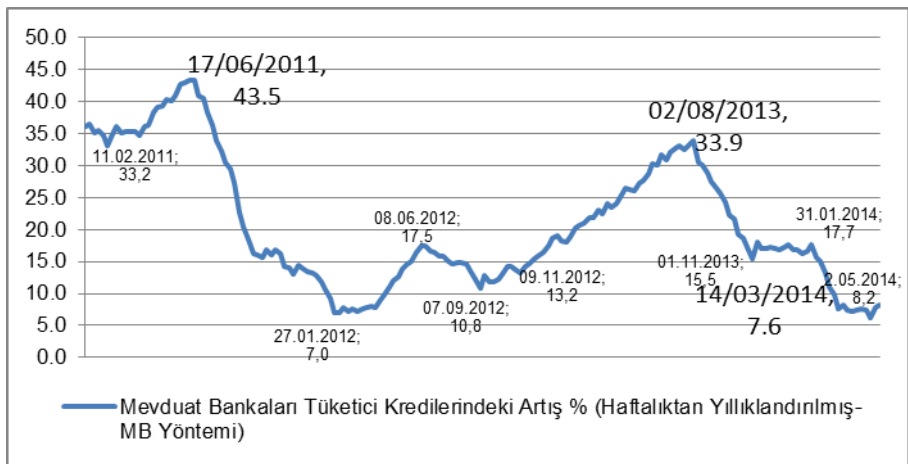
1. Tüketicinin gelirinin bir göstergesi olarak tüketici kredisinin yıllık artış hızı (aynı yönlü-öncü gösterge),
2. Harcamaların göstergesi olarak perakende ticaret iş hacmi satışlar (son üç aylık dönemde) verisi (aynı yönlü-eş zamanlı gösterge)

tüketimdeki gelişmelerin izlenmesi açısından iki önemli gösterge olarak düşünülmektedir.

Aşağıda, 2011 Ocak-2014 Mayıs dönemi için bu iki verinin grafiği sunulmaktadır.

Tüketici Kredisi (Yıllık Artış Hızı) (aynı yönlü-öncü)

Grafik1: Mevduat Bankaları Tüketici Kredisi Artış Hızı



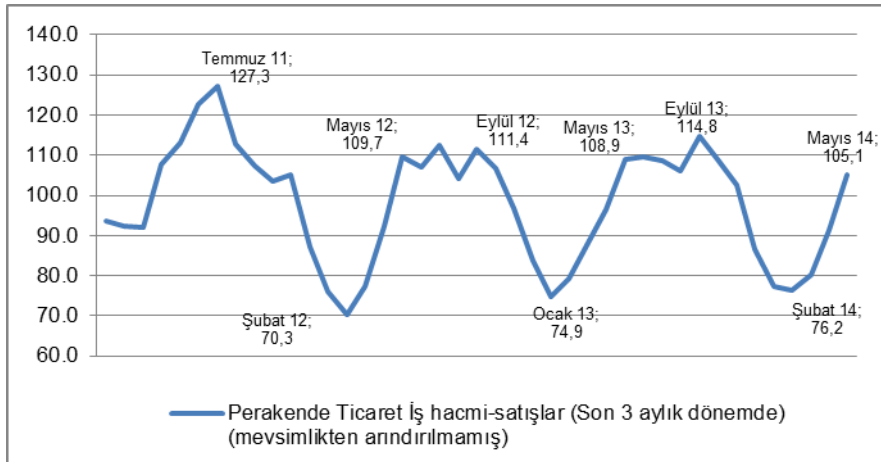
Nasıl Okumalıyız?

Tüketici kredilerinin artış hızı talebin öncü göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Grafiklere dikkatli biçimde bakıldığında tüketicinin kredi kullanımında GSYH'nın yapısal özelliklerine uyumlu bir hareket görülüyor. Kredi kullanımının en düşük olduğu ay genellikle Ocak ayı. Daha sonra üçüncü çeyreğin ortalarına doğru kullanım oranı zirve yapıyor. Arkasından da ekonomik aktivitedeki azalmaya paralel olarak düşüyor.

Burada "normal" olan oran nedir diye sorulabilir. Yani kredi artış hızını ölçmek için kullanabileceğimiz bir eşik değer var mıdır sorusu sorulabilir. Bu soruya verilecek net bir cevap yok. Ancak kredi artış hızının 2007 Ocak - 2004 Nisan haftalık ortalamasının yüzde 22,9 olduğunu belirtelim. Yıllık büyüme oranının yüzde 2,2 olduğu 2012 yılında haftalık kredi artış oranı yüzde 7,0 ile 17,5 arasında salınmış ve ortalama olarak yüzde 12,7 seviyesinde gerçekleşmiştir. Büyüme açısından normal bir yıl olan (%4,0) 2013 yılında ise kredi artış tavanı yüzde 33,9, tabanı da yüzde 16,7 olarak gerçekleşmiş, yıllık ortalama ise yüzde 24,1 olmuştur. Bu çerçevede kredi artış hızı için bir eşik değer aranacaksa yüzde 23-24 seviyesinin bir referans değer olarak kabul edilmesi çok da yanlış olmaz. Bu çerçevede kredi artış hızının yüzde 24'ün altına düşmesi yüzde 4'ün altında bir büyümeye işaret ettiği, üstüne çıkması durumunda da ekonominin yüzde 4'ten fazla büyüyeceği ileri sürülebilir. Tabii böyle bir çıkarım ancak ekonominin iç talep yoluyla büyümesi durumunda geçerlidir. Toplam talebin net ihracatı da kapsadığı düşünüldüğünde, yalnızca iç talepteki değişime bakarak ekonominin bütünü için büyüme tahmini yapmak yanıltıcı olabilir.

Perakende Satışlar (aynı yönlü-eş zamanlı)

Grafik 2: Perakende İş Hacmi Satışlar



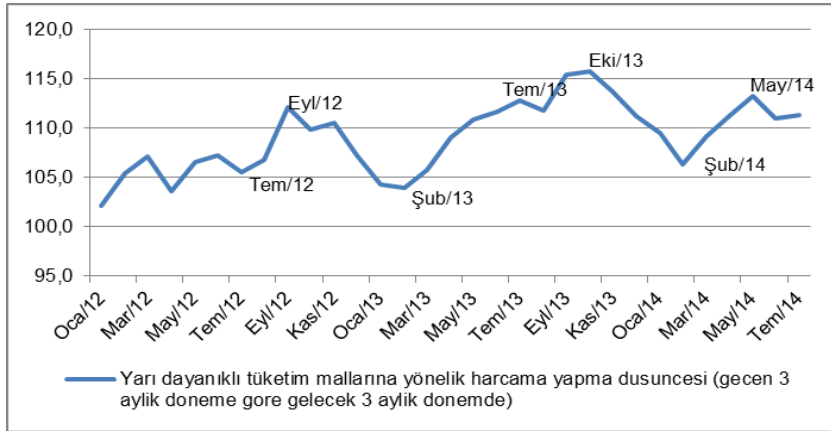
Nasıl Okumalıyız?

TÜİK'in sektörel güven endeksleri içinde yer alan perakende sektörü güven endeksini oluşturan sorulardan biri son üç aylık dönemde satışlarla ilgili sorudur. Bu soruya verilen cevapların iç piyasadaki talebi temsil edebileceği düşüncesiyle yukarıdaki grafik çizilmiştir. Grafiği oluşturan veri, cevapların endeksleştirilmiş halidir.

Yukarıdaki mevsimlikten arındırılmamış verilerle çizilen grafik, perakende ticaret iş hacminin, GSYH çeyrekler verisinin işaret ettiği patikayı izlediğini net olarak ortaya koymaktadır. İlk çeyreğin başlangıcında satışlar dibe vurmakta, ikinci çeyrek ortalarında belirli bir düzeye gelmekte, üçüncü çeyrekten sonra da yeniden azalma trendine girmektedir. Burada referans noktası tesbit etmek güçtür. Endeksleri okumanın genel zorluğu bu veriyi okumada da kendisini göstermektedir. Her ne kadar endeksin 100'lük değer bir referans noktası gibi görünse de ekonominin büyüme oranıyla ilgili net bir şey söylemekten uzaktır. Nitekim yüzde 2,2 büyüdüğümüz 2012 yılı ile yüzde 4,0 büyüdüğümüz 2013 yılında endeksin aldığı değerler birbirinden çok farklı değerdir. Bu nedenle perakende ticaret iş hacmi satışlar verisini okurken genel paterne uyup uymadığına dikkat edilmelidir. Mayıs–Eylül döneminde işlerin iyi gittiğinin göstergesi olarak endeks değerinin 100'ün üzerinde olup olmadığı da değerlendirilmelidir. Normal olarak endeksin 100'ün üzerinde olması beklenir, aksi takdirde satışların ve dolayısıyla talebin oldukça düşük kaldığı sonucuna varılabilir.

Yarı Dayanıklı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Yapma Düşüncesi

Grafik 3: Yarı Dayanıklı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Düşüncesi



Yarı dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi verisi tüketicinin "mood"unu göstermesi açısından önemli bir veri olarak

görülmektedir. Tüketicinin ekonomik durumu nasıl algıladığı bu veri üzerinden izlenebilmektedir.

Nasıl Okumalıyız?

2013 yılına ilişkin veriler, tüketici harcama beklentisinin GSYH performansına paralel hareket ettiğini göstermektedir. Ekonomik performans yükseldikçe harcama eğilimi de artmaktadır. Verinin Ekim ayından itibaren aşağı yönlü trende girmesi, GSYH'nın bir önceki çeyreklere göre dördüncü ve bir sonraki yılın birinci çeyreğinin azalan performansını yansıtmaktadır.

Tüketici beklentisinin GSYH'nın "normal" trendinden uzaklaşması, ekonomik performans konusunda soru işaretlerinin doğmasına yol açmaktadır. 2014 yılının Şubat-Mayıs dönemindeki yükseliş ilk çeyrekteki olumlu beklentileri yansıtırken Mayıs ayından sonraki düşüş ikinci çeyrekteki ekonomik performansın olumsuz döndüğünün işareti olarak değerlendirilmelidir.

Üretim Verileri Nasıl Okunmalı?

Üretim kesimindeki gelişmeleri okumak için elimizde yeteri kadar veri var. Toplam siparişler, mamul mal stoku miktarı, kapasite kullanım oranı okumamızın temel verilerini oluşturuyor. İmalat sanayi üretimi ve yatırımlar, verileri doğru okuyup okumadığımızı teyit eden veriler niteliğindedir

Sipariş (aynı yönlü-öncü)

Üretimdeki gelişmeleri izlerken ilk adımımızı siparişler oluşturuyor. Sipariş daha önce birkaç kez vurguladığımız gibi üreticinin piyasadan aldığı talep sinyalidir.

Stok verisi (aynı yönlü-zamanlaması değişken)

Stok verisi üreticinin piyasadan aldığı ve alacağını düşündüğü talebi karşılamak üzere hazırda tuttuğu üretimdir. Üretici, piyasa talebiyle doğru orantılı olarak stok tutmak eğilimindedir. Yani talep arttıkça stoklarını artırmakta, talep düştükçe de stok düzeyini düşürmektedir.

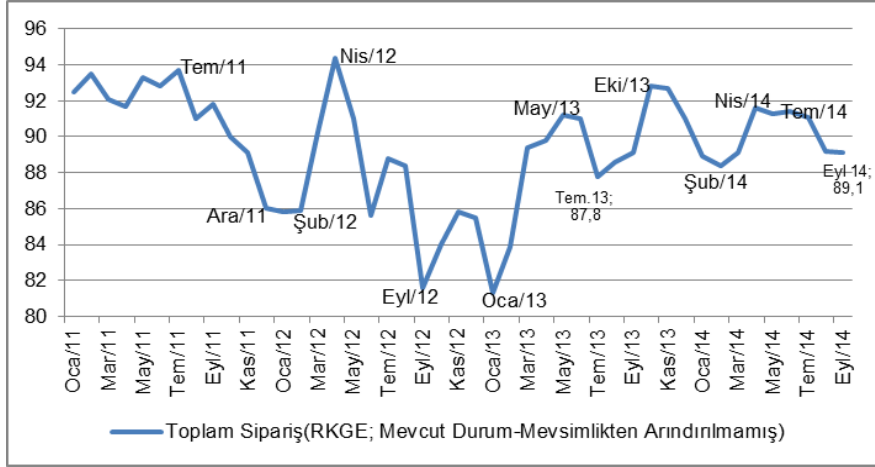
Nasıl Okumalıyız?

Ekonominin genel gidişatı konusunda net fikir edinmek için sipariş ve stok verisinin birlikte okunması gerekir. Okuma yapılırken de şu varsayımların akılda tutulması yararlı olacaktır.

- i. Siparişler artarken stoklar da artıyorsa ekonomi canlanıyordu.
- ii. Siparişler azalırken stokların azalışı ekonominin yavaşladığı anlamına gelir.

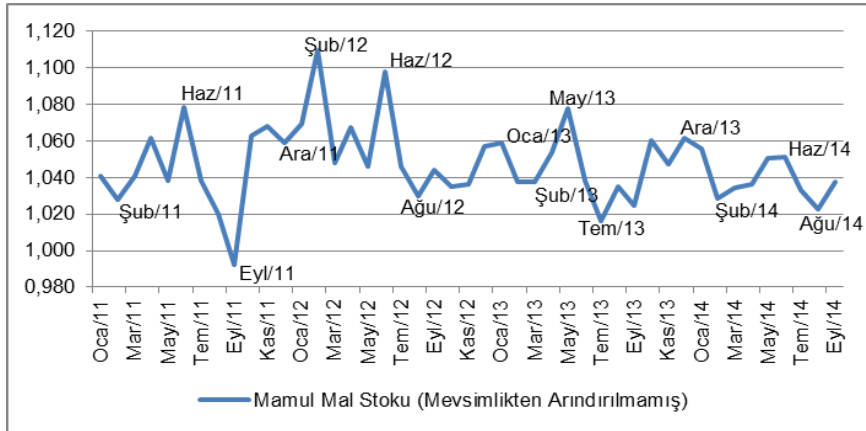
- iii. Siparişler azaldığı halde stoklar artıyorsa ekonomik yavaşlama durgunluk sürecini girmiş demektir.
- iv. Ekonomik durgunluktan çıkarken siparişler artmakta fakat stoklar azalmaktadır.

Grafik 4: Toplam Sipariş



Yukarıdaki grafikte siparişlerdeki gelişmelerin ekonominin genel gidişatına uygun biçimde hareket ettiği görülmektedir. İlk çeyrek sipariş düzeyinin en düşük olduğu çeyrektir. İkinci çeyrekte siparişler artmaktadır. Ancak zirveye üçüncü çeyrekte ulaşılmaktadır. Dördüncü çeyrek siparişlerin hız kestiği ve üçüncü çeyreğe göre gerileme gösterdiği dönemdir.

Grafik 5: Mamul Mal Stoku



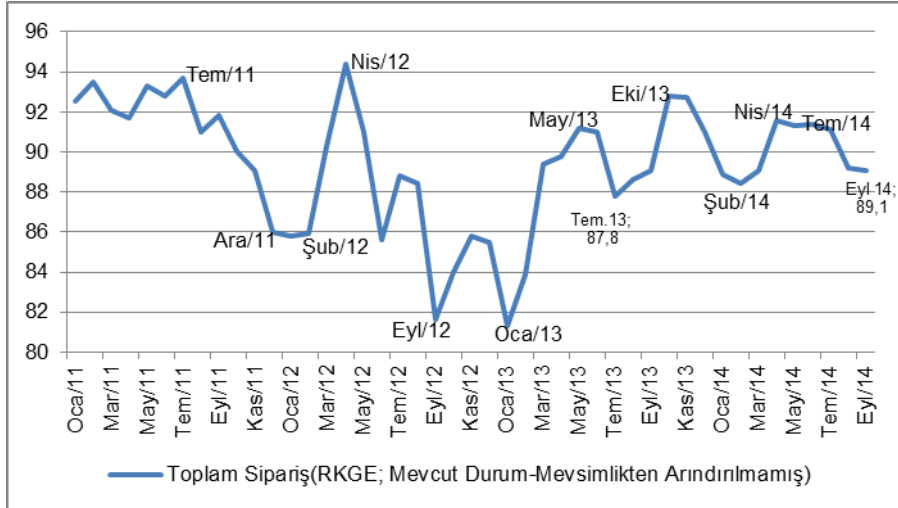
Benzer bir gelişmeyi stok verisinde de görmek mümkün. İlk çeyrekte stoklar azalmakta, ikinci çeyrekte ise yükselmektedir. Üçüncü çeyrek kısmi bir durgunluk olsa da stokların yükseldiği bir dönemdir. Dördüncü çeyrekte ise stoklar Ekim ayında zirve yapan ekonomik performansın etkisiyle yılın en yüksek seviyesine çıkmaktadır.

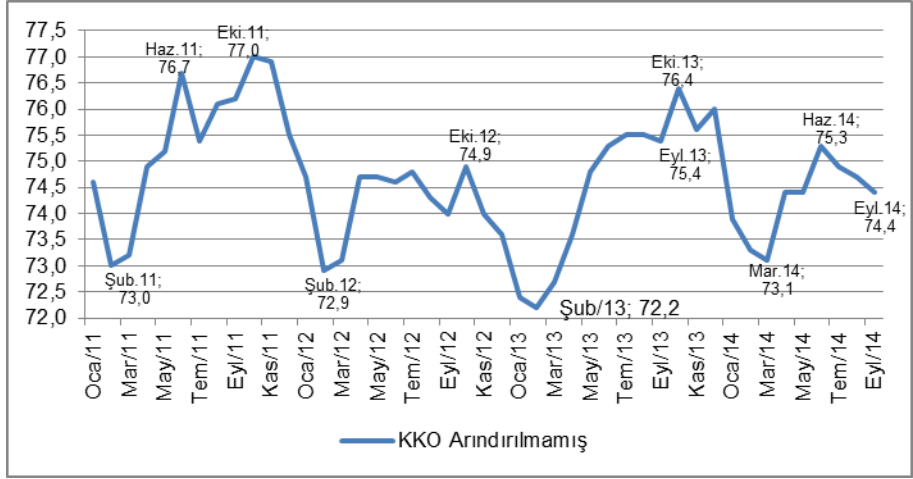
Son üç yılın verileriyle çizilen sipariş ve stok grafiği birlikte incelendiğinde genel olarak her iki verinin de aynı şekilde hareket ettiği görülmektedir. Siparişlerin Temmuz 2011-Şubat 2012 döneminde azalırken, stokların artması ekonominin geleceği açısından olumlu sinyal vermemektedir. Siparişlerdeki bu azalma Nisan 2012 istisna olarak Eylül 2012'ye kadar sürmüştür. Grafiklerde Temmuz-Ekim 2013 döneminde siparişlerdeki artış, stok verisinde de karşılık bulmuş görünmektedir. Eylül 2014'de sipariş grafiği nispeten aşağı yönlüken, stok verisindeki görece yükselmenin durgunluk sinyali olması ihtimali bulunmaktadır. Ancak sonraki verilerin bu durumu teyid etmesi beklenmelidir.

Kapasite Kullanım Oranı (aynı yönlü-öncü)

Yukarıda da değinmiştik, eğer üreticinin piyasadan aldığı siparişler artmış ve artmaya da devam ediyorsa, üretici üretimini artırma ihtiyacı duyar. Bunun için de ilk yapacağı iş, kapasite kullanımını artırmaktır.

Grafik 6: Toplam Sipariş



Grafik 7: Kapasite Kullanım Oranı

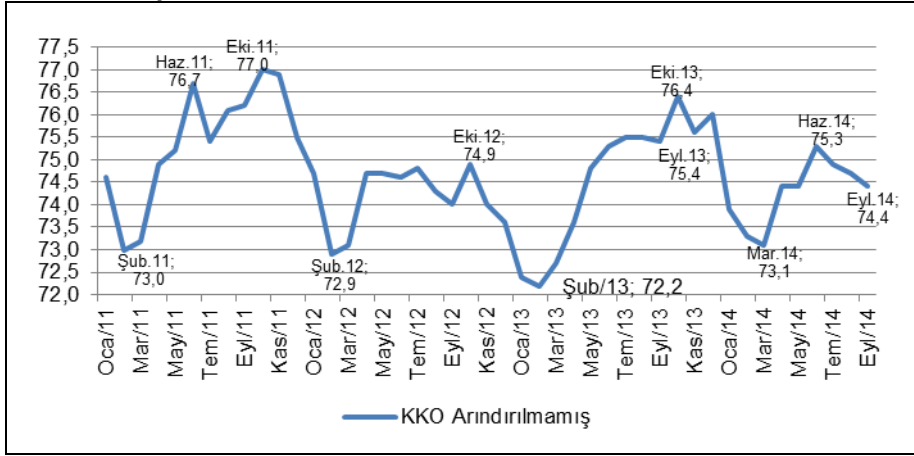
Bu çerçevede, siparişler kapasite kullanım oranındaki değışikliklerin öncü göstergesi niteliğindedir.

Nasıl Okumalıyız?

Siparişler üretimin öncü göstergesi ise siparişlerdeki değışimin kapasite kullanım oranındaki değışimlerle uyumlu olması beklenir. Yukarıdaki iki grafikte 2013-2014 kesiti bu uyumu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Siparişler Ocak-Ekim döneminde artarken, kapasite kullanım oranı da Şubat ayından itibaren Ekim ayına kadar yükseliş trendine girmiştir. Siparişlerin Şubat 2014'e, kapasite kullanım oranının da Mart 2014'e kadar gerilemesi de bu iki veri arasındaki paralelliği göstermektedir. Keza 2014 yılına ilişkin çizimler de iki veri arasındaki uyuma işaret etmektedir. Yukarıdaki grafikte yer alan tek uyumsuz dönem 2011 yılı Temmuzundan sonraki dönemdir. Siparişler bu tarihten sonra azalmaya devam etse de kapasite kullanım oranı Ekim ayında zirve yapmış Aralık ayına kadar da yüzde 75'in üzerinde kalmıştır.

Kapasite kullanım oranı tek başına değerlendirildiğinde genel olarak GSYH verisine uyumlu bir seyir izlediğini söylemek mümkündür. Tek farkla ki, kapasite kullanım oranı dördüncü çeyrekte zirve yapmaktadır. Birinci çeyrekteki Şubat ayı kapasite kullanım oranının dip yaptığı aydır. İkinci ve üçüncü çeyrek ise kapasite kullanımının yükseldiği dönemdir. Temmuz ayında kapasite kullanım oranı görece düşmektedir. Oranın en yüksek olduğu ay Ekim ayıdır.

Grafik 8: Kapasite Kullanım Oranı



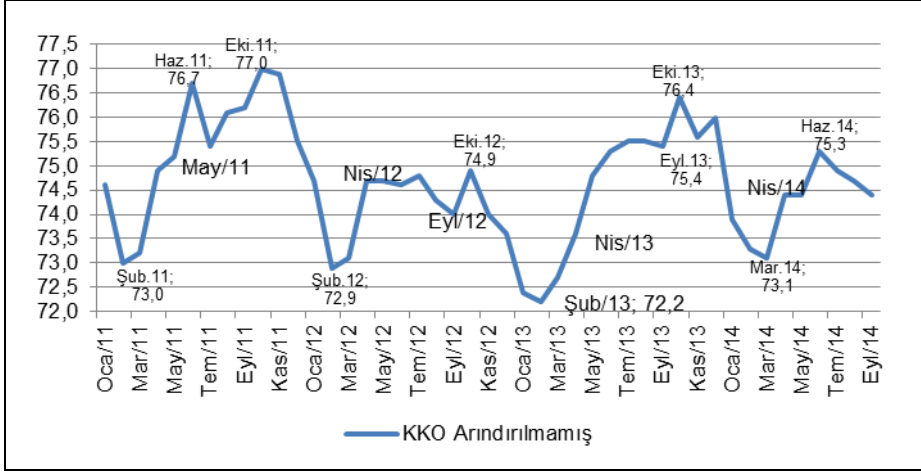
2007-2013 arasında pozitif büyüme yaşanan yıllarda kapasite kullanım oranının ortalaması 75,2 olarak hesaplanmaktadır. Bu ortalama ekonominin yüzde 4 büyüme için ortalama kapasite kullanım oranının yüzde 75 olması gerektiğine işaret etmektedir. Bir başka deyişle yüzde 75 eşik değerdir. Kapasite kullanımı bu oranın ne kadar üzerinde seyrederse ekonomik büyüme o kadar güçlü, ne kadar altında seyrederse büyüme de o kadar düşük olmaktadır. Özellikle büyümenin yüksek olduğu üçüncü ve dördüncü çeyrekte kapasitenin eşik değeri geçmesi önem taşımaktadır.

İmalat Sanayi Üretimi (aynı yönlü-eş zamanlı)

Kapasite kullanım oranının üretimin öncü göstergesi olduğu kabul edilirse, kapasite kullanım oranındaki paternin üretime de yansımaları beklenmelidir.

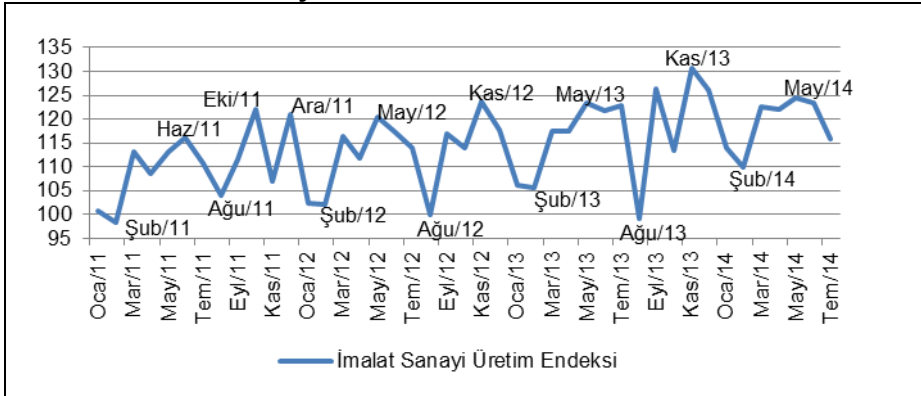
Nasıl Okumalıyız?

Grafik 9: Kapasite Kullanım Oranı



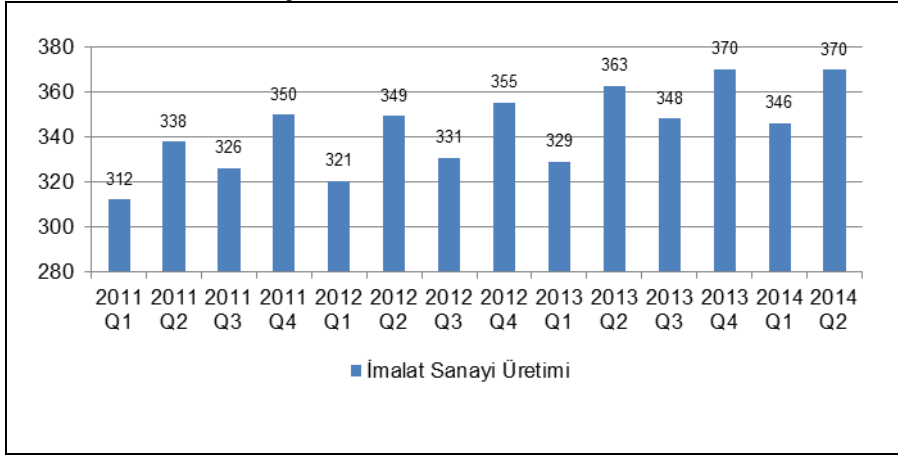
Sanayi üretim endeksi grafiği, genel hatlarıyla, kapasite kullanım grafiğiyle ve GSYH çeyreklik üretim paterniyle uyumlu görünmektedir. Şubat ayı üretimin dip yaptığı aydır. Mayıs'ta yılın ilk üretim zirvesi bulunmaktadır.

Grafik 10: İmalat Sanayi Üretim Endeksi



Ancak üretimin asıl zirve yaptığı ay Kasım ayıdır. Ağustos ayında üretimde görülen düşüş işgücünün yıllık iznini yoğun olarak bu ayda kullanmasından kaynaklanmaktadır.

Grafik 11: İmalat Sanayi Üretimi



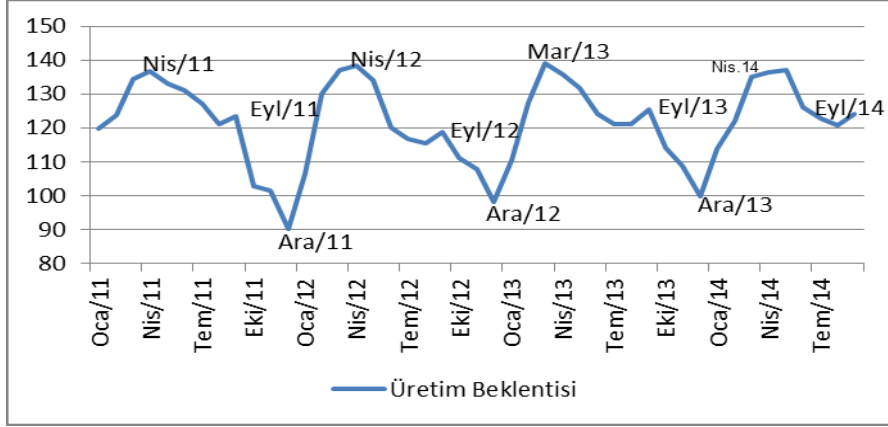
İmalat sanayi üretim verilerine, oynaklıklar elimine edilerek, çeyrekler itibariyle bakıldığında birinci çeyrekte üretim, yılın en düşük seviyesini oluştururken en yüksek üretim dördüncü çeyrekte gerçekleşmektedir. Yılın ikinci en yüksek üretimi ise ikinci çeyrekte gerçekleşmektedir.

İmalat sanayinin bu performansı ilk bakışta GSYH'nın çeyrekler itibariyle gelişimiyle çelişir gibi görünmektedir. Çünkü GSYH en yüksek düzeyine üçüncü çeyrekte ulaşmaktadır. Ancak üçüncü çeyreğin Türkiye'de hasat mevsimi olduğu dikkate alındığında, iki veri arasındaki farkın tarımsal üretimden kaynaklandığı ve arka planda iki veri arasında ciddi bir fark olmadığı iddia edilebilir.

Üretim Beklentisi (aynı yönlü-öncü)

Üretimle ilgili bir başka gösterge, reel kesimin gelecek üç aylık üretim hacmi beklentisidir. Beklentinin gerçekleşmeyi öncelediğini varsayarak bu veriyi izliyoruz.

Grafik 12: Üretim Beklentisi



Yukarıdaki grafik üretim beklentisinde belirgin bir mevsimselliğin olduğunu göstermektedir. Beklenti birinci çeyrekte hızla artmakta, ikinci çeyreğin başından itibaren durağanlaşmakta ve üçüncü çeyrekte azalmaktadır.

Nasıl Okumalıyız?

Grafiği okurken beklentilerin gelecek üç aylık üretimi kapsadığını akıldan çıkarmamak gerekir. Bu çerçevede Ocak ayından başlayarak Nisan ayında zirve yapan endeksin, Haziran ayına kadar yüksek platoda seyretmesi, GSYH'nın çeyreklik verilerindeki gelişmeyi yansıtır görünmektedir. Haziran sonrasındaki düşüş üçüncü çeyreğe göre azalan dördüncü çeyrek üretimine ve dördüncü çeyreğe göre oldukça azalan birinci çeyrek üretimine işaret etmektedir.

Üretim konusunda bu veri kullanılarak yorum yapılırken temel kriter iyimserlik ve kötümserlik dönemlerinin "normal" şekilde gelişip gelişmediğini belirlemek olmalıdır. İyimserlik beklerken verinin kötümserlik işaretleri vermesi üretimde azalma olacağının delili olarak kabul edilmelidir. Nitekim, 2012 yılında iyimserlik zirvesi Mart ayında son bulmuş ve iyimserlik bir plato şeklinde gelişmesi beklenirken keskin bir düşüş yaşanmıştır.

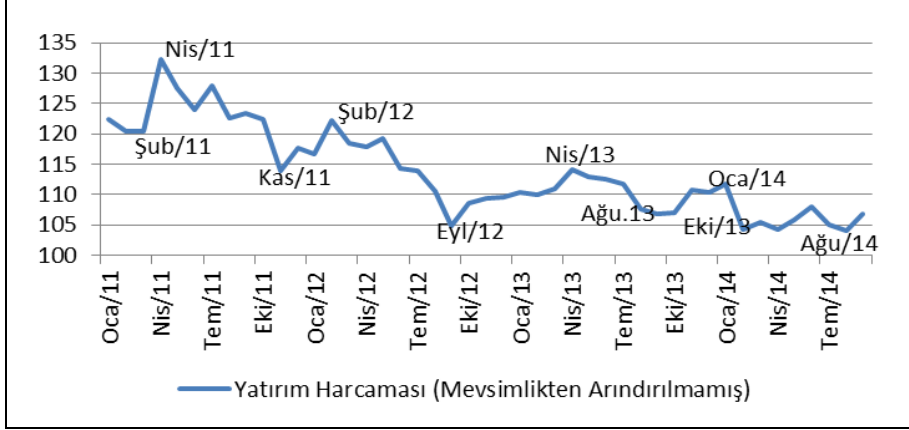
Yatırım Verisi (aynı yönlü-gecikmeli)

Üretim artışı güçlüyse, yatırım harcamalarının da bu gelişmeyi güçlendirecek biçimde artması beklenmelidir.

Nasıl Okumalıyız?

Yatırım harcaması yapma eğilimi yılın ilk çeyreğinde yükselme eğilimine giriyor. Üretim beklentisiyle uyumlu bir davranış olarak görülmektedir.

Grafik 13: Yatırım Harcaması



Yukarıdaki grafik 2011 yılından itibaren yatırım harcaması beklentisini yansıtmaktadır. Grafikte Nisan 201'dan Eylül 2012'ye kadar görülen düşüş eğilimi, 2011 yılının ikinci yarısından itibaren ekonominin yavaşlama performansı ile uyumlu görünmektedir. Eylül 2012-Ağustos 2013 dönemindeki performans ise yüzde 4'lük büyüme performansı ile uyumludur.

2013 Ekiminden itibaren Ocak 2014'e kadar artan yatırım harcaması yapma eğilimi Ocak ayından sonra keskin bir düşüş göstermiş ve dipte yatay seyretmiştir. Eğilimin bu performansı girişimcinin 2014 yılı için talep beklentisinin olumlu olmadığını göstermektedir. Kapasite kullanım ve imalat sanayi üretim verisi de bu beklentiyi teyit etmektedir. Yatırım harcaması eğilimi verisi, ekonomik performans konusunda üretim beklentisine göre daha aydınlatıcı bir veri olarak değerlendirilmektedir.

Ekonomik gelişmeleri izleme setimiz yukarıdaki verilerle sınırlı değil aslında. Bu sette biz ekonomik dalgalanmanın kendisini sürekli tekrar eden ritmik iniş çıkışlarını önceden saptamaya çalışan bir göstergeye yer vermedik. Bunu bir sonraki bölümde tartışacağız.

Bölüm VIII Öncü Göstergeler Endeksleri

Sözünü ettiğimiz gösterge öncü göstergedir. Öncü verilerin bir kısmının bileşeni olarak oluşturulan öncü göstergelerin ekonomik dalgalanmaların trend değişikliğini önceden haber verdiğiine değinmiştik. Bugün uluslararası alanda üç öncü gösterge öne çıkmaktadır;

1. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)'nin Öncü Göstergeleri,
2. ABD'de Conference Board Öncü Göstergeleri ve
3. Avrupa Birliği'nin Ekonomik Sezgi Göstergesi (Economic Sentiment Indicator)

Türkiye'de öncü gösterge çalışması Merkez Bankası tarafından yapılmakta ve her ay Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi başlığı altında yayımlanmaktadır.

Aşağıda söz konusu kurumların verileri nasıl değerlendirdiklerine/sınıflandırdıklarına ve öncü gösterge endeksinde hangi verilerin ele alındığına kısaca göz gezdirdik.

OECD Öncü Göstergeleri⁵⁰

OECD'nin endeksi,

- İş dünyasının beklentisi,
- Yeni siparişler,
- Yeni konut başlangıçları,
- Hammadde fiyatları,
- Hisse senedi fiyatlarını

öncü gösterge nitelikli veriler olarak değerlendirmektedir.

- İstihdam,
- Sanayi üretimi,
- GSYH,
- Kapasite kullanımı,
- Gelir

OECD'ye göre eş zamanlı verilerdir.

- Yatırım,
- Stok düzeyi,
- Üretici fiyatları,
- Faiz oranları

⁵⁰ OECD, "System of Composite Leading Indicators", Nisan 2012.
OECD, "Cyclical Indicators and Business Tendency Surveys", 1997.

ise gecikmeli değişkenlerdir.

OECD ekonomik verileri ayrıca ekonomik rasyonaliteye göre de sınıflandırmakta ve öncü göstergeler olarak bu verileri gözlemlemektedir. OECD'nin ekonomik rasyonalite sınıflandırması dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümü erken hareket eden veriler oluşurmaktadır.

- Sipariş durumuyla ilgili anket verileri,
- İnşaat onayları ve inşaat ruhsatları,
- Yeni kurulan şirketler,
- Açık bulunan işlere ilişkin veriler

bu kategoride yer almaktadır.

OECD'nin ikinci kategorisi, ekonomideki gelişmelerden en çabuk etkilenen göstergeleri içermektedir.

- Ortalama çalışma saatleri,
- Karlar,
- Miktar olarak stoklar,
- Yönelim anketi olarak stoklar,
- Üretimde dar boğaz anketi

bu kategoride yer alan verilerdir.

Üçüncü bölüm, beklentiye dayalı verilerden oluşmaktadır.

- Hisse senedi fiyatları,
- Hammadde fiyatları,
- Yönelim anketi olarak satış fiyatlarında artacak ya da azalacak beklenti verisi,
- Yönelim anketi olarak gelecekteki üretim beklentisi,
- Ekonomik durum anketi verileri

beklentiye dayalı göstergeler olarak görölmektedir.

OECD'nin öncü gösterge olarak ele aldığı dördüncü kategoride;

- Para arzı,
- Mevduatlar,
- İhracat,
- Diş ticaret dengesi,
- Ülke ekonomisi için önemli başka ülkelerin büyüme oranları

yer almaktadır.

Conference Board Öncü Gösterge Endeksi⁵¹

Conference Board'un öncü gösterge endeksinde daha somut ve ölçülebilir değişkenler olduğunu görüyoruz.

- İmalat sanayinde haftalık ortalama çalışma saatleri,
- Haftalık ortalama işsizlik sigorta başvuruları,
- Tüketim malı ve ekipman üreten imalatçıların siparişleri,
- Yeni konut yapım inşaat izinleri,
- Hisse senedi piyasası (S&P 500),
- Öncü kredi endeksi,
- Federal Fonlama ve 10 yıllık hazine bonusu arasındaki spread,
- İş alemi için tüketicilerin ortalama beklentisi,
- ISM yeni siparişler endeksi,
- İmalat sanayicilerin mal siparişleri anket verisi,

Board'un öncü göstergelerini oluşturan verilerdir.

Ekonomik Sezgi Göstergesi⁵²

OECD ve Conference Board öncü göstergeleri daha çok niceliksel verilere dayansa da Avrupa Birliği Ekonomik Sezgi Göstergesi(ESIN) bütün verileri anket yoluyla derlenen niteliksel verilere dayalı bir endekstir. Avrupa Birliği Ekonomik Sezgi Göstergesi (EconomicSentimentIndicator), sanayi, hizmetler, inşaat, perakende ticaret ve tüketicilerin güven endekslerinde yer alan sorulardan, arttı azaldı şeklinde cevap verilebilir sorulardan seçilerek oluşturulan bir göstergedir. Endeks oluşturulurken, sanayi güven endeksinden alınan soruların ağırlığı yüzde 40, hizmetler güven endeksinden alınan soruların ağırlığı yüzde 30, tüketici güven endeksinden alınan soruların ağırlığı yüzde 20, inşaat ve perakende güven endeksinden alınan soruların ağırlıkları yüzde 5 olarak kabul edilmiştir.

Sanayi güven endeksinden alınan sorular, mevcut siparişler, mamul ürün stok durumu, önümüzdeki üç aylık üretim beklentisi ile ilgili sorular olurken, Hizmet sektörü güven endeksinden, geçmiş üç aylık ve gelecek üç aylık iş durumu soruları Sezgi İndeksine dahil edilmiştir. İndekse dahil edilen tüketici güven endeksi soruları, finansal durum, tasarruf, genel ekonomik durum algısı ve gelecek 12 aylık dönemde istihdam beklentisi soruları olmuştur. Perakende sektörü güven endeksinin geçmiş ve gelecek üç aylık

⁵¹ The Conference Board, "Business Cycle Indicators Handbook, Aralık,2001. http://www.conference-board.org/pdf_free/economics/bci/BCI-Handbook.pdf.

⁵² EuropeanUnion, "The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys-User Guide", 2007.European Business CycleIndicators, European Commission, 3rd Quarter 2012.

dönemde iş gelişmeleri sorusunun yanı sıra stokların mevcut durumu sorusu da İndekse dahil edilmiştir. İnşaat sektörü güven endeksinden ise siparişler ve gelecek üç aylık dönemde istihdam soruları alınmıştır.

Merkez Bankası Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi⁵³

Türkiye'de Merkez Bankası öncü göstergeler endeksini oluşturulurken;

Dayanıklı tüketim malları üretim miktarı, elektrik üretimi, üç aylık mevduat faizi, altı aylık mevduat faizi, 12 aylık mevduat faizi, iskontolu hazine bonusu faiz oranı, aramalı ithalatı, istihdam (istihdam edilen işçi sayısı) verileri ile iktisadi yönelim anketinden mamul malların stoklarına ilişkin soru, iç piyasadan alınan yeni siparişler sorusu, yatırım harcamaları, üretim çıktısı, ihracat imkanları ve istihdamla ilgili sorulara verilen cevapların, ekonomik aktiviteyi ne kadar ve nasıl yansıttığı incelenmiş, sonunda da;

- Elektrik üretimi,
- İskontolu satılan hazine bonusu faizi
- Ara malı ithalatı
- Mamul mal stokları
- İç piyasadan alınan sipariş miktarı
- İhracat imkanları
- İstihdam beklentisi

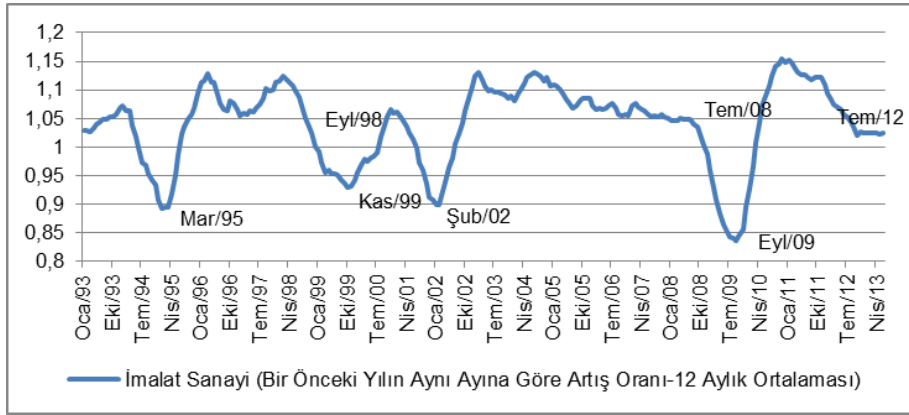
verilerinin öncü göstergeleri oluşturabileceği kanaatine ulaşılmıştır. MB kantitatif veri olarak elektrik üretimi, faiz oranı ve ara malı ithalatını almış, stok, sipariş, ihracat ve istihdamla ilgili olarak da anketlerle derlenen verilere ağırlık vermiştir.

Ekonomi İzleme Veri Setinin Parçası Olarak MB Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi

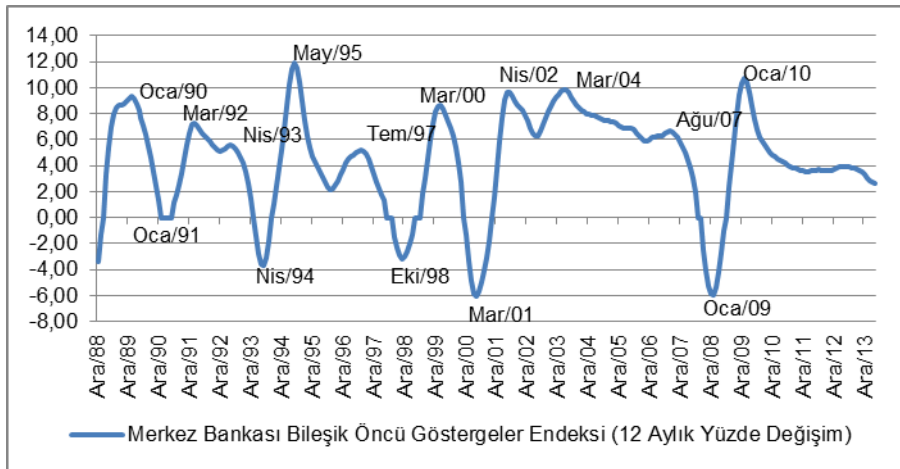
Üretimdeki gelişmeleri izlerken kullanacağımız son veri Merkez Bankası Öncü Göstergeler Endeksi verisidir. Bu endeks ekonomideki trend değişikliklerini belirlemek açısından önemlidir. Nasıl okumalıyız?

⁵³ TCMB, Ekonomik Faaliyet İçin Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi'ne (MBÖNCÜ-SÜE) İlişkin Yöntemsel Açıklama, http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/oncu_qos/Metodoloji.pdf

Grafik1: İmalat Sanayi Üretimi Değişimi (12 aylık ortalama)



Grafik 2: Merkez Bankası Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi



Yukarıda iki grafik sunulmaktadır. Birinci grafik imalat sanayi üretimini göstermekte ikinci grafik de MB Öncü Göstergeler Endeksini vermektedir. İki grafik birlikte değerlendirildiğinde MB Öncü Göstergeler Endeksi'nin imalat sanayi üretim daralmalarının dip noktalarını bir yıl evvelinden öncelediği görülmektedir.

Dipler

MB Öncü Gösterge

Nisan 1994

Ekim 1998

Mart 2001

Ocak 2009

İmalat Sanayi Üretimi

Mart 1995

Kasım 1999

Şubat 2002

Eylül 2009

MB Öncü Göstergeler Endeksi ekonomik daralmaların dip noktalarını önceden tesbit edebiliyor olsa da Endeksi ekonomik büyümenin zirve noktasını tesbit etmek amacıyla okumak oldukça güç görünmektedir. Zirve noktasını belirleyemesek de ekonominin yavaş büyüme dönemine girdiği konusunda grafik, bir ipucu veriyor görünmektedir. Bu çerçevede grafik üzerindeki 4 seviyesinin kritik bir eşik olduğu söylenebilir. Genellikle bu eşiğin kırılması düşük büyüme performansına işaret etmektedir. Ekonominin düşük büyüme dönemine girdiğini teyid etmek açısından kırılmanın aşığı yönlü net bir trende dönmesinin beklenmesi yine de yerinde olur.

Bölüm IX Ekonomide Dalgalanmalar

Ekonomik gelişmeleri izlerken temel hareket noktamızın ekonomideki dalgalanmaları saptamak ve gelişmelerin bu saptamaya ne kadar uyduğunu anlamaya çalışmak olduğunu, dikkatimizi kısa dönemli dalgalanma üzerinde topladığımızı bir kez daha vurgulayalım. Ancak, ekonomide sadece kısa dönemli dalgalanmalar yok. Kısa dönemli dalgalanmaları da etkisi altına alan birkaç dalgalanma daha var. Değerlendirmelerimizin bu dalgalanmaların da dikkate alınarak yapılması doğru olur.⁵⁴

Kithchin Çevrimleri

40-50 aylık çevrimlerdir.

Envanter (stok) çevrimleri olarak da bilinmektedir. Firmaların karar mekanizmalarındaki gecikmelerin yol açtığı dalgalanmalardır. Piyasada bir nedenden dolayı talep arttığında firmalar bu talebi karşılamak için üretimlerini artırır. Bir süre sonra piyasa talep edilen ürünle dolar. Yani piyasada bir arz fazlası oluşur. Stoklar birikmeye başlar. Üreticinin üretimini kısması gerekir. Fakat bu durum hemen gerçekleşmez. Piyasada talebin düştüğü zamanla anlaşılır ve üretimin kısılması gecikmeli olur. Kapasite kullanım oranı düşürülür ve gerekirse istihdam azaltılır. Piyasada talep canlandığında, bu canlanmanın girişimciye bilgi olarak gelmesi ve kavranması da yine gecikmeli olur. Piyasa canlanmaya başladığında bile üretim düşüktür. Talebin iyice canlandığı ve stokların eridiği görüldüğünde girişimci üretime yeniden başlar ve böylece çevrim tamamlanır. Burada yatırımcıyı uyaran değişken, stok düzeyidir.

Juglar Eğrileri

7-10 yıl süreli çevrimlerdir. Uyarıcı değişken sabit sermaye yatırımlarıdır. Juglar eğrilerinin ilk yıllarında talep arzın o kadar üzerindedir ki mevcut sermayenin tam kapasite kullanımı bile bu talebi karşılamaya yetmez ve yeni kapasite oluşturulması gerekir. Bu da yeni sabit yatırımların

⁵⁴ Söz konusu dalgalanmaları ve birbirleriyle ilişkisini görmek için aşağıdaki makalelere bakılabilir; A. V. Korotayev ve S.V. Tsirel, "A Spectral Analysis of World GDP Dynamics: Kondratieff Waves, Kuznets Swings, Juglar and Kitchin Cycles in Global Economic Development and the 2008-2009 Economic Crisis, Structure and Dynamics: eJournal of Anthropological and Related Sciences, University of California, Irvine. <http://www.escholarship.org/uc/item/9jv108xp>. WitoldKwasnicki, "Kitchin, Juglar and Kuznetz businesscycles revisited", University of Wrocław, JEL. Classification: E32. http://kwasnicki.prawo.uni.wroc.pl/todownload/Kwasnicki_cyclesJEBO.pdf WitoldKwasnicki, "Are business cycles inevitable", Institute of Economic Sciences, MPRA Paper No.17295, Eylül 2009. http://mpra.ub.uni-muenchen.de/17295/1/MPRA_paper_17295.pdf.

yapılması anlamına gelir. Bir süre sonra talep yavaşlar ve yeni yatırımlara ihtiyaç ortadan kalkar. Ancak bu arada talepteki ivme sebebiyle birçok yatırım yapılmıştır. Talepteki durgunluğun öğrenilmesi gecikmiştir ve zat en yapımına başlanmış yatırımın tamamlanması gerekmektedir. Yatırımların bir süre sonra durması üretimi de kısar. Ekonomide iniş başlar. Talebin yeniden canlanması oluşturulmuş kapasitenin önce tam olarak kullanılmasını gerektirir. Talep artışı devam ettiğinde yeni yatırımların yapılması gerekecektir. Bu da yeni bir dalgalanmanın başlaması anlamına gelir.

Kuznets Çevrimleri

15-25 yıl arasında değişen çevrimlerdir. Kuznets nüfusun göç hareketlerine bağlı olarak gerçekteşen inşaat yatırımlarının ekonomide dalgalanmalara yol açtığını ileri sürmüştür. Varsayılan mekanizmaya göre, nüfus hareketleri konut ihtiyacını artırmakta, artan ihtiyacı karşılamak için yatırımlar yapılmaktadır. Bu yatırımlar ekonomiyi canlandırmaktadır. Ancak yatırımcıların bu alanda yoğunlaşması bir süre sonra üretim miktarını piyasa talebinin üzerine çıkarır. Bu durumda üretimin azaltılması gerekir. Daha sonra konut talebinde düşüşün başlamasıyla üretimin daha da kısılması gündeme gelir. Bu da ekonomik aktivitenin düşmesi demektir. Konut yatırımlarıyla genişlemeye başlayan ekonomi, yatırımların azalmasıyla ivme kaybeder ve üretimin düşmesiyle de inişe geçer⁵⁵. Kuznets çevrimlerinin uyarıcı değişkeni inşaat olmakla birlikte altyapı yatırımları olduğu da ileri sürülmüştür.

Kondratieff Çevrimleri

50 yıllık çevrimlerdir. Kondratieff büyük altyapı yatırımlarının çevrimi tetiklediğini ileri sürmüştür. Ancak dalgalanmaların neden kaynaklandığı konusunda iktisatçılar tam anlamıyla mutabık değillerdir. Bir kısım ekonomistler, fiyatların 50 yıllık dalgalanması üzerinde durmuşlar ve bu dalgalanmaya yol açan faktörün parasal olduğunu ileri sürmüşlerdir. Schumpeter gibi bazı iktisatçılar da Kondratieffin de dikkat çektiği teknolojik buluşlara odaklanarak, dalgalanmaların inişinde ve dip noktasında yoğunlaşan teknolojik değişim ve dönüşümden hareketle, uzun dönemli dalgalanmaların temel nedeninin bu olduğunu savunmuşlardır. Teknolojik yenilenme ve dönüşümden hareket edenler her Kondratieff dalgasında bazı sektörlerin ekonomik büyümeye öncülük ettiğini ve o dalga üzerinde belirleyici rol oynadığını ileri sürmüşlerdir. Bu çerçevede, üçüncü Kondratieffdalgası çelik çağı olarak tanımlanmıştır ve elektrik, ağır sanayi

⁵⁵ 2008 ekonomik krizini Kuznets çevrimiyle açıklayan bir görüş için Steve H. Hanke "The Great 18-Year Real Estate Cycle" (Globe Asia, Şubat 2010)'a bakılabilir. <http://www.cato.org/publications/commentary/great-18year-real-estate-cycle>. Hanke, Prof.Fred H. Foldvary'nin 1997 yılında yazdığı bir makalede bir sonraki konut krizinin 2008 yılında çıkacağını tahmin ettiğini de söylüyor. (Fred H. Foldvary "The Depression of 2008", ikinci basım, The Gutenberg Press, 18 Eylül 2007, <http://www.foldvary.net/works/dep08.pdf>).

mühendisliği sektörlerinin öncü sektörler olduğu ileri sürülmüştür. Dördüncü dalgada hakim sektörler petrol, otomobil ve seri üretimdir. İçinde bulunduğumuz beşinci dalga ise bilgi çağı ve telekomünikasyon sektörünün öncülük ettiği bir süreçtir. Altıncı dalga nano teknoloji ve biyoteknolojinin öncülük edeceği bir dönem olarak düşünülmektedir.

Yukarıda zikredilen dört dalgalanmaya yakından bakıldığında üç temel özellik ön plana çıkmaktadır;

1. Kitchin, Juglar ve Kuznets dalgalanmalarında piyasadaki gelişmelerin piyasa aktörlerinin karar alma sürecine gecikmeli yansıdığı görülmektedir. Bir başka deyişle piyasadaki talep değişikliklerinin zamanında doğru okunup yatırım kararına yansıtılmamasının yol açtığı gecikme dalgalanmanın temel tetikleyicisiymiş gibi görünmektedir. Kondratieff dalgalanmasında temel tetikleyicinin mevcut teknolojik yapıya bağlı verimlilik artışları olduğu anlaşılmaktadır. Bir Kondratieff dalgalanmasının dibinde kullanılmaya başlanan yeni teknoloji ekonomideki verimliliği önceki döneme göre olağan üstü artırmaktadır. Bu artış da ekonomik hasılaya olumlu biçimde yansımaktadır. Ancak teknolojinin verimliliğe katkısı bir süre yavaşlamakta ve giderek de düşmektedir. İşte bu yavaşlama ve giderek düşme dönemi Kondratieff çevriminin inişinde görülen ekonomik yavaşlamaya işaret etmektedir.
2. Her ekonomik dalgalanmanın kendine özgü yatırım değişkeni vardır ve bu yatırımın niteliği ekonomik dalgalanmanın süresini belirlemektedir. Süre açısından bakıldığında en uzun çevrim Kondratieff çevrimidir ve teknoloji ya da büyük altyapı yatırımlarına bağlı olarak gelişmektedir. Kuznets çevrimlerinin yatırım konusu konut inşasıdır ve büyük altyapı yatırımlarından daha kısa bir ömrü vardır. Juglar dalgalanmasının temel kaynağı makine ve teçhizat yatırımlarıdır ve bu yatırımların ekonomik ömrü bina yatırımdan daha kısadır. En kısa yatırım dalgalanması ise stok yatırımlarıyla tetiklenmekte ve gelişmektedir.
3. Yukarıdaki dalgalanmalar iç içe geçen dalgalanmalardır. Ekonomi uzun dönemli bir çevrim içindeyken o çevrimin çeşitli aşamalarında sürekli biçimde orta ve kısa dönemli çevrimler yaşanmaktadır. Uzun dönemli dalgalanmanın çıkışında orta ve kısa dönemli dalgalanmaların çıkışları genellikle normalden uzun, inişleri de yine normalden kısa sürmektedir. Ancak uzun dönemli dalgalanmanın inişinde durum tersine dönmekte, bu defa çıkışlar kısalmakta inişler uzamaktadır.

Uzun dönemli dalgalanmanın diğer dalgalanmaların üzerindeki bu belirleyici özelliği, kısa vadeli dalgalanmalara odaklanan gözlemcinin uzun vadeli dalgalanmayı da göz önüne almasını zaruri kılmaktadır.

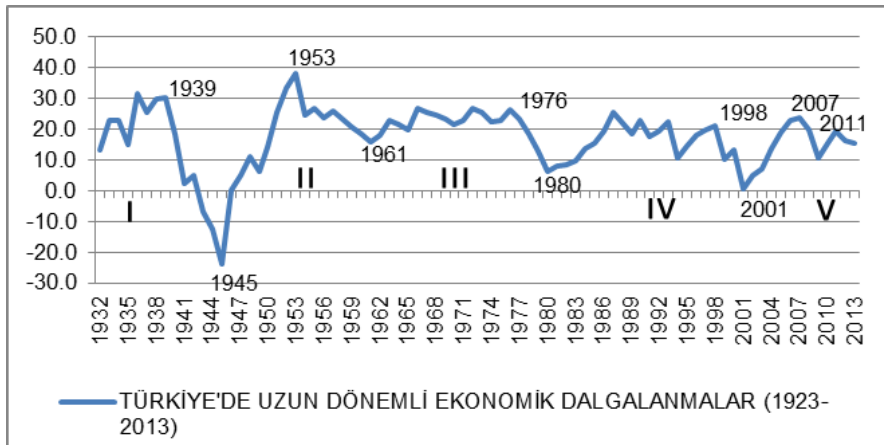
Bölüm X Türkiye Ekonomisinde Dalgalanmalar

Türkiye ekonomisinde temel olarak üç türlü dalgalandan söz edilebilir. Bunların ilki yaklaşık 20 yıl süren uzun dönemli büyüme dalgalandadır. İkinci dalgalanda ekonomiye kaynak giriş ve çıkışıyla uyumlu dalgalandadır. 1993 yılından bu yana iki tam dalgalanda görülmüştür. Şu anda üçüncüsü yaşanmaktadır. Bu dalgalanda ortalama 7 yıllık bir süreyi içeriyor görünmektedir. Üçüncü tip dalgalanda daha kısa süreli üretim verisinden izlenmektedir. Diğer iki dalgalandaya göre süre açısından istikrarsız görünmektedir. 1993 yılından beri var olan verilerle çizilen grafik, içinde bulunduğumuzla birlikte 4 dalgalandaya işaret etmektedir.

I. Uzun Dönemli Dalgalandalar⁵⁶

Türkiye’de Cumhuriyet tarihi boyunca 4 uzun dönemli dalgalanda yaşanmıştır. İçinde bulunduğumuz dönem 5. dalgalanda dönemidir. Birinci dalgalandanın başlangıcı net değildir ancak 1945 yılında son bulmaktadır. 1945-1961 dönemi ikinci dalgayı temsil ederken, üçüncü dalga 1961-1980 dönemini içermektedir. 1980-2001 yılları da dördüncü dalgalanda yıllarıdır. 2001 yılından bu yana yaşadığımız, 2014 yılında da devam eden süreç beşinci dalgalandadır.

Grafik 1: Türkiye’de Uzun Dönemli Dalgalandalar



⁵⁶ Gerçekleşmelerin 11 yıllık hareketli ortalamadan sapsması şeklinde çizilmiştir. Veri için kaynak TÜİK ve kendi hesaplamalarımız.

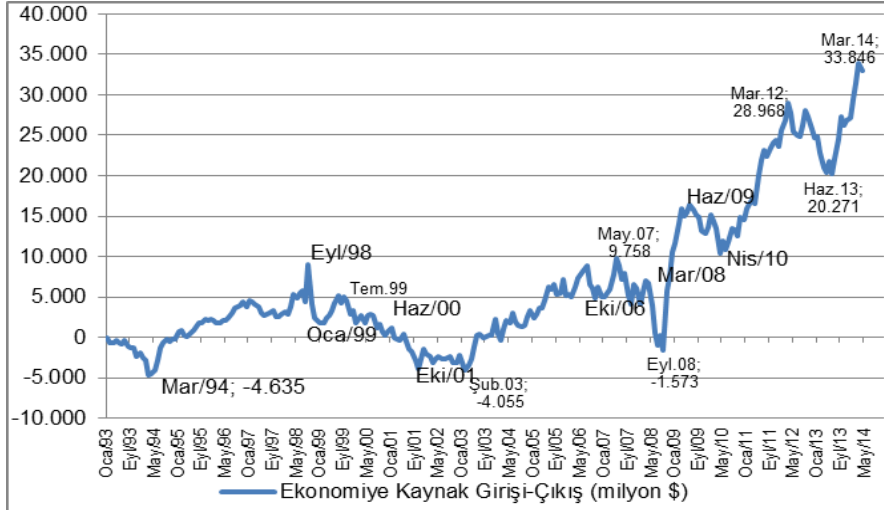
Türkiye'deki uzun dönemli dalgalanmalar neredeyse periyodik olarak 20 yıl sürmüştür. Dalgalanmanın 11 yılı ekonominin çıkış devresidir, 9 yıl ise iniş dönemini oluşturmaktadır. 11 yıllık çıkışın ilk yarısı hızlı büyüme evresidir. İkinci yarı büyümenin görece yavaşladığı dönem olmaktadır. Dalganın inişinde de tam tersi yaşanmaktadır. İnişin ilk yarısında iniş yavaş olmakta ikinci yarısında ise iniş hızlanmaktadır. 20 yıllık uzun dönemli dalgalanmaların dip yılları büyük ekonomik krizlerin ve anayasal değişikliklerin yaşandığı yıllar olmuştur.

1945 dalgalanmasında çıkışta hakim olan altyapı yatırımı ulaşım ve haberleşme, 1961 sonrası enerjidir. 1980 sonrasında yine ulaşım ve haberleşmenin ağırlık kazandığını, 2001 sonrasında da enerjinin başı çektiğini görüyoruz. Bir sonraki dalgalanmanın bu trend devam ederse, ulaşım ve haberleşme ağırlıklı olma ihtimali bulunmaktadır.

II. Orta Vadeli Dalgalanmalar⁵⁷

Veriler ekonomiye kaynak girişi ve çıkışıyla eş zamanlı bir dalgalanmayı göstermektedir. Kaynak girişi ve çıkışının bir göstergesi olarak kullandığımız birikimli net hata noksan verisinin kısıtlı olması orta vadeli dalgalanmayı 1993 yılından itibaren çizmeye olanak vermektedir. Yukarıdaki grafik, son 20 yıllık dönemde iki tam orta dönemli çevrim yaşandığını, Eylül 2008'den beri de üçüncü çevrimin içinde olduğumuzu göstermektedir.

Grafik 2: Türkiye'de Orta Vadeli Dalgalanmalar

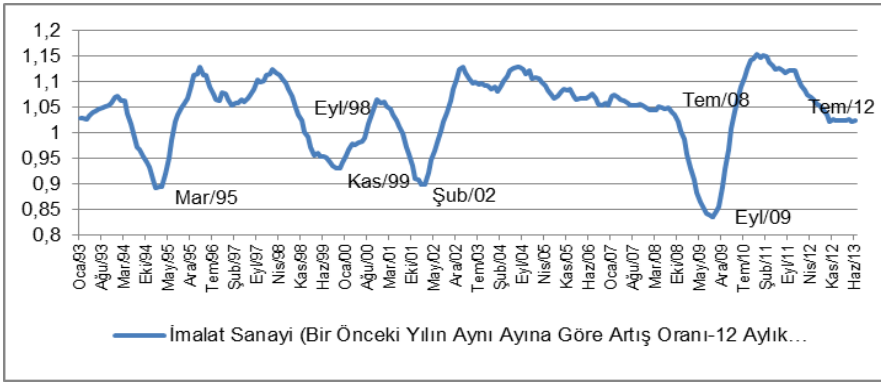


⁵⁷ Kaynak: MB Ödemeler Dengesi Tablosu Net Hata Noksan Kalemi, aylık birikimli, kendi hesaplamamız.

III. Kısa Dalgalanmalar⁵⁸

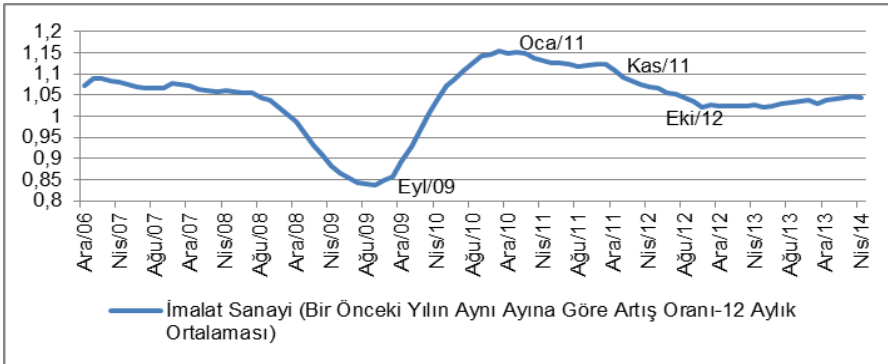
Birinci çevrim Mart 1994-Ekim 2001 tarihlerini içermektedir ve yaklaşık 91 ay sürmüştür. İkinci çevrim Ekim 2001 veya Şubat 2003 ile Eylül 08 arasını kapsamaktadır. Başlangıç tarihine bağlı olarak 72 veya 83 ay sürmüştür. Üçüncü çevrim Eylül 08'den beri devam etmektedir. Mayıs 2014 itibariyle 63 ayı tamamlamıştır.

Grafik 3: Türkiye’de Kısa Vadeli Dalgalanmalar



İmalat sanayi verileri üzerinden izlenen üçüncü tip dalgalanmada periyotlar diğer dalgalanmalara göre düzensizdir. Birinci dalga Mart 1995-Kasım 1999 arasındaki dönemde 56 ay sürmüştür. Sonraki İkinci Dalganın ömrü 14 ay olmuştur. Üçüncü dalga ise Şubat 2002-Eylül 2009 arasında 91 aydır. Dördüncü dalga ise 43 aydır sürmektedir.

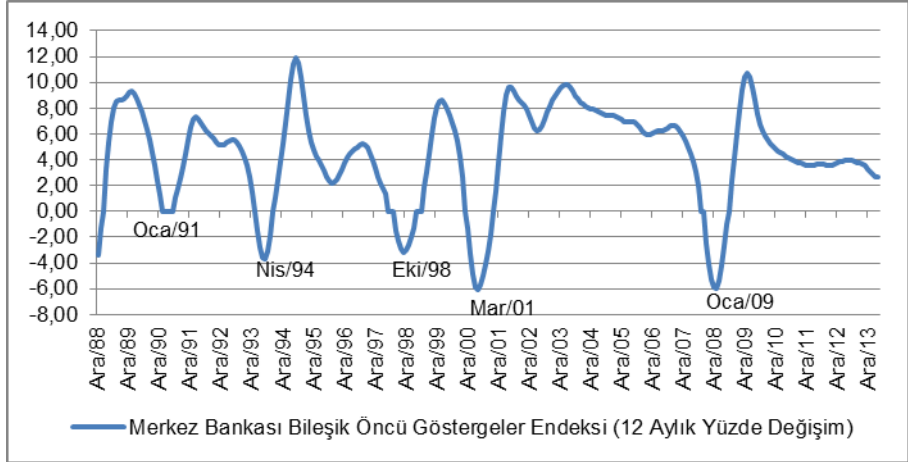
Grafik 4: Türkiye’de Kısa Vadeli Dalgalanmalar



⁵⁸ Kaynak: TÜİK verileri, kendi hesaplamalarımız.

İmalat sanayi verisi üzerinden izlenen dört dip de öncü göstergeler tarafından tespit edilmiş görünmektedir. MB öncü göstergelerinin ekonomik aktiviteyi yansıtırma özelliği de bulunmaktadır. Endeksin dört çizgisinin üzerinde kaldığı dönemlerde ekonomik aktivite görece canlı olmakta ancak dört çizgisini aşağı yönlü kırıldığında ekonomik aktivitede de düşüş görülmektedir. Bugüne kadarki gözlemler endeksin aşağı yönlü kırılmasından sonra dibe ulaşana kadar yönünü yeniden yukarıya çevirmediği şeklindedir. Son çevrim bu anlamda daha yakından izlenmeyi gerektirmektedir. Endeks 2011 Mayıs'ında dördün altına gelmiş olduğu halde önceki dönemlerde olduğu gibi keskin biçimde dibe inmemiştir. Ancak, endeksin dördün altında kalması ekonomik aktivitenin de canlı olmadığı anlamına gelmektedir.

Grafik 5: Türkiye'de Kısa Vadeli Dalgalanmalar (MB Bileşik Öncü Göstergesi)

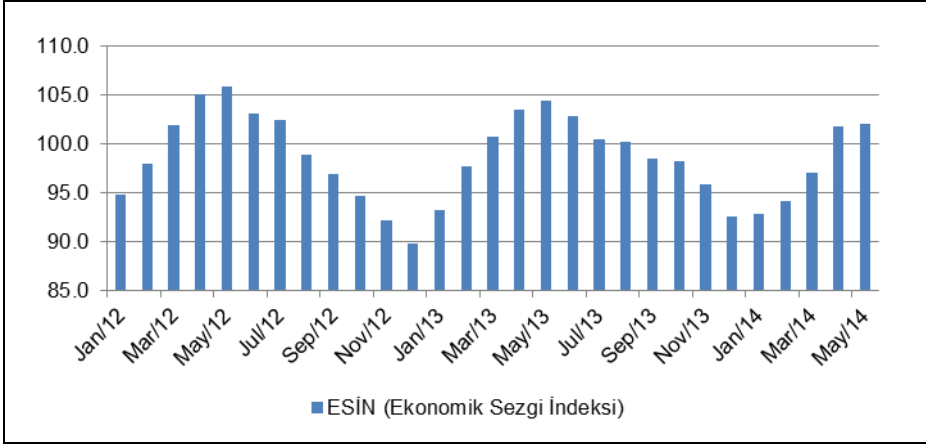


IV. Çok Kısa Dalgalanmalar

Reel kesim güven, hizmetler, tüketici, inşaat ve perakende güven endekslerinin bileşeninden oluşan, ekonominin genelindeki havayı izlemeyi amaçlayan bir endeks⁵⁹. Mevsimlik etkilerden arındırılmamış olması mevsimlik gelişmeleri yansıtırmasına neden oluyor. Bir nevi yıllık dalgalanma olarak da tanımlanabilir. Endeksin 95'u geçmesi ve 100'ün üzerinde seyretmesi iyimserliğin devamı ettiğinin ve ekonomik aktivitenin canlı kaldığının göstergesi olarak düşünülebilir.

⁵⁹ Avrupa Birliği Ekonomik Sezgi Göstergesi ağırlıklarıyla TÜİK Sektörel Güven Endeksleri ve MB Reel Kesim Güven Endeksi verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Grafik 6: Türkiye’de Çok Kısa Dalgalanmalar



Bölüm XI Ekonominin İzlenmesi ve Fiyatlar

Önceki bölümlerde ekonomideki gelişmeleri nasıl izleyeceğimizi tartışırken fiyatlardan hiç söz etmedik. Oysa fiyatlar serbest piyasa ekonomisinde kaynak dağılımını sağlayan en önemli mekanizmadır ve kamu fiyatlardaki değişimleri izleyerek para ve maliye politikalarını yönlendirir. Mankiw'in para ve maliye politikalarındaki değişimlerin ekonomide bir şok dalgası yaratabileceği ve bunun da toplam talebi ve üretimi dalgalandırma potansiyeli olduğu sözlerini hatırlayacak olursak, para ve maliye politikalarının değişmesine yol açabilecek fiyat hareketlerini izlememiz bir gereklilik olarak ortaya çıkar.

Ekonomide iki türlü fiyattan söz etmek mümkün; mal ve hizmetlerin fiyatları ve paranın fiyatı. Paranın fiyatını iç ve dış olarak tekrar ikiye ayırabiliriz. Mal ve hizmet fiyatlarını genellikle tüketici fiyat endeksi ile ölçüyoruz. Paranın iç fiyatı faiz, dış fiyatı ise döviz kuru olarak tanımlanmaktadır.

Ekonomik dalgalanma boyunca tüketim talebinin seyri ekonomideki üretim yapısını etkilediği gibi fiyatları da etkilemektedir.

1. Dalgalanmanın dip noktasında talep düşüktür. Dolayısıyla mal ve hizmetlerin fiyatları da düşüktür veya düşmektedir. Ekonomi canlanırken, yani çıkış başladığında, talep artmaya başlar. Buna bağlı olarak fiyatlardaki düşüş durur. Ardından ekonomideki canlanmaya paralel olarak fiyatlar yükselmeye başlar. Fiyatlar ekonomideki dalgalanma zirveye ulaştıktan sonra da artmaya devam eder. Talep düşmeye başladığında fiyatlarda da gerileme başlar. Önce fiyatların artış hızı yavaşlar, sonra durur. Ekonomik daralmanın şiddetine bağlı olarak fiyatların gerilemesi de mümkündür. Mal ve hizmet fiyatları ekonomik dalgalanmayla aynı yönde hareket etmektedir. Ancak bu hareket çıkış aşamasında öncü, iniş aşamasında ise gecikmelidir.⁶⁰

⁶⁰ Robert G. King, Mark W. Watson, "Money, Prices, Interest Rates and the Business Cycle", Temmuz 1995, s. 4'te fiyatların çevrimle ilişkisini karmaşık buluyor. https://www.princeton.edu/~mwatson/papers/mpibc_wp2.pdf

Finn E. Kydland, Edward C. Prescott, "Business Cycles: Real Facts and a Monetary Myth", Federal Reserve Bank of Minneapolis, Quarterly Review, Bahar 1990, s.4'te (<http://www.minneapolisfed.org/research/qr/qr1421.pdf>) fiyat düzeyinin dalgalanmayla aynı yönde olduğuna ilişkin yaygın bir görüş olduğunu vurguluyor. Jae Ho Yoon, "The Co-movement of Inflation and The Real Growth of Output", The Journal of the Korean Economy, vo.7, No.2, Kış 2006'da (https://faculty.washington.edu/karyiu/confer/seoul06/papers/yoon_jh.pdf) dalgalanma ve fiyat düzeyinin yalnızca Kore Savaşı ve Petrol Şoku dönemlerine özgü bir durum olduğunu ileri sürüyor.

2. Faiz oranlarının da ekonomik dalgalanmayla aynı yönde ve eş zamanlı hareket ettiğini söyleyebiliriz. Dalgalanmanın çıkış aşamasında faiz oranları yükselmekte, iniş aşamalarında ise düşmektedir.⁶¹
3. Paranın dış fiyatının ekonomik dalgalanmayla ilişkisi ithalat talebi ve cari işlemler dengesi üzerinden kurulabilir ancak ülkeye yabancı kaynak girişı fiyatlar üzerinde etkili olur. Dalgalanmanın yükselişinde ithalat talebi ve cari açık görece artar. İthalat talebinin ve cari açığın artması, eğer ülkeye sermaye girişı yeterli değilse, yerli paranın yabancı paralar karşısında değerini düşürür. Ancak sermaye girişinin bol olduğu dönemde böyle bir etki görülmeyebilir. Dışarıya yönelik talebin faiz oranlarıyla dizginleneceği beklentisi oluşursa, yerli paranın değerinin yükselmesi de söz konusu olabilir.

Kamu, ekonomik dalgalanmayı izleyerek politika belirleyebilir. Ekonomik çıkışın hızlı geliştii evrede mal ve hizmet fiyatları hızla yükselme eğilimine girer. Fiyatların normalden hızlı artmasının kaynak dağılımında bozulmaya neden olabileceğini düşünen kamu otoritesi para politikasıyla duruma müdahale edebilir. Merkez Bankası faiz oranlarını yükselterek veya kredi verilebilir fonların miktarını azaltacak politikalar uygulayarak talebi kontrol altına almaya çalışabilir. Yani kamu otoritesi ekonomik dalgalanma boyunca fiyat gelişmelerine bakarak para politikasını düzenleme yoluna gidebilir. Otoritenin fiyat gelişmelerini kriter olarak alması doğal olarak fiyatları ölçme işini önemli hale getirmektedir.

TÜFE I-Endeksi

Türkiye’de mal ve hizmet fiyatlarındaki gelişmeler, üretici ve tüketici fiyat endeksi üzerinden izlenmektedir. Ancak, para politikasına esas teşkil eden endeks genellikle tüketici fiyatlarıdır.

TÜİK tüketici fiyatlarını derlemek için oluşturduğu tüketim sepetini esas alarak biri genel, dokuzu özel olmak üzere on tür fiyat endeksi yayınlamaktadır;

1. TÜFE (GENEL)
2. A. Mevsimlik ürünler hariç TÜFE
3. B. İslenmemiş gıda ürünleri hariç TÜFE
4. C. Enerji hariç TÜFE
5. D. İslenmemiş gıda ürünleri ve enerji hariç TÜFE
6. E. Enerji, alkollü içkiler ve tütün ürünleri hariç TÜFE

⁶¹ Robert G. King, Mark W. Watson, “Money, Prices, Interest Rates and the Business Cycle”, Temmuz 1995, nominal faizlerin aynı yönlü ve gecikmeli olduğunu ileri sürmektedir (s. 4).

7. F. Enerji, alkollü içkiler ve tütün ürünleri, fiyatları yönetilen/yönlendirilen diğer ürünler ve dolaylı vergiler hariç TÜFE
8. G. Enerji, alkollü içkiler ve tütün ürünleri, fiyatları yönetilen/yönlendirilen diğer ürünler ve dolaylı vergiler ve işlenmemiş gıda ürünleri hariç TÜFE
9. H. Enerji, alkollü içkiler ve tütün ürünleri, işlenmemiş gıda ürünleri ve altın hariç TÜFE
10. I. Enerji, gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içkiler ile tütün ürünleri ve altın hariç TÜFE

Bu endekslerden “I” endeksi çekirdek enflasyon verisi olarak izlenmektedir ve para politikası açısından belirleyici endekstir. Peki, neden? Neden diğerleri değil de “I” endeksi fiyat hareketlerini temsil açısından ön plana çıkmaktadır?

Bunun sebebine zımnî olarak tüketici kalıbını incelerken değinmiştik. Dikkat edilirse, bu endekste hariç tutulan ürünler zarurî harcama kalıbına dahil olan ve bu kalıbın önemli bir bölümünü oluşturan ürünlerdir ve hatırlanacağı gibi zarurî harcamalar ekonomik dalgalanmadan etkilenmezler. Bu ürünlerin dışında kalan mal ve hizmetlerin büyük bölümünün zarurî olmayan ve ertelenebilir harcama kalıbına dahil olması ve bu nedenle ekonomik dalgalanmadan etkilenmesi, ekonomik konjonktürün yol açtığı fiyat gelişmelerinin ölçülmesi için “I” endeksini en uygun araç haline getirmektedir. Bu çerçevede kamu otoritesinin faizlerde herhangi bir değişikliğe giderek talebi etkilemesi ihtimaline karşılık, ekonomik gelişmeleri izleyenler Tüketici Fiyatları I-Endeksini de izleme veri setine dahil etmesi yerinde olur.

Döviz Kuru ve Dış Kaynak Girişinin İzlenmesi

Talep üzerinde etkili olan bir başka fiyat değişkeni paranın dış fiyatıdır, yani döviz kuru. Türkiye’de ekonomik ve finansal krizlerin birçoğunda döviz kurlarının aşırı ölçüde yükselmesi ekonomik birimleri döviz kurlarındaki gelişmeye duyarlı hale getirmiştir. Yukarıda zikredilen 20 yıllık uzun dönemli dalgalanmaların inişlerinin ve diplerinde ülkedeki döviz sıkıntısının had safhaya ulaşması da kamuoyunun bilinçaltında bu fiyat değişkenine karşı bir hassasiyet oluşturmuştur.

Ekonominin dış dengesini, yatırım dengesi ve kamu dengesine bağlı olarak tanımlamak gerekirse aşağıdaki eşitlik yazılabilir.

$$(S-I)+(T-G)=(X-M)$$

Bu denklemde;

S, tasarrufları

I, yatırımı

T, vergi gelirlerini
G, kamu harcamalarını
X, mal ve hizmet ihracatını
M, mal ve hizmet ithalatını

göstermektedir.

(S-I), tasarruf yatırım dengesine
(T-G), kamu gelir gider dengesine

işaret etmektedir.

(X-M) ise ülkenin cari işlemler dengesini tanımlamaktadır.

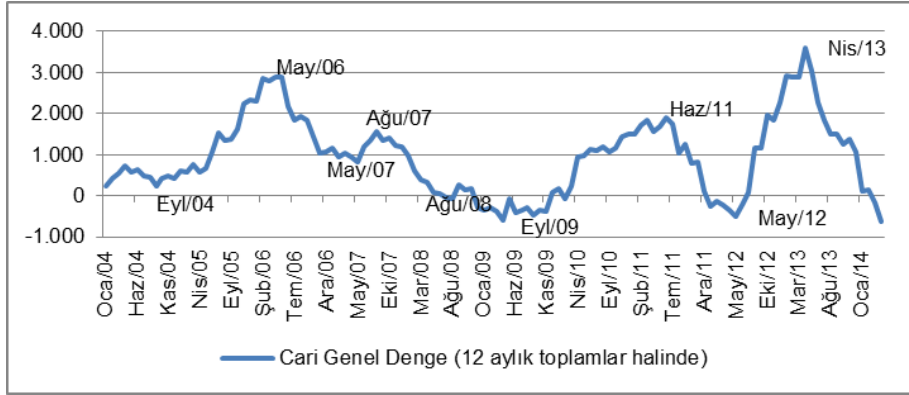
Denklem, cari işlemler dengesindeki bozulmanın, yatırım dengesi ve kamu dengesi üzerinden düzeltme yoluna gidilebileceğini göstermektedir. Yatırım dengesi söz konusu olduğunda faiz oranları, kamu dengesi söz konusu olduğunda da vergi oranları politika aracı olarak kullanılacaktır. Bu da Mankiw'in sözünü ettiği şokların ortaya çıkması ve ekonomik çıktının dalgalanması anlamına gelecektir.

Ekonomide beklenmeyen şokların ortaya çıkmasına yol açtığı için döviz kurlarındaki değişikliklerin ve cari açık verilerinin de ekonomi izleme setinde yer alması uygun görünmektedir. Ancak şokların önceden kestirilmesi söz konusu olduğunda tek başlarına cari açık ve döviz kurlarına ilişkin verilerin gözlemciye çok fazla şey söylememesi mümkün. Döviz kurlarındaki sıçramanın Türkiye gibi ülkelerde görece döviz kısıtlılığından meydana geldiği, ani talep artışlarının yeterli miktarda dövizle karşılanamadığı göz önüne alındığında Türkiye'ye döviz akımının izlenmesinin TL'nin olası değer dalgalanmasını önceden kestirebilmek açısından daha uygun olacağı düşünülmektedir. Bunun için de daha kullanışlı veri ödemeler dengesi genel denge kalemi olarak görülmektedir. Bu kalem, ödemeler dengesindeki net hata noksan dahil bütün yabancı para giriş çıkışlarının dengesini verdiği için yeteri kadar kapsayıcı niteliktedir.

Nasıl okumalıyız?

Aşağıdaki grafikte 1992 yılından itibaren cari işlemler genel dengesi verileri gösterilmektedir. Dikkat edilirse, dip noktalar, Türkiye'ye döviz girişinin durduğu ve döviz ihtiyacının rezervden karşılandığı dönemlere işaret etmektedir. Bu dönemler döviz kurlarının sıçrama yaptığı dönemlerdir aynı zamanda. Son döneme bakıldığında Ağustos 2008, Mayıs 2012 tarihlerinde genel dengenin dip noktada olduğu görülmektedir. 2014 Mart ayında da genel denge eksiye düşmüştür. Bu durum, Nisan ayında da aynı seyrettikten sonra Mayıs ayında değişmiştir.

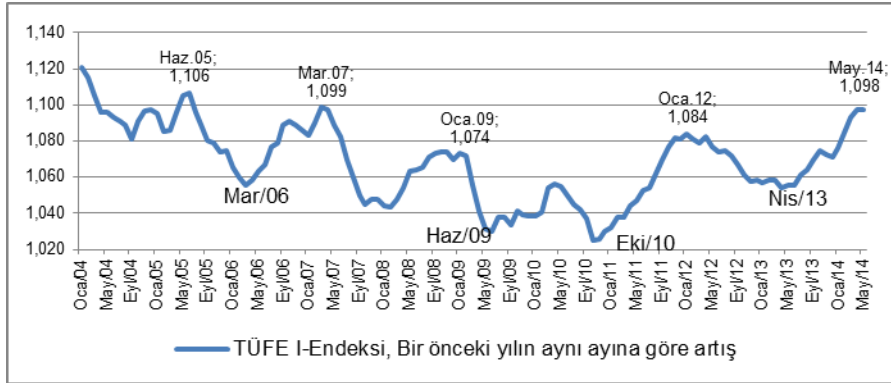
Grafik 1: Cari İşlemler Dengesi (12 aylık birikimli)



TÜFE-I endeksi de dalgalanmaya tabi ürünlerin fiyatlarındaki gelişmeyi ve bir ölçüde talep=arz eşitliğinin kırılmasıyla oluşan eğilimi göstermektedir.

Nasıl okumalıyız?

Grafik 2: Tüfe I Endeksi Değişimi



TÜFE-I Endeksi Nisan 2013 tarihinden itibaren yukarı yönlü bir eğilim göstermektedir. Ekonominin 2013 çeyreğinden itibaren büyümesinin bu eğilimde büyük rolü olduğu düşünülmektedir. Fiyatlarda belli ölçülerde döviz kuru geçişkenliğini görmek mümkünse de bu artışın talepten kaynaklandığını söylemek yanlış olmaz.

TÜFE I-Endeksinin artmaya devam etmesi, büyüme trendinin ve talebin artmakta olduğunu ima ediyor. Mayıs ayı itibarıyla endeksin ulaştığı seviye Mart 2007 seviyesine çok yakın ve Haziran 2005 seviyesinden de çok uzak değil. Bu durum kamunun müdahale etme olasılığını artıran bir gelişme olarak okunabilir.

Bölüm XII

Sonuç Olarak Ekonomiyi Nasıl İzleyelim? Tahmin Yapalım mı?

Kitapta ekonomik gelişmelerin nasıl izlenebileceği konusunda genel bir yaklaşım çizmeye ve bu yaklaşımın temel araçlarını ortaya koymaya çalıştık. Önerdiğimiz ekonomik veri setinin ekonominin hal ve gidişatı konusunda önemli ipuçları verdiği konusunda kuşkumuz yok. Ancak önerilerimizi kullanacaklara bir uyarıda bulunmak istiyoruz. Bu veri seti esas olarak bir tahmin aracı değildir.

Ekonomik gelişmeleri kavrama modeli olarak önerdiğimiz yaklaşımda ekonomik dalgalanmaların kilit rol oynaması, bu dalgalanmaların kendisini tekrar eden olgular olması ve her dalgalanmanın nitelik olarak benzerlikler taşıması, bizi ister istemez geleceğe ilişkin tahmin yapmaya zorlayacaktır⁶². Ancak bunu önlemeliyiz. Geleceği kimse tahmin edemez. Geleceğe ilişkin tahmin yapmaya çalışmanın özünde olayları bütün yönleriyle kavrama çabasından kaçınma olduğunu düşünüyorum. Tahmin yürütmek zorlu bir analiz yükünden kaçınma kolaylığıdır bir bakıma.

Biz tahmin yapmıyoruz. Geliştirdiğimiz yaklaşımla mevcut durumu doğru okumayı ve gelecekte olabilecek en olası senaryoyu çizmeye çalışıyoruz. Amacımız, gelişmelerin ortaya çıkardığı izleri okumak. Yoldaki işaretleri anlamaya çalışıyoruz. Galbraith, iki grup ekonomist vardır der; “geleceği bilemeyenler ve geleceği bilemeyeceklerini bilmeyenler”. Ancak buna rağmen ekonomistlerin geleceği tahmin etmekten vazgeçmediklerini biliyoruz. Öyle olmasaydı, Peter, ekonomistleri “dün yaptığı tahminin bugün niye gerçekleşmediğini yarın açıklayacak kişiler” olarak tanımlamazdı.

Değil mi?

Bir İzleme Örneği

Buraya kadar söylediklerimizi bir örnekle somutlaştırmak için aşağıda ekonomiyi izlemek amacıyla kullandığım verileri ve bu verilere ilişkin yorumlamaları sunmak istiyorum. Ekonominin durumunu anlamaya çalıştığım için de bu veri setine Barometre başlığı attım.

⁶² Ayres, dalgalanmaların çizdiği paternin net olduğunu, tahmin yapmak ve politika geliştirmek açısından bu dalgalanmalarının bu özelliğinden yararlanılabileceğini ileri sürüyor.(R.U. Ayres, “The Kuznets Curve and the Life Cycle Analogy”, Center for the Management of Environmental Resources, INSEAD, Fontainebleu, Fransa, Ocak, 1997. https://flora.insead.edu/fichiersti_wp/inseadwp1997/97-08.pdf)

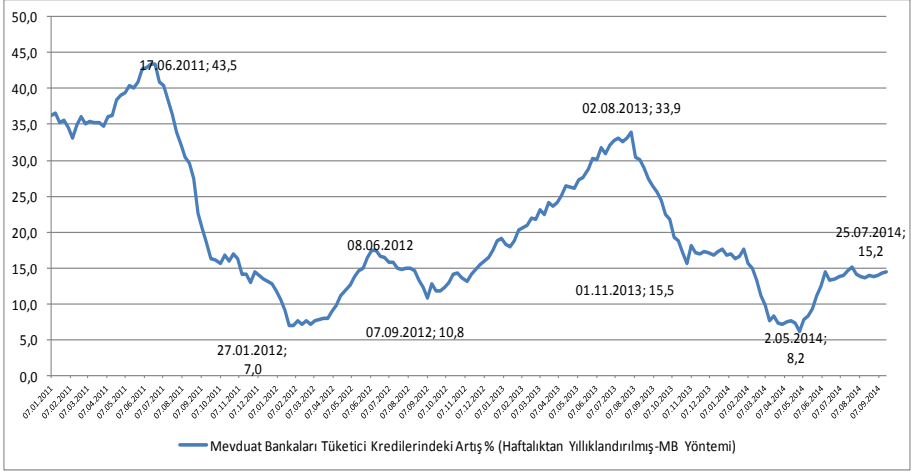
Barometre

Eylül 2014

Gerçekleşmeler Beklentiler

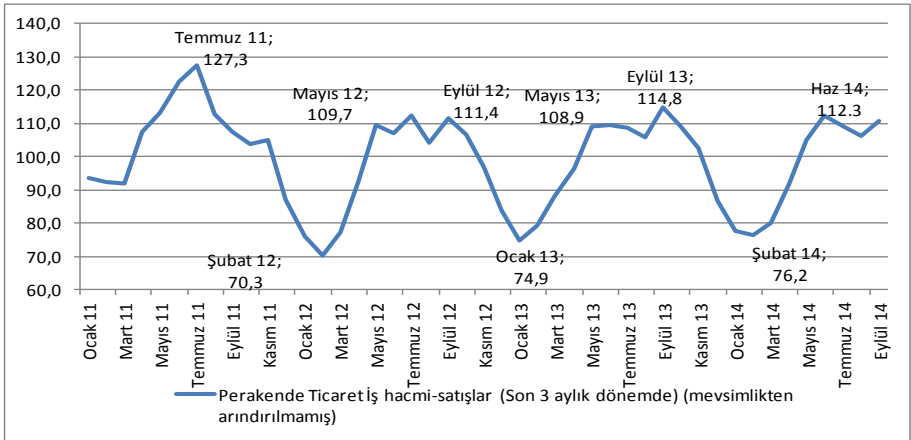
Tüketim

Grafik 1: Mevduat Bankaları Tüketici Kredileri Artış Hızı (MB tanımı)



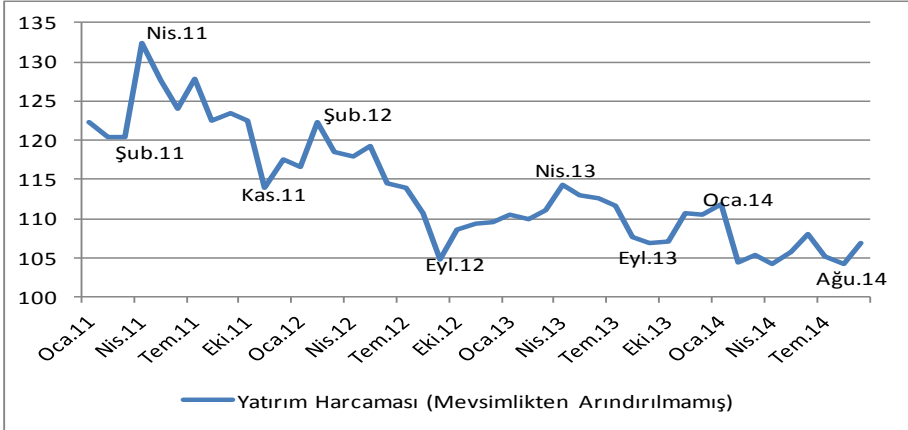
Temmuz ayı sonunda tüketim kredileri yıllıklandırılmış artış oranı yüzde 15,2 seviyesine yükseldikten sonra hızını kaybetti. 2014 yılı için ortalama haftalık artış hızı yüzde 12,3 olarak gerçekleşmiş durumda. Kredi artış hızının düşük olması tüketim konusunda iyimser olmayı önüyor.

Grafik 2: Perakende Ticaret İş Hacmi-Satışlar



2014'e ilişkin veriler daha önceki yıllarda gözlediğimiz paterne işaret ediyor. Eylül ayında beklendiği gibi endeks yukarıya döndü. Bundan sonra beklenti Şubat ayına kadar satışların düşmesi yönünde.

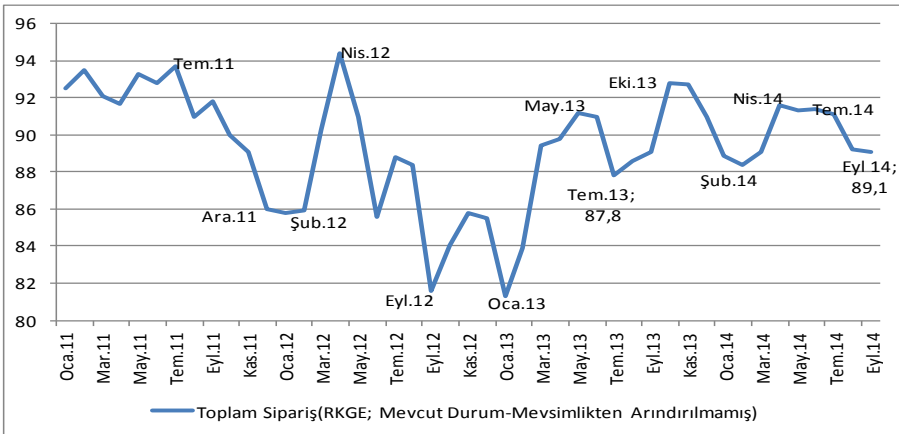
Grafik 3: Yatırım Harcaması Yapma Eğilimi



Yarı dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma eğilimin gösteren endeks Şubat-Mayıs döneminde arttıktan sonra düşüş eğilimine girdi. Eylül ayında endeksin zirveye çıkmasının mevsimlik etkiye bağlamak gerçekçi olur. Bundan sonraki aylarda endeksin düşmesi şaşkırtıcı olmaz. Göstergenin GSYH verileriyle uyumu dikkate alınınca yılın ikinci yarısındaki büyümeye ilgili iyimser olmak güç görünüyor.

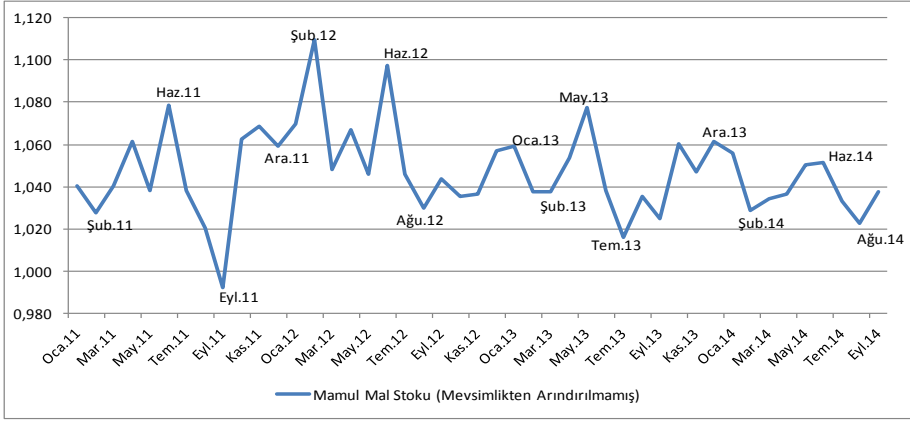
Üretim

Grafik 4: Toplam Sipariş



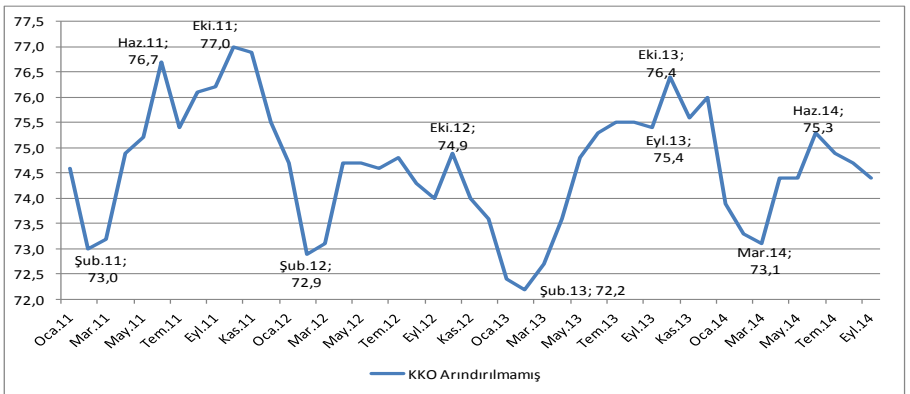
Toplam siparişlerde Temmuz ayında gözlenen düşüş Eylül ayında da devam etti. Siparişlerin aslında Ekim ayına kadar yükselmesi beklenirken, gözlemlenen gelişme üretimde yavaşlamanın belirtisi olarak değerlendirilmeli.

Grafik 5: Mamul Mal Stoku



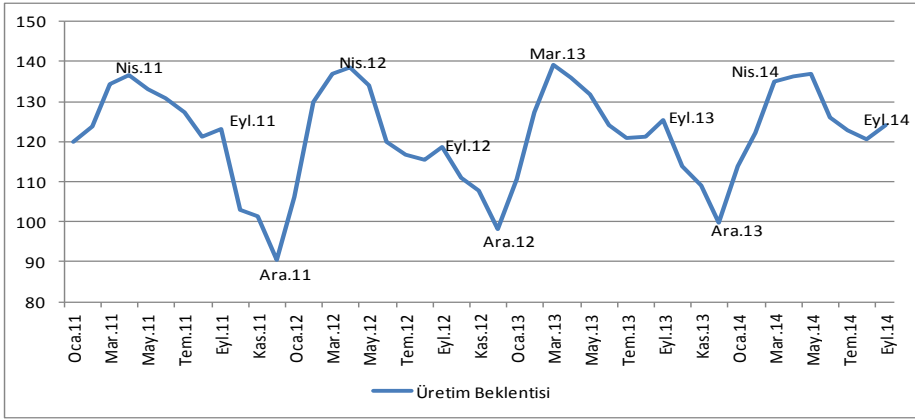
Mamul mal stoku Eylül ayı verisi, sipariş verisine zıt olarak yukarı yönlü bir sinyal verdi. Eylül ayında stoklar artıyor görüldü. Siparişler artarken stokların azalması ekonominin durgunluğa girme sinyali olarak değerlendirildiği için Eylül verisi önemli. Ancak kesin kanaat için önümüzdeki ayların verisinin de beklenmesi gerekiyor.

Grafik 6: Kapasite Kullanım Oranı



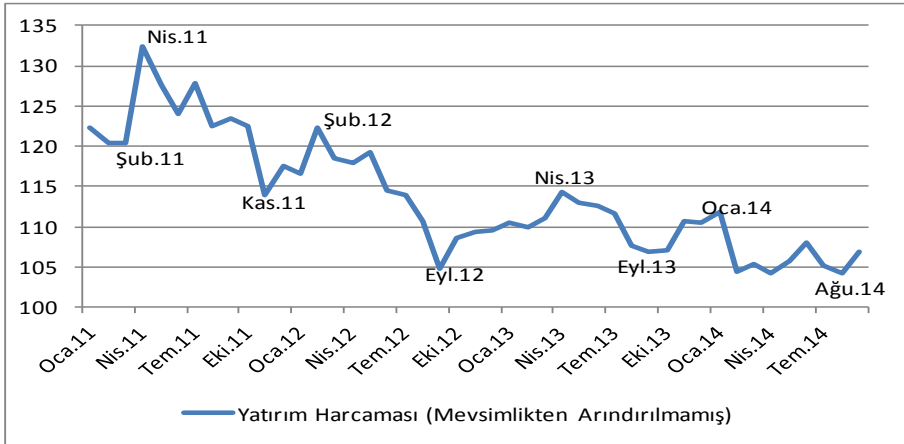
Kapasite kullanım oranı Eylül verisinin düşüşün devam ettiğini göstermesi üretim açısından alarm verici. Sipariş ve stok verisinin birliktişaret ettiği durgunluğu teyid etme ihtimali mevcut.

Grafik 7: Üretim Beklentisi

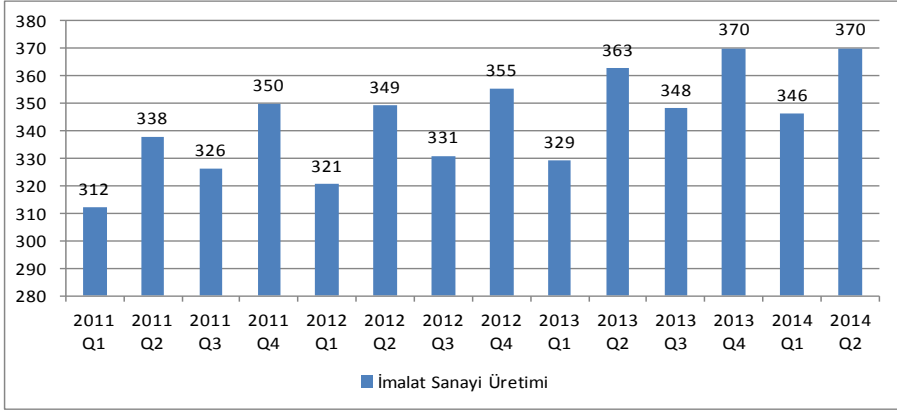


Reel kesim gelecek üç aylık üretim beklentisi Mayıs ayında aşağıya döndükten sonra Eylül ayında beklendiği gibi hafif yukarı çıkışını yaptı. Beklentilere paralel olarak bundan sonraki aylarda reel kesimde karamsarlığın hakim olması şaşırtıcı olmaz.

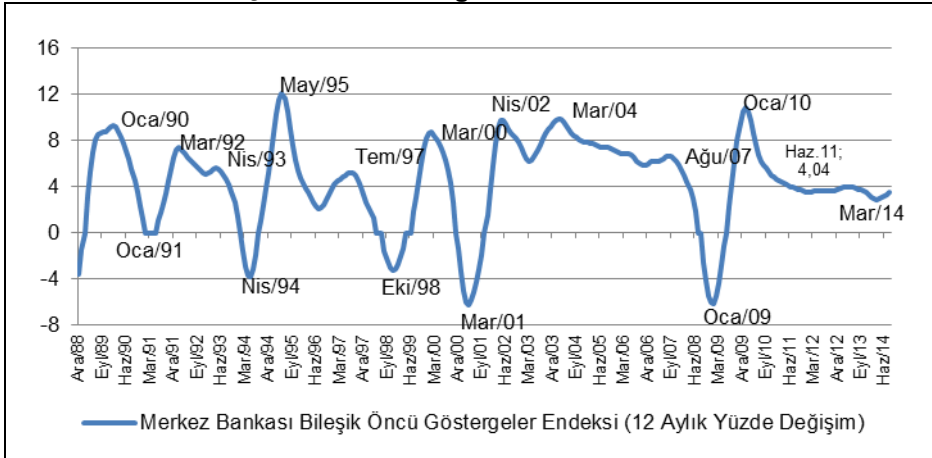
Grafik 8: Yatırım Harcaması



Ekonomideki yatırım harcama yapma eğilimi Ocak ayından beri azalıyor. Eylül ayındaki eğilimdeki artışın kalıcı olup olmayacağını göreceğiz. Normal şartlarda artışın Ocak-Nisan aralığında bir noktaya kadar yükselmesi beklenmektedir. Yükselişin konumu üreticilerin ekonominin geleceği konusunda ne düşündüğünü net olarak ortaya koyacak.

Grafik 9: İmalat Sanayi Üretim Endeksi Toplamı (Çeyrekler Halinde)

İmalat sanayi üretiminin ilk iki çeyreğe ilişkin verileri beklentiler doğrultusunda gelişti. Birinci çeyrekteki üretim seviyesi düşük, ikinci çeyrekteki de yüksekti. Normal şartlar altında üçüncü çeyrek üretim düzeyinin ikinci çeyreğin altında olması beklenmektedir. Üretimin ne kadar gerileyeceği ve bir önceki yılın aynı dönemine göre artış oranı yıllık büyüme oranını etkileyecek.

Grafik 10: MB Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi

Merkez Bankası Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi 2011 yılı Haziran ayından bu yana ekonomin düşük performansta olduğunu göstermektedir. Endeks 2014 Mart ayından itibaren ekonominin performansı ile ilgili pozitif sinyaller verse de kritik eşik yüzde 4'ü geçebilmiş değil.

Bölüm XIII

Günlük Yayınlanan Verilerde Ekonominin Durumunu Aramak

Geçen bölümde tümden gelim yöntemi kullanarak ekonominin nasıl izlenmesi gerektiğini anlatmaya çalıştık. Ekonominin nasıl kavranması gerektiği konusunda bir yaklaşım geliştirdik ve buna uygun verileri saptamaya çalıştık. Ancak her gün veri bombardımanı altında olduğumuz ve her gün bu verileri yorumlayan birçok köşe yazarını-yorumcuğu okumak zorunda kaldığımız düşünülürse hayatın akışına uygun bir başka yöntemi de uygulamaya koymanın gerekliliği de kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

Bu yöntemi tüme varım yöntemi olarak tanımlamak mümkün. Yöntem bir ay boyunca yayınlanan ekonomiyle ilgili verilerin ekonomiyi kavrama açısından hangi ipuçlarını verdiğini saptamak üzerine kurgulanıyor. İzleyeceğimiz yaklaşımı günlük yayınlanan verilerde ekonomik durumu anlamak şeklinde de tanımlayabiliriz. Bir ay içinde hangi veriler yayınlanıyor? Ekonomiye bizim gibi kısa vadeli bakan “piyasa”, bu verilerden hangilerini izliyor? Aşağıdaki tablo 2014 Temmuz ayı için piyasanın hangi verileri izlediğini gösteriyor⁶³.

1 Temmuz	Haziran ayı imalat sanayi PMI endeksi TCMB Para Politikası Kurulu Haziran toplantısı özeti
3 Temmuz	Haziran ayı enflasyon verileri
4 Temmuz	Nisan ayı konut fiyat endeksi Haziran ayı reel efektif döviz kuru
7 Temmuz	Haziran ayı Hazine nakit dengesi
8 Temmuz	Mayıs ayı sanayi üretimi Haziran ayı finansal yatırım araçlarının reel getiri ciroları
9 Temmuz	Mayıs ayı perakende satışları
10 Temmuz	Mayıs ayı dış ticaret endeksler
11 Temmuz	Mayıs ayı sanayi ciro endeksi Mayıs ayı ödemeler dengesi Temmuz ayı Merkez Bankası Beklenti Anketi
15 Temmuz	Nisan ayı işsizlik oranı Haziran ayı merkezi yönetim bütçe dengesi
16 Temmuz	Mayıs ayı özel sektör dış borç stoku
17 Temmuz	Merkez Bankası Para Kurulu toplantısı ve faiz kararı

⁶³ Garanti Bankası, Aylık Finansal Takvim, Temmuz 2014.

18 Temmuz	Mayıs ayı kısa vadeli borç stoku Mayıs ayı uluslararası yatırım pozisyonu Haziran ayı kurulan ve kapanan şirketler
21 Temmuz	Temmuz ayı merkezi yönetim borç stoku
22 Temmuz	2. Çeyrek bina inşaat maliyeti
23 Temmuz	Haziran ayı konut satışları
24 Temmuz	Merkez Bankası 17 Temmuz tarihli Para Kredi Kurulu özeti 2014 yılı Üçüncü Enflasyon Raporu Temmuz ayı sektörel güven endeksleri Haziran ayı turist sayısı
25 Temmuz	Haziran ayı dış ticaret istatistikleri Temmuz ayı kapasite kullanım oranı Temmuz ayı reel kesim güven endeksi
31 Temmuz	2. Çeyrek turizm istatistikleri Temmuz ayı tüketici güven endeksi
1 Ağustos	Temmuz ayı imalat sanayi PMI endeksi

Bu veri takvimi bize ne söylüyor? Takvim, öncelikle “piyasa”nın bir ay içinde Türkiye ile ilgili 32 veriyi izlediğini gösteriyor. Sonra da piyasanın izlediği bu verilerin Temmuz ayında yayınlansa da farklı zaman dilimlerini kapsadığına parmak basıyor. Takvimde yer alan veriler arasında sadece reel kesim güven endeksi, sektörel güven endeksleri ve tüketici güven endeksi ile imalat sanayi kapasite kullanım oranı Temmuz ayına ait verilerdir.

İmalat sanayi PMI endeksi, enflasyon verileri, konut satışları, dış ticaret istatistikleri, kurulan ve kapanan şirketler verileri ile merkezi yönetim bütçe dengesine ilişkin veriler bir ay gecikmeli yayınlanmaktadır. Ya da bir ay önceki durumu yansıtmaktadır. İki ay gecikmeli veriler arasında oldukça önemli veriler yer almaktadır. Üretimle ilgili sanayi ciro endeksi ve sanayi üretimi bu tip verilerdendir. Perakende satışlar da aynı şekilde iki ay gecikmelidir. Ülkenin dış alemle ilişkilerini yansıtan dış ticaret endeksleri ve ödemeler dengesi verileri de iki ay gecikmeli yayınlanan veriler arasındadır.

Konut fiyatlarına ilişkin veri ile işsizlik verileri üç ay öncesine aittir. Oldukça gecikmelidir yani. Bina inşaat maliyeti verisi ise çeyrekler halinde yayınlanmaktadır. Takvimde yer alan verilerin hangi dönemleri içerdiği ve gecikmeleri gösteren tablo aşağıda sunulmaktadır.

Verilerin Yayınlanmasındaki Gecikmeler

Bina inşaatı maliyet endeksi	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
Gayri safi yurtiçi hasıla	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
İnşaat ciro ve üretim istatistikleri	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
İnşaat işgücü girdi endeksleri	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
İşgücü maliyeti endeksi	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
Konut satış istatistikleri	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
Sanayi işgücü girdi endeksleri	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
Ticaret ve hizmet ciro endeksleri	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
Yapı izin istatistikleri	Çeyrek	1-3 ay gecikmeli
Dış ticaret endeksleri		2 ay gecikmeli
Dış ticaret istatistikleri		1 ay gecikmeli
Hanehalkı işgücü istatistikleri		3 ay gecikmeli
Perakende satış hacim endeksi		2 ay gecikmeli
Sanayi ciro endeksi		2 ay gecikmeli
Sanayi üretim endeksi		2 ay gecikmeli
Sektörel güven endeksleri	Aynı ay	
Tüketici fiyat endeksi		Müteakip ayın hemen başında
BATüketici güven endeksi	Aynı ay	
Yurtiçi üretici fiyat endeksi		Müteakip ayın hemen başında
Kapasite kullanım oranı	Aynı ay	
Beklenti anketi	Aynı ay	
İktisadi yönelim anketi-reel sektör güven endeksi	Aynı ay	
Bileşik öncü göstergeler endeksi		1ay gecikmeli
Açılan Kapanan şirket istatistikleri		1ay gecikmeli
Toplam otomobil üretimi		1ay gecikmeli
HSBC tüketici güven endeksi	Aynı ay	
İmalat sanayi PMI endeksi		Müteakip ayın hemen başında
Krediler		Haftalık

Takvime göre piyasanın izlediği verilerin yaklaşık üçte biri Temmuz ayına (içinde bulunulan aya) aittir. Öteki üçte biri ise bir önceki aya yani Haziran ayına ait. Kalan üçte birlik veri de ya iki ya da üç ay öncesine ait. Yani Temmuz ayında piyasa, bu verilerin gösterdiği ekonomik duruma bakarken, aslında bir ay öncesine veya çok daha öncesinde gerçekleşmiş bir

duruma bakmaktadır. Verileri ayrı ayrı ele almaya geçmeden önce, yine de bazı temel yaklaşımları vurgulamak gerekir. Birinci temel yaklaşım yayınlanan verilerin GSYH'nın birer parçası olduğudur. Bu çerçevede verileri aşağıdaki tablolarda gösterildiği gibi GSYH ile ilişkilendirmek mümkündür.

Harcamalar Yönünden Gayri Safi Yurtiçi Hasılayla İlişkili Veriler⁶⁴

$$Y = C + I + G + (X-M)$$

GSYH	GSYH Çeyreklik verileri
	Merkez Bankası Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi
Hane halkı tüketimi	Hanehalkı İşgücü istatistikleri Perakende satış hacim endeksi Tüketici kredileri Tüketici güven endeksi HSBC tüketici güven endeksi Otomobil satışları
Gayri safi sabit sermaye oluşumu	Bina inşaatı maliyet endeksi İnşaat ciro ve üretim istatistikleri İşgücü maliyet endeksi Konut satış istatistikleri Sektörel güven endeksleri Sanayi üretim endeksi Sanayi ciro endeksi Kapasite kullanım oranı İktisadi yönelim anketi-reel sektörü güven endeksi Otomobil üretimi İmalat sanayi PMI endeksi Açılan-kapanan şirket istatistikleri Yapı izin istatistikleri İnşaat sektörü güven endeksi
Devletin nihai harcamaları	Bütçe gerçekleştirmeleri
Net ihracat	Dış ticaret endeksleri Dış ticaret istatistikleri Ödemeler Dengesi

⁶⁴ Y: GSYH; C: Hanehalkı Tüketimi; I: Yatırım Harcamaları; G: Kamu Harcamaları; (X-M): (İhracat-İthalat) yani Net İhracat.

Üretim Yönünden Gayri Safi Yurtiçi Hasılayla İlişkili Veriler⁶⁵

$$Y = A + I + S$$

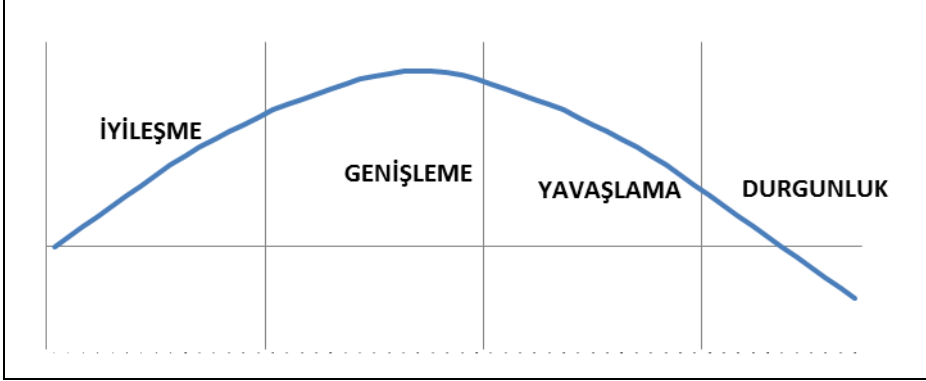
GSYH	Merkez Bankası Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi
Sanayi	Sanayi üretim endeksi Sanayi ciro endeksi Yapı izin istatistikleri İmalat sanayi kapasite kullanım oranı İmalat sanayi PMI endeksi İktisadi yönelim anketi-Reel sektör güven endeksi
Hizmetler	
İnşaat	Bina inşaatı maliyet endeksi İnşaat ciro ve üretim istatistikleri Yapı izin istatistikleri İnşaat güven endeksi
Gayrimenkul faaliyetleri	Konut satış istatistikleri
Perakende ve toptan ticaret	Perakende satış hacim endeksi Perakende güven endeksi Ticaret ve hizmet ciro endeksleri

İkinci temel yaklaşım verilerin ekonomik dalgalanma boyunca davranış şekillerini belirlemektir. Aşağıdaki çizim verilerin ekonomik dalgalanma boyunca nasıl hareket ettiği konusunda fikir verdiği gibi uygulanan politikalar konusunda da ipucu sunmaktadır.

⁶⁵ Y: GSYH; A: Tarım; I: Sanayi; S: Hizmetler sektörlerini gösteriyor.

Ekonomik Dalgalanma Evreleri ve Veriler⁶⁶

Gratik 1: Ekonomik Dalgalanma Evreleri



İYİLEŞME-ÇIKIŞ

Ortalamanın üzerinde bir hızla ekonomik aktivite artar.

GSYH, sanayi üretimi, imalat sanayi üretimi, kapasite kullanım oranı artar. İstihdam gecikmeli biçimde artar.

Krediler büyümeye başlar.

Para politikası gevşektir.

Karlılık artmaya başlar.

Stoklar düşüktür.

Toptan satışlar belirgin biçimde artar.

Siparişler yavaş da olsa gelmeye başlar.

Borsa endeksi hızla yükselir.

Devlet tahvil getirisi azalmaya başlar.

GENİŞLEME

Büyüme pozitif fakat görece ılımlıdır.

Ekonomik aktivite hız kazanmaya başlar.

Kredi büyümesi güçlüdür.

Karlılık sağlıklı biçimde artmaya devam eder.

Para politikası toparlanmaya başlar. Gevşek para politikasından nötr politikaya geçilir.

Stoklar artmaya başlar.

Satışlar hızlı artıyordu.

Fiyatlar yükselmeye başlar. Enflasyon baş gösterir.

Kapasite kullanımı maksimuma çıkar.

Cari açık artmaya başlar.

İthalat artmaya başlar.

Borsa endeksi yükselmeye devam eder.

Devlet tahvil getirisi en aza iner.

YAVAŞLAMA-İNİŞ

Isınmış ekonomi yavaşlamaya başlar, sonra da neredeyse durma noktasına gelir.

Enflasyon ortalamasının üzerindedir.

Para politikası sıkılaştırılır.

Kredi olanakları azalır.

Şirket karları düşer.

Satışlar düşer.

Stoklar yükselmeye başlar.

Kapasite kullanım oranı düşmeye başlar.

İthalat azalmaya başlar.

Borsa endeksinin artış hızı iyice yavaşlar.

Tahvil getirisi yükselmeye başlar.

⁶⁶ Lisa Emsbo-Mattingly, Dirk Harschire, "The Business Cycle Approach to Sector Investing", Fidelity Investment, Mayıs 2012, s.2. Verilerin borsaya yansımalarına ilişkin bir grafik ve tablo da Ek-1'de yer almaktadır.

Gayri Safi Yurtiçi Hasıla(GSYH)

GSYH, ekonomik faaliyetleri en kapsamlı biçimde ölçen veridir. Ülke sınırları içinde üretilen veya tüketilen bütün mal ve hizmetlerin piyasa fiyatlarının toplamını yansıtır. Her üç aylık dönem için ayrı ayrı hesaplanmakta, bunların toplamından da yıllık veriye ulaşılmaktadır. Veri temel olarak iki yolla hesaplanmaktadır; üretim ve harcama. Üretim yönünden hesaplamada bütün iktisadi faaliyet kollarındaki üretim toplanmaktadır.

Harcama yönünden hesaplamada ise ekonomide yer alan hane halkı, şirketler kesimi, kamu sektörünün harcamaları toplanmakta ve buna net ihracat (ihracat eksi ithalat) eklenmektedir. GSYH'nın ölçüm yılının fiyatlarıyla hesaplanması cari fiyatlarla GSYH'yı vermektedir. Ülke ekonomisinin gelişiminin izlenmesi (ne kadar büyüyoruz sorusunun cevabının aranması söz konusu olduğunda) fiyatların yıldan yıla değişmesi nedeniyle cari fiyatlarla hesaplanan yıllık GSYH verileri sağlıklı bir fikir verememektedir.

Büyümenin ölçülebilmesi için ülkede farklı zaman dilimlerinde üretilen mal ve hizmet miktarının karşılaştırılması gerekmektedir. Bu da GSYH'nın sabit fiyatlarla ölçülmesiyle mümkün olmaktadır. Sabit fiyatlarla ölçümde; baz yılı olarak seçilen yılın fiyatları esas alınmakta, ölçülen yılda üretilen mal ve hizmet miktarları baz yılı fiyatlarıyla çarpılmakta ve ortaya çıkan GSYH, baz yılı GSYH ile veya aynı şekilde ölçülen bir başka yılla karşılaştırılarak aradaki büyüme farkı bulunmaktadır.

Türkiye'de sabit fiyatlarla ölçülen GSYH için 1998 yılı baz alınmaktadır. Yani 1998 sonrasındaki her yıl için o yılda üretilen mal ve hizmetler fiyatlardan arındırılarak miktarları bulunmuş ve 1998 yılları fiyatlarıyla çarpılarak mukayese edilebilir hale getirilmiştir.

Sabit fiyatlarla ölçülen 2013 GSYH'sı içindeki en büyük pay yüzde 24,21 ile imalat sanayinin olmuştur. Bu sektörü yüzde 12,7 ile toptan ve perakende ticaret, yüzde 12,3 ile ulaştırma ve depolama sektörü takip etmektedir. Finans ve sigortacılık faaliyetinin payı da 2013 yılında yüzde 129 olarak gerçekleşmiştir. Cari fiyatlarla ölçülen imalat sanayinin toplam içindeki payının yüzde 15,1, finans ve sigortacılık faaliyetinin payının da yüzde 3,4 olduğu düşünüldüğünde, büyümeyi 1998 fiyatlarıyla ölçmenin ne kadar sağlıklı olduğu tartışmalı hale gelmektedir. Ölçümle ilgili sıkıntı harcamalar yoluyla hesaplamada da kendisini göstermektedir. Sabit fiyatlarla ölçümde hane halkı tüketimi ve devletin nihai tüketim harcamalarının toplam içindeki payları cari fiyatlarla yapılan ölçüme göre oldukça düşük kalmakta, yatırım harcamaları da olduğundan yüksek görünmektedir.

Ancak ölçüm zafiyeti bir yana, ilan edilen büyüme verilerinin 1998 fiyatlarıyla hesaplanan GSYH üzerinden yapıldığı unutulmamalıdır. Bu çerçevede eğer bir tahmin yapılacaksa bu hesaplama yönteminin ortaya çıkardığı anomaliyi dikkate almamız gerekir (anamoliyi ortaya koyan bir tablo ekte yer almaktadır).

Bu anomoli sadece geleceğe ilişkin tahmin yaparken değil, büyüme analiz ederken de ortaya çıkmaktadır; Uğur Gürses'in 11 Aralık 2013 günü Radikal'de yayınlanan yazısına bakalım. Gürses yazısının başlığını şöyle atmış; "Büyümenin üçte biri faiz lobisinden". Çünkü; "... üçüncü çeyrek büyümesinin en büyük katkısının mali aracılık sektöründen geldiği görülüyor. GSYH yüzde 4,4 büyürken bunun 1,3 puanı, büyük ağırlığı bankacılık olan mali kesimden, ... ya da "faiz lobisinden" gelmiş. İmalat sanayinden gelen 1,1 puanlık katkı ile beraber bakılırsa ekonomik büyümenin yarısı bu iki sektörden gelmiş görünüyor. "

Cari fiyatlarla toplam GSYH içindeki payı yüzde 3,4 olan mali kesim aracılık faaliyetlerinin sabit fiyatlarla payı yüzde 12,1'e çıkmaktadır. Böylece bu sektördeki üretimi artışı da GSYH'ya önemli katkı sağlamış. Gürses de bu durumu, biraz ironiyle "faiz lobisinin" ekonomiye katkısı olarak tanımlamış. Sanıyorum bu yazıdaki "katkı" kavramı dikkati çekmiştir. Sözü edilen katkı, alt sektörlerin bir önceki yıla göre ne kadar büyüdüğünü ve içinde bulunulan dönemde toplam büyüme ne kadar etkilediğini gösteren bir oran. Şöyle hesaplanıyor;

(Alt kalemin cari yıl verisi –Alt kalemin bir önceki yıl verisi) / Bir önceki yılın GSYH verisi * 100

Büyüme verisinde sektörlerin katkılarını ölçmek büyümenin kalitesini ve sürdürülebilirliğini ortaya koymak açısından son derece önemli. Ekonomik gelişmeleri veriler üzerinden izleyen gözlemcinin GSYH performansını analiz ederken mutlaka alt sektörlerin ne kadar büyüdüğünü ve toplam büyümeye ne kadar katkıda bulunduğunu bilmesi gerekir. Yoksa genel büyüme oranından yola çıkılarak yapılacak gelecek öngörüsünün yanılma payı yüksek olacaktır. Burada durup soralım; acaba mali aracılık sektörünün, imalat sanayinden daha fazla katkı yaptığı ve hatta bütün sektörler içinde en fazla katkıyı sağladığı bir ekonomik büyüme performansı ne kadar sürdürülebilir? Kuşkusuz GSYH verilerini analiz ederken kullanacağımız tek araç sektörel katkı rasyosu değildir. Birinci kısımda sözünü ettiğimiz GSYH'nın yapısal özelliklerinin de mutlaka verilerin analizinde göz önünde tutulması gerekmektedir. GSYH verileriyle ilgili değerlendirmeleri bitirmeden verinin yayınlama takvimine değinmek uygun olacaktır. Bu veri üç ayda bir yayınlanmaktadır ve yaklaşık üç ay gecikmelidir. Örneğin 2014 yılının ilk çeyreğine (Ocak-Mart dönemi) ilişkin veri Haziran ayı başında yayınlanmıştır. Bir sonraki verinin (Nisan-Haziran dönemi) yayınlanma ayı

ise Eylüldür. Yani yılın ilk sekiz ayında ekonominin bütününe ilişkin elimizdeki yegane veri ilk çeyrek verisidir. İlk çeyreğin yılın en zayıf ekonomik faaliyetine sahne olduğu göz önüne alındığında (ki kuşkusuz bu uzun dönemli eğilimdir ve her zaman böyle olmayabilir. Nitekim 2014 yılı da bu çerçevede bir istisnadır) içinde bulunduğumuz yılın bütününe ilişkin sağlıklı bir fikir edinmek için GSYH verisi ile yetinmemek, GSYH'nın dışında daha kısa dönemli ve fakat temsil kabiliyeti olan verileri de analize dahil etmek gerekmektedir.

Ek1: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (cari ve sabit fiyatlarla)**2013 Gayri Safi Yurtiçi Hasıla**

	Cari Fiyatlarla	1998Sabit Fiyatlarıyla
	Pay %	Pay %
Harcamalar Yoluyla		
Yerleşik Hanehalkının Tüketimi	70,9	67,1
Devletin Nihai Tüketim Harcamaları	15,1	10,9
Gayri Safi Sabit Sermaye Oluşumu	20,3	24,7
Stok Değişim	0,3	0,1
İhracat	25,7	26,2
İthalat	-32,3	-29,0

2013 Gayri Safi Yurtiçi Hasıla**(Alıcı fiyatlarıyla)**

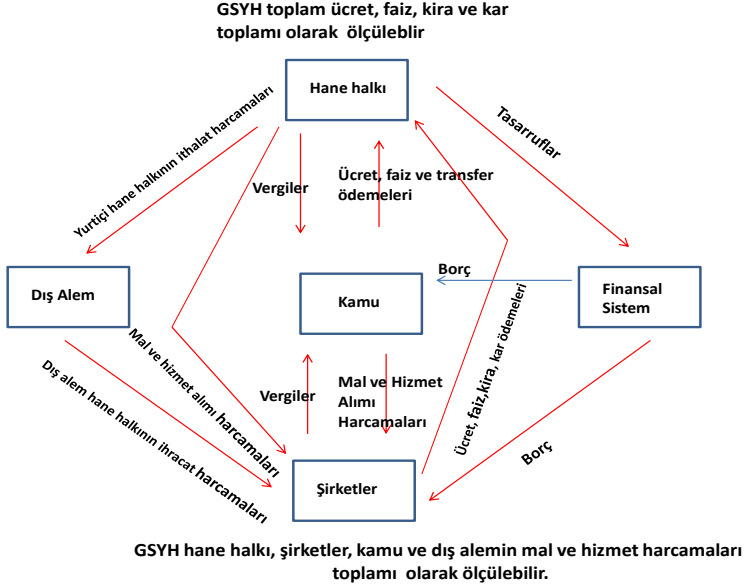
	Cari Fiyatlarla	1998Sabit Fiyatlarıyla
	Pay %	Pay %
İktisadi faaliyet kolları (NACE Rev 2)	100,0	100,0
Tarım, ormancılık ve balıkçılık	7,4	9,2
Madencilik ve Taşocakçılığı	1,4	0,7
İmalat Sanayi	15,3	24,1
Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı	1,8	1,8
Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri	0,7	0,4
İnşaat	4,4	5,9
Toptan ve perakende ticaret	12,0	12,7
Ulaştırma ve depolama	11,9	12,3
Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri	2,5	2,0
Bilgi ve iletişim	2,0	2,5

Finans ve sigorta faaliyetleri	3,4	12,7
Gayrimenkul faaliyetleri	9,9	4,6
Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler	3,1	2,4
İdari ve destek hizmet faaliyetleri	2,0	1,8
Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik	4,2	2,9
Eğitim	3,6	1,9
İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri	1,5	1,2
Kültür, sanat, eğlence, dinlence ve spor	0,2	0,2
Diğer hizmet faaliyetleri	1,1	0,9
Hanehalklarının işverenler olarak faaliyetleri	0,2	0,2
Sektörler Toplamı	88,6	100,4
Dolaylı ölçülen mali aracılık hizmetleri	1,6	8,9
Vergi-Sübvansiyon	13,0	8,5

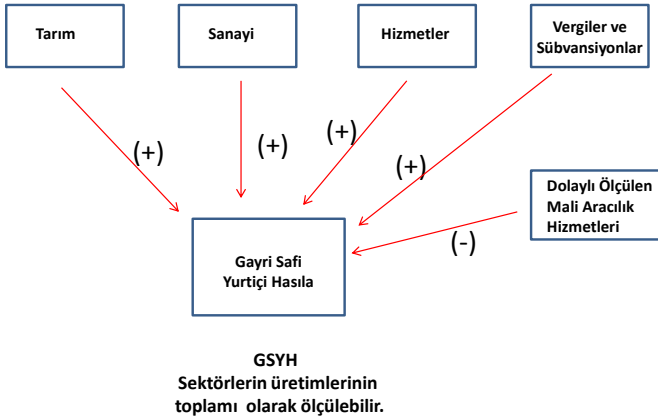
Kaynak: TÜİK

Ek: 2: GSYH hesaplamalarının şekillerle gösterilmesi

Şekil 1. GSYH'nın gelir ve harcama yöntemleriyle hesaplanması



Şekil 2. GSYH'nın üretim yoluyla hesaplanması



Sanayi Üretimi

Mart ayında gazetelerin ekonomi sayfalarını gözden geçirenler şu üç başlıkla karşılaştılar; “Sanayi üretimi harikalar yaratıyor”, “Sanayi 2014’e geçen yıldan iyi başladı”, “Sanayi üretimi arttı önceki aya göre düşüş var”⁶⁷.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun açıkladığı sanayi üretim endeksi köşe yazarları tarafından yorumlanıyordu. Birinci başlık, sanayi üretiminin son derece iyi olduğu ve ekonomide işlerin yolunda gittiği mesajını verirken, ikinci başlık veriyi bir yıl önceyle karşılaştırıyor ve iyimser bir yaklaşım sergiliyordu. Üçüncü yazı ise temkinliydi. Veri bir önceki yıla göre iyi, bir önceki aya göre kötüydü.

Üç yazarın aynı veriye bakarak farklı şeyler söylemesinin aslında şaşılacak yanı yok. Verinin objektif, yorumlamanınsa sübjektif olduğunu ve verinin neyi gösterdiğini bu sübjektifliğin belirlediğini söylemiştik. Burada ekonomi gözlemcisi olarak bizim yapmamız gereken yazarların hangi akıl yürütmeye bu sonuçlara ulaştığına bakmak ve kendimize dersler çıkarmak. Bu amaçla metin okuması yapmak üzere birinci yazıya odaklanıyoruz.

Yazı şöyle başlıyor neredeyse;

“İmalat sanayi üretimi bir önceki yılın aynı dönemine göre aralık ayında yüzde 7,2 arttıktan sonra Ocak ayında yüzde 7,6 arttı. Son üç ayda (Kasım-Aralık-Ocak) imalat sanayi üretim endeksindeki artış bir önceki yılın aynı üç ayına göre yüzde 6,8 artmış oldu. Üç aylık dönemler itibariyle baktığımızda, bu boyuttaki bir artış en son 2011 yılının son ayında gerçekleşmişti.” Yazarın neden “sanayi üretimi harikalar yaratıyor” başlığı attığını bu cümleler anlatıyor. Buradaki ifadeler yazarın karşılaştırmayı tek aylık veri üzerinden değil üç aylık veriler üzerinden yaptığını da gösteriyor. Bunun temel nedeni aylık verilerin dalgalanabiliyor olması. Üç aylık dönemler bu dalgalanmaları hafifletiyor.

Yazar sonraki paragraflarda bu artışın nereden kaynaklandığını irdeliyor. “Çeşitli öncü veriler iç talep artışında bir daralmaya işaret ediyor (Bu çeşitli öncü verilerin ne olduğunu belirtmiyor)... Son üç ayda (Kasım-Aralık-Ocak) TL’deki nominal değer kaybı bir önceki yılın aynı üç ayına göre yüzde 20’yi aştı. Maliyetler arttı. O halde sanayi üretimi neden bu boyutlarda artıyor?... İç talep eskisi kadar canlı değil (Yazar bu kanaate nereden vardığını da belirtmiyor), ama ihracat sanayi üretimini kurtarıyor diye düşünülebilir. Temel ihracatçı sektörler baktığımızda, üretim artışı ortalamaların çok altında...”Sonra, üretimin alt kalemlerine bakarak sorunun cevabını bulma denemesine girişiyor;

⁶⁷ Bu yazılar, 11 ve 12 Mart 2014 tarihinde Habertürk, Dünya ve Milliyet gazetelerinde yer aldı.

“Hatırı sayılı artış dayanıksız tüketim mallarında. Bu kalemdeki imalat ocak ayında yüzde 8 artış gösteriyor. (Yazının ilerleyen bölümünde yazar gıda ürünleri imalatında Ocak ayında gerçekleşen yüzde 14’ü aşan üretim artışı anlamlı görünüyor diyor)... Dayanıksız tüketim malları imalatındaki artışa en yakın artış gösteren diğer kalem yüzde 7,4 artan yatırım malları imalatı. İmalat sanayi üretimindeki bu boyuttaki artışın ihracata yönelik olmaktan çok iç piyasaya yönelik üretimdeki artıştan kaynaklandığı yönündeki izlenim daha güçlü.”

Yazar üretim artışının stokla ilgili olduğunu düşünüyor; “İmalat sanayi sektörü stoka çalışıyor gibi bir durum söz konusu. İthal malları fiyatlarının daha da artabileceği beklentisiyle görel olarak geçmişte daha düşük maliyetlerle elde edilen girdilerin kullanılmasıyla üretime hız verilmiş olabilir”.

Arkasından da bir tahminde bulunuyor;
“ Özellikle Mart ayından sonra imalat sanayi üretiminde sert düşüşler yaşanması çok şaşırtıcı olmaz”

Yazıdaki akıl yürütmeyi özetlersek, Yazar;

1. Aylık ve üç aylık verilerle değerlendirildiğinde verilerin olağan üstü bir üretim artışına işaret ettiğini tespit ediyor.
2. Ancak iç taleple ilgili açıklamadığı öncü verilerin daralmayı işaret ettiğini vurgulayarak, dış talebin bu üretim artışını körükleyebileceği ihtimali üzerinde duruyor.
3. İhraç konusu olabilecek sektörlerin üretime bakarak, dış talebin de üretim artışını açıklayamadığını ileri sürüyor.
4. Sonra döviz kurlarının çok arttığından yola çıkarak üreticinin düşen iç talebe rağmen ileride satılabileceğini düşündüğü malları üretmeye devam ettiğini ve bunu da stoklara aldığını ileri sürüyor.
5. Bu görüşünü savunmak için de dayanıksız tüketim mallarındaki üretim artışını ve özellikle gıda sektöründeki artışı örnek veriyor.
6. Yatırım malları üretiminin de önceki döneme göre yüksek oranda arttığını vurgulasa da dayanıksız tüketim mallarındaki ve özellikle gıda sektöründeki üretim artışının “stok”a çalışma fikrini desteklediğini vurguluyor.
7. Sonra da yaptığı çıkarımın doğruluğunu kanıtlamak için bir “challenge” yapıyor ve geleceğe ilişkin bir öngörüde bulunuyor.
8. Yazı imalat sanayi üretiminin “harika” olduğuyla başlayıp geleceğe ilişkin olumlu mesaj vermişken, “stok”a çalışan bir ekonomi tasviriyle bitiyor.

Tek bir veriden yola çıkarak geleceğe ilişkin bir tahmin yapmak gerçekten bilgece bir yaklaşım. Ancak, doğrusu bu, herkesin yapabileceği bir şey değil. Genelde, mevcut durumu tam kavramamışken yazarımızın yaptığı gibi tek bir değişkenden yola çıkarak geleceğe ilişkin bir tahminde bulunmak gerçekten zor bir iş. Özelde de, sanayi üretimi gibi iki ay gecikmeyle

yayınlanan bir veriyi alıp güncelle ilişkin çıkarımlarda bulunmak ve sonra da bu çıkarımlardan geleceğe yönelik bir tahmin yapmak kolay değil. Ben, geleceği tahmin etmek yerine geleceğe ilişkin muhtemel senaryoları ortaya koymanın daha sağlıklı bir yol olduğunu düşünüyorum. Özellikle de mevcut durum belirsizken.

Doğrusu yazarımızın sözünü ettiği veriler kullanılarak birkaç senaryo çizilebilir.

1. İmalat sanayi üretimi bir yıl öncesine göre çok artmış. Aylık ve üç aylık veriler bunu kanıtıyor.
Mevcut durumla ilgili ilk senaryo;
Üretim artıyorsa talep de artıyordur. Yani üretim talebe cevap veriyordur. Bu durumda ekonomik dalgalanmanın çıkış evresinde olabiliriz.

2. Ancak yazarımız bunun böyle olmadığını söylüyor. Öncü veriler iç talep artışının daraldığını söylüyormuş.
Öyleyse talep daralmaya başlamış ve üretici bunu fark etmiyor da üretime devam ediyorsa, ekonomik dalgalanmanın zirvesinden aşağıya dönmek üzere olabiliriz.

3. Bunu nasıl bilebiliriz? Yazarımız dayanıksız tüketim malları üretiminin ve özellikle de gıda üretiminin oldukça yüksek oranda arttığını belirtiyor.

Ancak biz, dayanıksız tüketim mallarının ekonomik dalgalanmadan çok az etkilendiğini biliyoruz. Dalgalanmanın hangi aşamasında bulunduğumuz konusunda bir fikir yürütmeye başlamak için en azından dayanıklı tüketim malları üretimi konusunda fikrimiz olmalıydı. Bu noktada, ekonomik durum konusunda yorum yapmak güç görünüyor.

4. Yatırım malları üretiminin artmış olması ekonomik durum konusunda ipucu vermez mi?

Ekonomik dalgalanma yaklaşımında yatırım değişkeni gecikmeli bir değişken. Yani ekonomik dalgalanmanın çıkış aşamasının son evresinde yatırım talebi artmış olabilir ve yatırım malları üretimi o nedenle artmış olabilir. Ancak yine de ekonomik durumla ilgili elimizde yeterince bilgi yok. Tamamlayıcı olabilecek dayanıklı tüketim malları üretimine ilişkin bir veriden bahsedilmiyor.

5. Yazarımız önümüzdeki dönemde “stok”ların artabileceğini söylüyor. Üreticinin döviz kurlarındaki artışı gördüğünü, kurların artmaya devam edeceğini bekleyeceğini, artan maliyetlerden kaçınmak için de “stok” için üretime devam edeceğini savunuyor. “Stok” üretim bir anlamda tercih olarak sunuluyor.

Ekonomik dalgalanma yaklaşımında “stok” düşen talep ortamında değil artan talep ortamında bir tercihtir. Ekonominin çıkış aşamasında talep hızla artıyordu ve üretici artan siparişleri karşılayabilmek için stoklarını artırır.

6. Bu veriler ışığında mevcut durumu tam kestiremiyoruz. Yani ekonomik dalgalanmanın hangi aşamasında olduğumuzu tespit etmek güç.

Eğer ekonomik dalgalanmanın inişi başlamışsa, dalgalanmanın özelliğinden hareketle bu durumun bir süre devam etmesi beklenir. Yani daralma başlamışsa bu daha sürecek demektir. Talep daralacak ve üretim giderek daha da kısılacaktır. Talebin üretimden daha hızlı azaldığı evrede üreticinin elinde istemsiz bir şekilde stok şişecektir.

7. Yazarımızın dediği gibi talep düşüyorsa ve stok artışı bekleniyorsa önümüzdeki gelecek senaryolarından biri budur. Ancak gerçekleşmesi en muhtemel senaryo olumsuz senaryoysa, yazının başlığı “harikalar yaratıyor” olmamalıydı. Yazarımızın yaklaşımının geliştirdiğimiz ekonomik dalgalanma yaklaşımıyla örtüşmediği çok açık.

8. Öyleyse?

Farklı yaklaşım ve gerekçelerle aynı sonuca ulaşıyorsak bu ne anlama gelir?

Cevap basit; sonucu doğru bilmek her zaman doğru analiz yaptığımız anlamına gelmiyor. Sonuç doğru olsa bile haklı olmayabiliriz.

Geleceği doğru biçimde tahmin etmek doğru bir analiz yöntemi benimsemekle başlıyor. Ve tek veriden yola çıkmak, doğru bir yöntem değil. Çoklu düşünmeye alışmak gerek.

TÜİK, sanayi üretim endeksinin hesaplanma amacını, ekonomide meydana gelen gelişmelerin ve uygulanan ekonomik politikaların kısa dönemde, olumlu veya olumsuz etkilerinin ölçülebilmesi olarak veriyor. Sanayi üretimi üç sektörün bileşiminden oluşuyor; madencilik ve taş ocakçılığı (yüzde 6,05), imalat sanayi (yüzde 81,51) ve elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı (yüzde 12,44).

İmalat sanayi üretiminde en yüksek payın yüzde 11,72 ile gıda ürünlerinin imalatının alması dikkat çekici. İçecek ve tütün sektörüyle birlikte bu sektörün imalat sanayi toplamı içindeki payı yüzde 14,11'e yükseliyor. Bu da bütün sanayi üretimi içinde gıda, içecek ve tüketim sektörünün payını yüzde 11,53'e çıkarıyor (neredeyse enerji sektörünün payına eşit). Hane halkı tüketiminin yüzde 30'una karşılık gelen sektörün toplam sanayi içinde de hatırı sayılır bir ağırlığı bulunmaktadır.

TÜİK'in kullandığı NACE Rev.2, sanayi sektörünü ana sanayi mal gruplarına göre ara malı (yüzde 37,99), dayanıklı tüketim (yüzde 4,97), dayanıksız tüketim (yüzde 23,91), enerji (yüzde 16,66) ve sermaye malı (yüzde 16,46) olarak beş gruba ayırmaktadır. Bu ayırım içinde dayanıksız tüketim malları en yüksek paya sahip olmakla birlikte ekonomik dalgalanma boyunca çok fazla dalgalanmamaktadır.

Bu gruplar ekonomik dalgalanma açısından değerlendirildiğinde, sanayi üretiminin yüzde 23,91'inin dalgalanmadan çok az etkilendiğini söylemek mümkündür. Ara malı üretimi ile enerji üretiminin dalgalanmayla aynı yönde ve eş anlı hareket ettiğini de söyleyebiliriz. Sermaye malları ise gecikmeli ve aynı yönde dalgalanan sektörlerden oluşmaktadır. Dalgalanma boyutunun toplam ekonomik dalgalanmadan yüksek olması olasıdır. Dayanıklı tüketim malları sektörü ise ekonomik dalgalanmanın en fazla yansıdığı sektör olma özelliğini taşımaktadır.

İmalat sanayi sektörlerini dalgalanan ve dalgalanmayan sektörler olarak tasnif etmek gerekirse;

- Gıda ürünlerinin imalatı
- İçeceklerin imalatı
- Tütün ürünleri imalatı
- Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı
- Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması
- Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı
- Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı
- Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı
- Kauçuk ve plastik ürünleri imalatı

sektörlerinin dalgalanmadan fazla etkilenmediğini,

- Tekstil ürünleri imalatı
- Giyim eşyaları imalatı
- Ana metal sanayi
- Fabrikasyon metal ürünleri imalatı
- Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı
- Elektrikli teçhizat imalatı
- Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı
- Motorlu kara taşıtı imalatı
- Mobilya imalatı

sektörlerinin ise dalgalanmadığını ve toplam imalat sanayinin yüzde 50'sinden fazla bir bölümünün oluşturduğunu görüyoruz. Sanayi üretiminin 1998 fiyatlarıyla hesaplanan GSYH içindeki payının yüzde 25 olduğu ve üç aylık dönemler halinde bakıldığında GSYH ile uyumlu hareket ettiği görülmektedir. İmalat sanayi ise sanayi üretiminin yüzde 80'inden fazlasını oluşturmakta ve bu kesimin yarısından fazlasını oluşturan sektörler ekonomik

dalgalanmayla uyumlu biçimde dalgalanmaktadır. Bu nedenle sanayi üretiminin tamamını izlemek yerine imalat sanayinin izlenmesi de ekonomik gelişmeleri kavramak açısından yanlış bir yol olmayacaktır.

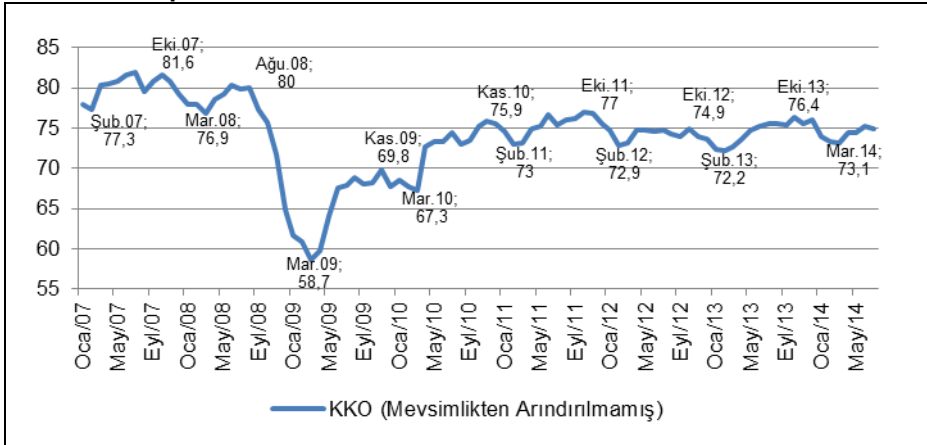
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı

İmalat sanayi kapasite kullanım oranı Merkez Bankası tarafından her ayın sonuna doğru yalın halde ve mevsimlik etkilerden arındırılmış olarak açıklanmaktadır. Bankanın yayımladığı bültenlerde, hem imalat sanayi alt gruplarına ilişkin kapasite kullanım oranlarını, hem de endeksin mal grupları düzeyinde verilerini görmek mümkündür. Mal gruplarının alt grupları dayanıklı tüketim malları, dayanıksız tüketim malları, toplam tüketim malları, gıda ve içecekler, ara malları ve yatırım mallarından oluşmaktadır.

İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, tıpkı üretim verilerinde olduğu gibi, genellikle sanayi üretiminin ve GSYH'nın öncü göstergesi gibi düşünülmektedir. Kapasite kullanım oranının yükselmesi üretim artışına, düşmesi de üretim azalmasına işaret etmektedir. İmalat sanayi verilerini okumak ve üretimle ilişkisini kurmak genel olarak güç olmakla birlikte, uzun dönemli eğilimler bu noktada bize bazı ipuçları vermektedir.

Aşağıdaki çizim endeksin başlangıç yılı olan 2007 Ocak ayından başlayarak 2014 Haziran'ına kadar endeksin mevsimlikten arındırılmamış değerlerini vermektedir.

Grafik 1: Kapasite Kullanım Oranı



Çizimde ilk dikkati çeken şey 2010 yılından önceki yüksek kapasite kullanım oranlarıdır. 2008 Ağustos öncesinde yüzde 75 seviyesinin üzerinde seyrederek ve yüzde 80'i aşan oranlarda kapasite kullanımını görülürken, 2010 sonrasında endeksin en yüksek seviyesi yüzde 77 olmuştur. İki dönem

arasındaki kapasite kullanım oranı arasındaki fark üretim düzeyi arasındaki farka mı işaret etmektedir?

Ercan Kumcu 28 Eylül 2010 tarihindeki yazısında⁶⁸ bunun böyle olmadığını söylüyor.

“İmalat sanayinde kapasite kullanım oranı küresel krizle beraber oldukça düştü. Son aylarda toparlanma eğilimine girdi. Veriler incelendiğinde, imalat sanayinin birçok alt sektöründe kapasite kullanım oranlarının düşmesine rağmen üretimde artışlar gözleniyor. Bu gözlem geçmişte yüzde 80’i aşan kapasite kullanım oranlarına erişebilmek için üretimin bugünkü düzeyinin oldukça üzerinde olması gerektiği izlenimini veriyor.

Tanımı gereği, kapasite kullanım oranı, kullanılan kapasitenin toplam yaratılmış kapasiteye bölümü ile bulunuyor. Toplam yaratılmış kapasitenin değişmediği varsayımı altında, üretimin düşmesi doğal olarak kullanılan kapasitenin de düşmesini ve dolayısıyla kapasite kullanım oranının düşmesini gerektiriyor. Ama, iki dönem arasında, üretim arttığı halde, yaratılan toplam kapasitenin kullanılan kapasiteden daha hızlı artması durumunda, kapasite kullanım oranı düşebilir. 2007 ile 2010 arasında böyle bir olgunun yaşandığı izlenimi var.”

Çizimin bize sunduğu ikinci ipucu, kapasite kullanım oranının Şubat aylarında dibe vurduğu, Ekim aylarında da zirve yaptığı şeklindedir. Yıllık büyüme oranı ne olursa olsun bu mevsimlik hareket değişmemektedir. Çizim, özellikle 2010 yılından sonra büyümenin yüksek olduğu dönemde kapasite kullanım oranının yüzde 75’in üzerine çıktığını göstermektedir. 2011 yılında kapasite kullanım oranı 7 ay boyunca yüzde 75’in üzerinde seyrederken, 2012 yılında hiç bu seviyeye ulaşamamıştır. 2013 yılının ikinci yarısında ise kullanım sürekli olarak yüzde 75’in üzerindedir. 2014 yılında sadece Haziran ayında yüzde 75’i geçen endeks, Temmuz ayında da yüzde 74,9’da kalmıştır.

Kapasite kullanım oranı ve büyüme arasında ilişki kuracaksa baz yılına dikkat etmemiz gerekiyor. Kapasite kullanım oranının uzun dönemli ortalaması yüzde 75’dir. Bu oranın normal şartlarda uzun dönemli büyüme oranı olan yüzde 4’e karşılık gelmesi beklenir. Ancak büyüme oranları bir önceki yıla göre belirlendiğinde yüksek büyüme (ve kapasite kullanım oranı) olan yılları takip eden yıllarda ortalama kapasite oranı yüzde 75 civarında olsa bile büyüme düşük gelebilmektedir.

Güven Endeksleri

Türkiye ekonomisiyle ilgili üç güven endeksi yayınlanmaktadır. Bu endekslerle reel kesimin, hizmetler kesiminin ve tüketicinin ekonomik gidişat

⁶⁸ Ercan Kumcu, “Üretim ve Kapasite Kullanımı”, Habertürk Gazetesi, 28 Eylül 2010.

konusundaki beklentileri ve düşünceleri belirlenmeye çalışılmaktadır. Endeksler anket yoluyla derlenmekte ve her ayın sonuna doğru ilgili kesimlerin o ay içindeki görüşlerini yansıtacak şekilde kamuoyu ile paylaşılmaktadır.

Sektörel Güven Endeksi

İlk yayınlanan endeks TÜİK tarafından hazırlanan sektörel güven endeksidir. Endeksin sektörel kapsamı içinde inşaat, perakende ticaret ve diğer hizmetler sektörleri yer almaktadır. İnşaat sektörü GSYH içinde yüzde 4,4'lük pay alırken perakende ticaret sektörü (toptan ticaret sektörü dahil) yüzde 12,5 pay almaktadır. Hizmetler sektörünün kalan bölümünün GSYH içindeki toplam payının ise yüzde 43,8 olduğu dikkate alındığında sektörel güven endeksinin ekonominin büyük bir bölümünün görüşlerini yansıtmaya çalıştığı anlaşılmaktadır.

Perakende ticaret sektörü güven endeksini tüketici davranışıyla ilişkilendirmek mümkündür. Güven endeksinin sorularına detaylı bakıldığında iş hacmi satışları (son 3 aylık dönemde) sorusunun tüketicinin perakende ticaret kanalı üzerinden satın alma davranışını ölçtüğü ileri sürülebilir. Toplam çalışan sayısı, satış fiyatları beklentisi ve sabit sermaye yatırım beklentisi soruları dışındaki soruların sektörün canlılığını ölçtüğünü ve dolaylı olarak tüketim davranışını yansıttığı söylenebilir.

İnşaat sektörü güven endeksi soruları içinde yer alan inşaat faaliyetleri, alınan siparişlerin mevcut düzeyi soruları sektörde üretim yanıyla ilişkilendirilirken, satış fiyatları beklentisi sorusunu fiyat gelişmelerinin öncü göstergesi olarak düşünmek mümkündür. İnşaat güven endeksi aylık yayınlanan konut fiyat endeksleriyle birlikte okumak sektördeki gelişmeleri anlamak açısından daha aydınlatıcıdır.

Reel Kesim Güven Endeksi

Kamuoyuna ikinci olarak duyurulan güven endeksi, Merkez Bankası'nın kendi yaptığı İktisadi Yönelim Anketi sorularından türettiği Reel Kesim Güven Endeksidir. Bu endeks esas itibariyle imalat sanayinde faaliyet gösteren şirketlerin içinde buldukları ekonomik ortamla ilgili görüşlerini yansıtmaktadır. Fatih Özatay, bu endekslerin reel kesim yatırımları için bir öncü gösterge olduğunu düşünmektedir⁶⁹. Ancak güven endeksi sorularına bakıldığında Özatay'ın yıllık değişimlerle reel kesim güven endeksi ve özel tüketim harcamaları arasında kurduğu ilişkinin ne kadar geçerli olduğu konusu kuşkuludur. Güven endeksi içinde sabit sermaye yatırım harcaması sorusu zaten yer almaktadır. Özel yatırımla ilişkilendirilmesi beklenen esas

⁶⁹ Özatay'ın bir çok yazısında savunduğu bu yaklaşıma bir örnek olarak, Radikal gazetesinin 25.7.2013 tarihli nüshasında yayınlanan "Ekonomiye duyulan güven artıyor mu azalıyor mu?" yazısına bakılabilir.

soru da budur. Endeks üç gelecek beklentisi sorusu içermektedir. Bunlardan ikisi gelecek üretimle ilişkilendirilebilecek niteliktedir. Sabit sermaye sorusu daha uzun dönemli bir beklentiyi yansıtırken, ekonominin genel durumuyla ilgili de “genel gidişat” sorusu endekste yer almaktadır.

Reel kesim güven endeksinin, sektörel güven endekslerinden metodolojik anlamda ayrıştığı nokta; üretimde mevcut durum sorusunun sorulmuyor olmasıdır. Belki bu eksikliği aynı gün yayınlanan kapasite kullanım oranıyla gidermek gerekir. İktisadi yönelim anketinin” son üç aydaki üretim hacminiz” sorusu da üretim açısından niteliksel bir düzey belirleme özelliği taşımaktadır.

Reel kesim güven endeksi yine de toplam sipariş miktarı ve mamul mal stok miktarı ile üretim açısından öncü gösterge sayılabilecek nitelikte sorular içermektedir. Yine sabit sermaye harcaması sorusu sektörün üretim düzeyinin nasıl algılandığını ve gelecekle ilgili beklentisini yansıtmaya açısından önemli görünmektedir.

Tüketici Güven Endeksi

Güven endeksleri içinde en son yayınlanan veri tüketici güven endeksidir. Tüketicinin ekonomik işleyiş ile ilgili düşüncelerini yansıttığı düşünülen endeksin tüketim harcamaları açısından da açıklayıcı bir gösterge olduğu varsayılır. Ancak araştırmalar tüketici güven endeksi ile tüketim harcamaları arasında bir ilişki olduğunu gösterse de endeksin harcamalarla ilgili doğrudan bir gösterge olduğu konusunda yeterince ipucu ortaya koyamamaktadır. Buna rağmen endeksin tüketici davranışına ışık tuttuğunu söylemek yanıltıcı olmaz.

Endeks 18 sorudan oluşmaktadır. Bu soruların ikisi tüketicinin/hane halkının genel ekonomik durumla ilgili görüşlerini öğrenmeye yöneliktir. Birinci soruda mevcut durum 12 aylık geçmiş dönemle kıyaslanmakta, ikinci soruda sonraki 12 aylık dönemle ilgili beklenti sorgulanmaktadır.

Tüketici güven endeksinde sorgular, reel kesim güven endeksi ve sektörel güven endekslerine göre daha uzun vadeli. Tüketicinin güveni 12 aylık dönemi kapsayan sorularla⁷⁰, sektörlerin güveni ise üçer aylık dönemleri kapsayan sorularla ölçülmektedir. Bu bir anlamda tüketicinin, girişimciden daha uzun vadeli düşünme eğiliminde olduğunun zımnen ifade edilmesidir ki bu görüşün pratik gerçeği yansıttığını söylemek gerçekçi değildir.

Endeksin üç sorusu kişinin mevcut geçmiş ve gelecek maddi durumuyla ilgilidir. İki soru tüketicinin/hane halkının istihdam durumuyla ilgilidir. Birinci

⁷⁰ Yarı dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama yapma düşüncesi sorusu ile tüketimin finansmanı amacıyla kaynak kullanma ihtimali soruları üçer aylık dönemi kapsamaktadır.

soru hane halkının işsiz kalıp kalmayacağı beklentisini ölçerken, ikinci soru üretimin artıp artmayacağı beklentisini sorgulamaktadır. Aslında iki soru da maddi durum sorularıyla yakından ilgilidir.

Bir soru hanenin tasarruf etme ilişkisini sorgularken diğer bir soru tüketim için borç kullanma ilişkisini araştırmaktadır. İki soru, hane halkının tüketici fiyatlarındaki değişmeyle ilgili düşünce beklentisiyle ilgilidir. Bir soruyla geçen 12 aylık dönemdeki fiyat hareketini, diğer bir soruyla da gelecek 12 aydaki fiyat hareketleriyle ilgili görüşleri öğrenilmek istenmektedir.

Endekste beş soru hane halkının tüketim kalıbı ve tüketim davranışıyla ilgilidir. Bir soru yarı dayanıklı tüketim mallarıyla ilgiliyken, iki soru dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcama eğilimiyle ilişkilidir. Bu sorularla hane halkının otomobil satın alma ihtimali ve konut tamirine para harcama eğilimi sorgulanmaktadır.

Endeks hane halkının yatırım eğilimini de konut satın alma veya inşa ettirme ihtimaliyle sorgulamaktadır. Endeks soruları kapsamında, yarı dayanıklı ve dayanıklı tüketim malları harcaması, ekonomik konjonktürü izlemek açısından önemli sorular olarak görülebilir. Nitekim Türkiye ile ilgili bazı araştırmalar, tüketici güven endeksinin tüketicinin dayanıklı mallar harcaması açısından bir gösterge olarak kullanılabileceğini göstermiştir. Konut satın alma veya inşa ettirme sorusu, konutla ilgili verilerle birlikte değerlendirilebilirse sektördeki ve ekonominin bütünündeki gelişmeleri açıklamak bakımından katkı sağlayabilir.

Konut

Ekonomik faaliyetler açısından son derece önemli bir sektör konut sektörü. Konut harcamalarının bireysel yatırım olarak kabul edildiğine daha önce değinmiştik. Konut, inşaat safhasında girdi olarak kullandığı malzemeleri üreten sektörleri etkilemektedir. Konut tefrişatı için yapılan harcamalar da başta beyaz eşya, mobilya ve tekstil sektörü gibi sektörlerin üretimini tetiklemektedir.

Türkiye’de kamu yönetimi konut sektörünü birden fazla veriyle izlemektedir. Bu verilerin ikisi üçer aylık dönemler halinde yayınlanmakta bir tanesi de aylık olarak kamuoyuna duyurulmaktadır.

İnşaat Ciro ve Üretim Endeksi

Konut üretimi eli ilgili gelişmeler üçer aylık dönemlerle izlenmektedir. İnşaat ciro ve üretim endeksleri başlığı altında yayımlanan veriler inşaat faaliyetlerini bina, bina dışı yapıların inşaatı ve özel inşaat faaliyetleri olarak üçe ayırmaktadır. Bina dışı başlığı konut ve konut dışı binaları kapsamakta ancak bu veri üzerinden konut inşaatlarını izlemek mümkün olmamaktadır.

Yapı İzin İstatistikleri

Konut üretimiyle ilgili gelişmeleri izlemek için yine üç ayda bir yayınlanan yapı izin istatistiklerine de bakmak gerekiyor. Bu istatistik binaları yedi kategoriye ayırmaktadır. İlk üç kategori ikamet amaçlı binalardır. Bir dairesel, iki ve daha fazla dairesel ve halka açık ikamet yerleri olarak tasnif edilmiştir. Sonraki kategorileri, otel ve lokantalar; ofis (işyeri) binaları; toptan ve perakende ticaret binaları; trafik ve iletişim binaları; sanayi binaları ve depolar, kamu eğlence; eğitim; hastane veya bakım kuruluşları binaları; ikamet amaçlı binalar dışındaki diğer binalar oluşturmaktadır.

Yapı izin istatistikler iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm inşaat yapma izni sayılan yapı ruhsatı, ikinci bölüm ise inşaat bittikten sonra kullanım için verilen yapı kullanım izin belgesine tabi binalardır. Bu çerçevede yapı ruhsatları bina üretimi için öncü gösterge olarak kabul edilebilir. Alaattin Aktaş, yapı ruhsatı verilen inşaatların sürelerinin 1,5 yıl olduğunu iler sürmekte ve ruhsatlarla izin belgeler; arasında çapraz bir bağlantı olduğunu, 2009'dan sonra bunun çok belirginleştiğini iddia etmektedir⁷¹. Ruhsatlarla kullanım arasındaki fark elde bulunan yapı stoku olarak kabul edilmektedir.

Yapı ruhsatları ve izin belgelerine bakarak konut talebiyle ilgili nasıl bir yorum yapılabilir? Bu soruyu arz yönünden yanıtlamak istersek, yapı ruhsatı ve kullanım izin belgelerine bakmak mümkün. İki arasındaki fark, eldeki talebi henüz oluşmamış konut arzı olarak kabul edilebilir. Kamuoyunda bu fark konut stoku olarak da tanımlanmaktadır. Aynı soru talep açısından yanıtlanmak istenirse gözler satılan konut verilerine çevrilmelidir.

Konut Satış İstatistikleri

TÜİK'in yayınladığı konut satışları istatistikleri bizim için yol gösterici olacaktır. TÜİK aylık olarak konut satışlarına ilişkin verileri yayınlamaktadır. Bu veriler il bazında ve Türkiye genelindeki satışları kapsadığı gibi, yeni konut satışlarını ve ikinci el konut satışlarını da içermektedir. TÜİK ayrıca ipotekli satış verilerini de ilk el ve ikinci el konut satışları olarak vermektedir. Haziran 2014'te yayınlanan bültendeki veriler 2013 yılının ilk altı ayında Türkiye'de 568.985 konut satıldığını bunun yüzde 55,6'sının ikinci el konutlardan oluştuğunu göstermektedir. 2014 yılının ilk altı ayında ise ikinci el konut satışları toplam satışların yüzde 53,9'unu oluşturmuştur. Bu veriden hareket edersek, yapı kullanım izin belgesine bağlanan konut arzının toplam konut talebinin yarısını teşkil ettiğini söylemek mümkündür. Yani inşaat ruhsatı ile yapı kullanım izni her ne kadar kaba bir arz-talep dengesini gösterse de esas arz talep dengesini ortaya koyan veri izin ile satış verileri arasındaki farktır.

⁷¹ Alaattin Aktaş, "Konut arzı çığ gibi ya talep?", Dünya gazetesi, 27 Ağustos 2013.

2014 Ocak-Haziran verilerine göre konut satışlarının yüzde 20,3'ü İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. Onu, Ankara yüzde 8,5 ve İzmir yüzde 6,2 ile takip etmektedir. Bu üç ilin toplam satışlar içindeki payı yüzde 35,0'dır. Bu üç il, ipotekli satışlardan da yüzde 43,5 pay almaktadır. İpotekli konut satışları 2014 Ocak-Haziran döneminde toplamın yüzde 31,6'sını oluştururken 2013'ün aynı döneminde bu oran yüzde 43,1 olarak gerçekleşmiştir. 2013'ün ilk altı ayında yeni konutların yüzde 41,8'i, ikinci el konutların yüzde 44,2'si ipotekli satışlara konu olurken, 2014 yılında bu oranlar sırasıyla yüzde 30,4 ve yüzde 32,6'ya gerilemiştir. Bu veriler ipotek faizlerinin uygun olduğu dönemlerde satışların yüzde 44'ünün kredi ile yapıldığını ancak faizlerin uygun olmadığı zamanlarda ipoteksiz talebin de devam edebildiğini göstermektedir. İpotekli ve ipoteksiz satışlar karşılaştırıldığında, ipoteksiz konut satışlarının hem Türkiye genelinde hem de üç büyük ilde canlı kalmaya devam ettiği görülmektedir.

Konut Fiyat İstatistikleri

Satışların fiyatlara nasıl yansıdığını görmek için MB'nın yayınladığı Türkiye konut fiyat endeksine bakmak gerekmektedir. Banka bu endekste konut piyasasındaki fiyat hareketlerini hem Türkiye hem de AB Bölgesel kriterlerine göre vermektedir. Banka, yeni konutlar için de fiyat endeksini ayrıca vermektedir.

Mayıs ayı verilerine göre Türkiye konut fiyat endeksi Türkiye genelinde yüzde 13,6 oranında artmıştır. Yeni konut fiyatları ise aynı dönemde yüzde 12,9 oranında artış göstermiştir. İstanbul'da konut fiyatları yüzde 20,5 oranında artarken, Ankara'da fiyatlar yüzde 10,6, İzmir'de de yüzde 12,4 oranında artmıştır. TÜFE'nin aynı dönemde 9,7 arttığı göz önüne alındığında konut fiyatlarının hem Türkiye genelinde hem de üç büyük ilde reel olarak arttığı anlaşılmaktadır. İstanbul'daki fiyat artışı reel olarak kabaca yüzde 10'ün üzerindedir. İpotekli satışlar yüzde 32 oranında düşmüş ve ipoteksiz satışlar sadece yüzde 6 oranında artmış olmasına rağmen konut fiyatlarının reel olarak yüzde 10 yükselmesi oldukça dikkat çekici görünmektedir.

Konut fiyatlarının artışları 2008 finansal krizinden sonra bütün piyasa gözlemcilerinin dikkatini üzerinde toplamıştır. Konut fiyatlarının yükselmesinin ekonomik sonuçları üzerinde durmak gerekirse iki temel etkiden söz edilebilir. Birinci etki, artan fiyatların konut yatırımını giderek daha cazip bir alan haline getirmesidir. İkinci etki, gayrimenkul fiyatlarının artışının firmaların (ve/veya şahısların) kredi alma kapasitesini yükseltiyor olmasıdır.

Konut fiyatlarının ekonomik konjonktürü kestirmek konusunda önemli ipuçları vermesi beklenir. Fiyatların Türkiye geneli yerine İstanbul-Ankara-İzmir bazında izlenmesi muhtemelen bu ipuçlarını güçlendirecektir. Konut arzı ve talebini izlerken tamamlayıcılık ve kritik unsur olarak fiyat

gelişmelerinin izlenmesi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Konut piyasasının yalnızca ruhsatlar ve izin belgeleri üzerinden izlenmesi ve satış miktarları ile fiyatların ihmal edilmesi bir eksikliklerdir. Bu eksiklik nedeniyle konut piyasasıyla ilgili uzun zamandır olumsuz tahmin yapanların aradan iki yıl geçtikten sonra 2014 Ağustosunda hala yanıılmış olmalarına şaşmamak gerekir.

“Hemen herkes dikkat çekmeye, konut balonunun çok fazla şişmekte olduğunu vurgulamaya çalışıyor. “Aman dikkat, balon fazla şişti, her an patlayabilir” uyarısı yapılıyor. Aslında balon patlamasa da bir yerlerinden kaçak vermiyor da değil. Ama her geçen gün daha fazla şişirildiği için sıkıntının gelecekte daha da büyümesinden endişe ediliyor”⁷².

Perakende Ticaret

Perakende ticaret sektörünün gelişimini ölçmesinin yanı sıra tüketici güveninin ve hane halkı talebinin de göstergesi olarak kabul edilen, bu nedenle ekonomik durumu gözlemlemek adına en önemli göstergelerden birisi⁷³ olarak değerlendirilen Perakende Satış Hacmi Endeksi ekonomi yazarlarının çok fazla önemsemediği bir veri olma özelliğini korumaktadır.

Her ayın ilk yarısında yayınlanan endeks iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda perakende satış hacmi endeksi yer almaktadır. Satış hacmi 2010 sabit fiyatlarıyla takvim etkisinden arındırılmış, takvim ve mevsimlik etkilerden arındırılmış ve yalın olarak üç türlü yayınlanmaktadır. İkinci kısım ise ciro endeksidir. Cari fiyatlarla KDV hariç olarak sunulmaktadır. Bu endeks de takvim etkisinden arındırılmış, takvim ve mevsimlik etkilerden arındırılmış ve yalın haliyle üç türlü sunulmaktadır.

Perakende ticaret ana başlığı altında yer alan sektörler temelde gıda ve içecek ve tütün ile gıda dışı ve otomobil yakıtı olarak üçe ayrılmaktadır. Gıda dışı alt başlığı altında yer alan sektörler de bilgisayar, bilgisayar donanım ve yazılımları, kitap iletişim aygıtları vb; ses görüntü cihazları; hırdavat, boya ve cam, elektrikli ev aletleri; mobilya; tekstil, giyim ve ayakkabı; eczacılık ürünleri, tıbbi ve ortopedik ürünler, kozmetik ve kişisel bakım malzemeleri; posta yoluyla veya internet üzerinde satışlar sektörleri olarak alt kategorilere bölünmektedir.

Endeksin ekonomik konjonktürün izlenmesi amacıyla ele alınması durumunda yukarıda sayılan alt kategorilerin ekonomik konjonktüre göre dalgalanması yüksek ve dalgalanması az sektörler olarak yeniden tasnif edilmesi gerekmektedir.

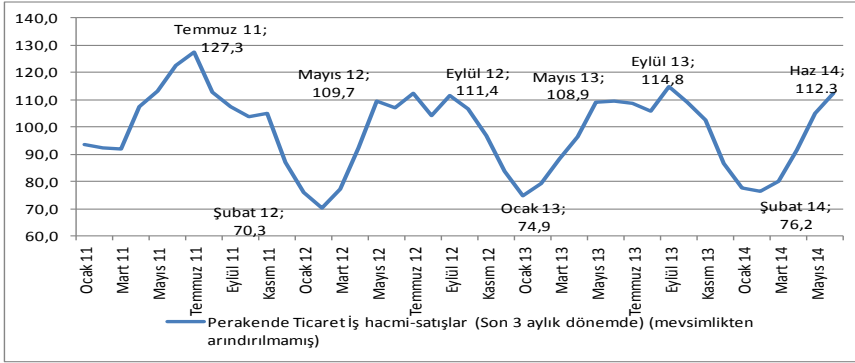
⁷² Alaattin Aktaş, “İşte konut balonunun her geçen gün şiştiğinin resmi”, Dünya Gazetesi, 12 Mayıs 2012.

⁷³ TÜİK'in “Perakende Satış Hacmi” endeksinin hazırlanma amacını böyle açıklıyor. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16035>metaveri kısmı.

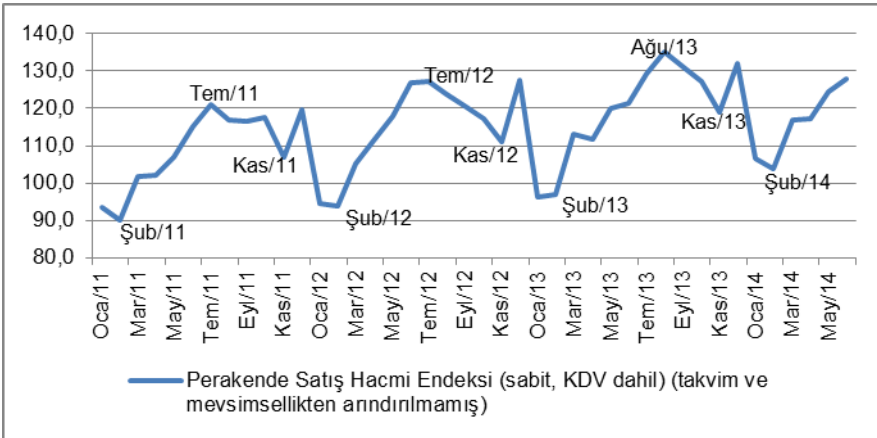
Bu çevrede, gıda, içecek ve tütün grubu ile eczacılık ürünleri, tıbbi, eczacılık ürünleri, tıbbi ve ortopedik ürünler, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektörlerinin ekonomik dalgalanmadan en az etkilenen sektörler olduğu vurgulanmalıdır.

Ses ve görüntü cihazları; hırdavat, boya ve cam, elektrikli ev aletleri; mobilya; tekstil, giyim ve ayakkabı sektörleri ise büyük ölçüde dayanıklı tüketim malları olarak tanımlanan ürünleri içermekte ve ekonomik dalgalanmadan da büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu nedenle ekonomik konjonktürü anlamak açısından perakende sektörü satış hacmi verisi bir bütün olarak ele alınsa da bu alt sektörlerin de dikkate alınması önemli görünmektedir. Ayrıca, satış hacmi verilerinin perakende güven endeksi verileriyle birlikte değerlendirilmesi de yapılacak yorumlara destek olacaktır.

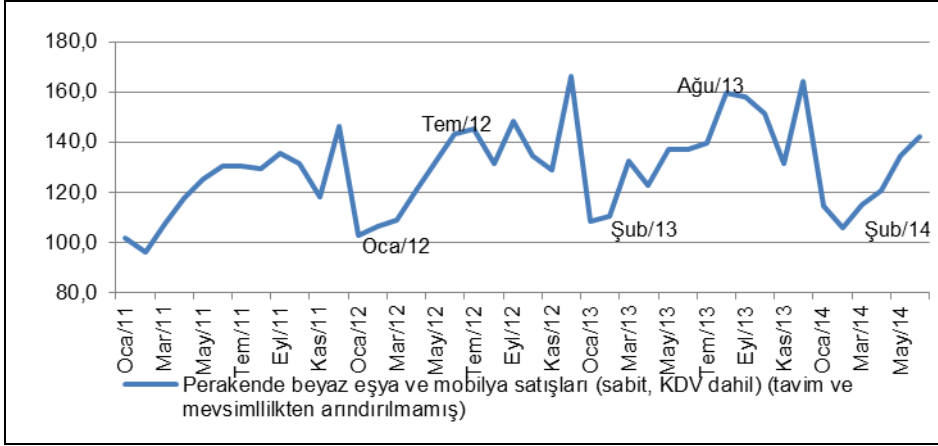
Grafik 1: Perakende Ticaret İş Hacmi Endeksi-Satışlar



Grafik 2: Perakende Satış Hacmi Endeksi (sabit)



Grafik 3: Perakende Beyaz Eşya ve Mobilya Satışları Endeksi



Dış Ticaret

Dış ticarete ilişkin olarak TÜİK iki tip veri yayınlamaktadır.

Dış Ticaret Endeksleri

Birinci veri dış ticaret endeksleridir. Yaklaşık iki aylık gecikmeyle yayınlanan veri seti ihracat ve ithalatın miktar ve birim değer endekslerini ve dış ticaret hadlerini içermektedir. Miktar endeksleri ayrıca, takvim ve mevsim ile takvim etkisinden arındırılmış olarak da sunulmaktadır.

TÜİK dış ticaret endekslerini SITC (uluslar arası standart tarife sınıflandırılması) ve BEC (geniş ekonomik kategoriler) sınıflandırmasını esas alarak yayınlamaktadır. SITC, uluslar arası ticarete konu malları on grupta toplamaktadır. Bu on grup da gıda, içecek tütün; hammadde (yakıt hariç), yakıtlar; imalat sanayi (gıda, içecek ve tütün hariç) ve diğerleri olarak dört ana başlık altında birleştirilmektedir. BEC ise ticarete konu olan malların son kullanım amacına göre tasnif edildiği bir sınıflama biçimidir.

TÜİK'in dış ticaret endeksleri haber bülteninde SITC bazlı veriler yer alırken BEC kategorisine ise açık biçimde Merkez Bankası istatistik verileri sayfasından erişilebilmektedir. BEC sınıflandırmasında ürünler yedi ana başlık altında toplanır. Gıda ve içecek; sanayi hammaddeleri; yakıtlar ve yanıcı yağlar; sermaye malları, aksam ve parçaları (ulaşım araçları hariç), ulaşım araçları; başka yerde sınıflandırılmamış tüketim malları ve diğerleri bu yedi ana başlığı oluşturmaktadır. Bu çerçevede Merkez Bankasının veri tabanında yer alan BEC düzenindeki dış ticaret endekslerinin başlıklarını aşağıdaki şekilde yeniden düzenlemek mümkündür⁷⁴.

⁷⁴ Bu düzenlemeyi yapıyoruz çünkü Merkez Bankası sayfasında veri sunumu uzman olmayanlar için kolay anlaşılabilir biçimde değildir.

Genel

Tüketim malları

- Esası yiyecek ve içecek olan işlenmemiş tüketim malları
- Esası yiyecek ve içecek olan işlenmiş tüketim malları

Hammadde (ara mallar)

- Sanayi için işlem görmemiş hammaddeler
- Sanayi için işlem görmüş hammaddeler

Yatırım malları (taşıtlar hariç), aksam ve parçaları

- Yatırım malları (taşıtlar hariç)
- Yatırım malları aksam ve parçaları

Taşımacılık araçları, aksam ve parçaları

Binek otomobil

Diğer

Sanayi ile ilgili taşımacılık araç ve gereçleri

Taşımacılık araçlarının aksam ve parçaları

Yakıtlar ve yanıcı yağlar

İşlem görmemiş yakıtlar

İşlem görmüş yakıtlar

Motor benzini ve diğer hafif yağlar

Tüketim malları (başka yerde sınıflandırılmamış)

Dayanıklı tüketim malları

Yarı dayanıklı tüketim malları

Dayanısız tüketim malları

BEC'in ticarete konu mallarını doğrudan tüketimle ilişkilendirilmesi ekonomik konjonktürü dış ticaret verisi üzerinden izlemek isteyenleri TÜİK'in yayınladığı SITC bazlı verilerle değil de Merkez Bankası sayfasında yer alan BEC bazlı verilere yönelmektedir.

Dış ticaret endeks verileri üzerinden ekonomik konjonktürü izlerken ithalatın ekonomik dalgalanma boyunca hareketine dikkat etmek gerekir. İthalat genellikle ekonomik dalgalanmayla aynı yönde seyretmektedir. Yani ekonomik performans arttıkça veya büyüme sürdükçe ithal mallara olan talep de artmaktadır. Ekonomik büyüme yavaşladıkça veya düştükçe de ithalat talebi düşmektedir. Böylece ekonominin çıkış aşamasında ithalat artmakta, iniş aşamasında da azalmaktadır. İthalatın ekonomik performansla bu ilişkisi, ithalatın gelişimine bakarak ekonomik konjonktür konusunda fikir yürütülmesine olanak sağlamaktadır.

Örneğin Kumcu 31 Temmuz tarihli köşe yazısında⁷⁵ ekonomik performansın yavaşladığına ilişkin görüşlerini ileri sürerken önce;“İlk üç ayla karşılaştırıldığında ikinci üç ayda Türkiye ekonomisinin büyümesi yavaşlıyor” dedikten sonra bu savını dış ticaret endeks verileriyle destekliyor.

“Elimizdeki son verilere göre, üç aylık ortalamalar bazında, Mayıs ayıyla biten üç ayda ithalat miktar endeksi bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6,5 düştü. Aynı bazda ilk üç ayda ithalat miktar endeksi yüzde 0,5 artmıştı.”

Büyüme performansını yalnızca ithalat üzerinden ölçmek kuşkusuz yanıltıcı. Çünkü ülkenin dış alemle ilişkisi büyümeye net olarak yansımaktadır. Harcamalar yoluyla GSYH hesaplama yöntemi hatırlanacak olursa, dış alem ilişkisi büyüme denkleminde (ihracat-ithalat) veya net ihracat olarak yer almaktadır. Denklemde göre ithalat prensipte büyümeye olumsuz etki etmektedir. Ancak ithalatın büyümeyi ne kadar olumlu veya olumsuz etkilediğini belirleyen ihracattır. İhracatın ithalattan büyük olması durumunda net ihracat büyümeye olumlu katkı yapmaktadır.

Büyüme bir önceki yıla göre fark olarak ölçüldüğünden ithalat ve ihracat endekslerine daha dikkatli bakmakta yarar var. Büyüme oranı hesaplanırken iki yılın net ihracatının karşılaştırılıyor olması önemlidir. İhracat artmasa da ithalatın önceki döneme göre azalması bir sonraki yılın net ihracatının önceki yıla göre büyük çıkmasına ve büyümeye katkısının da görece olarak daha yüksek olmasına yol açmaktadır.

Dış Ticaret Değer Verileri

Dış ticaret ile ilgili bir başka veri TÜİK'in her ay sonunda açıkladığı dış ticaret verileridir. Bu veri setinde ihracat ve ithalat gerçekleşmeleri değer bazında yer almaktadır. TÜİK dış ticaret değerlerini ekonomik faaliyetler ve geniş ekonomik gruplar sınıflandırması esasına göre kamuoyuna sunmaktadır. Ekonomik faaliyetler sınıflandırmasında temel kategoriler tarım ve hayvancılık; balıkçılık; madencilik ve taşocakçılığı; imalat sanayi; ve diğer kategorileridir. Geniş ekonomik gruplar sınıflandırmasında ise veriler, sermaye (yatırım malları); ara (hammadde) malları; tüketim malları; ve diğer olarak tasnif edilmektedir. Dış ticaret verileri ayrıca harmonize kodlarla da kamuoyuyla paylaşılmaktadır.

Dış ticaret verilerinin değer olarak sunumu ekonomik konjonktür açısından çok açıklayıcı değildir. Veri iki ay gecikmeyle yayınlanmaktadır. Ayrıca ekonomik konjonktürü açıklamaya yardımcı olacak ölçüde detaylı da değildir. Dış ticaret endekslerinin sunumunda da kullanılan geniş ekonomik

⁷⁵ Ercan Kumcu, “Büyümeye fren, dış açıkta azalma”, Habertürk Gazetesi, 31 Temmuz 2014.

kategoriler bazlı veriler dış ticaret değer verileri söz konusu olduğunda detaya inmemektedir.

Dış ticaret verileri bir kırılđanlık göstergesi olarak düşünölecek olursa cari işlemler açığıının öncü göstergesi olarak kabul edilebilir. Ödemeler dengesi verilerinin dış ticaret istatistiklerine göre gecikmeli açıklanması verinin bu tür bir kullanımına kapı aralamaktadır.

Fiyat Endeksleri

Fiyat gelişmelerine ilişkin veriler her ayın üçüncü günü yayınlanmaktadır. TÜİK, bir önceki ayın 20'sinde derlediği üretici ve tüketici fiyatlarını endeksler ve artışlar halinde kamuoyuyla paylaşmaktadır.

Fiyatlar genel olarak ekonomik konjonktür doğrultusunda, ekonominin yavaş büyüme dönemlerinde yavaş, hızlı büyüme dönemlerinde hızlı artış gösterme eğilimindedir. Bu çerçevede fiyatların artış trendi ekonomik konjonktür konusunda ipuçları sunmaktadır.

Tüketici Fiyat Endeksleri, Özel Kapsamlı I-Endeksi

Tüketici fiyat endeksi ana harcama grupları için hazırlanmakta ve bu grupların ağırlıkları esas alınarak genel endeks hesaplanmaktadır. Genel endekste en yüksek pay yüzde 24,45 ile gıda ve alkolsüz içecekler grubuna aittir. Onu, yüzde 16,41 ile konut harcamaları, yüzde 15,54 ile de ulaştırma harcamaları izlemektedir.

TÜİK tüketici fiyat sepetindeki malları yeniden gruplandırarak dokuz ayrı özel kapsamlı TÜFE göstergesi oluşturmaktadır. Bu özel kapsamlı endeksler içinde I endeksi, gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecekler ve tütün, enerji ve altın hariç bütün diğer ürünleri kapsayan bir endekstir. Konuta ilişkin harcamalar, ulaştırma, ev eşyası, giyim ve ayakkabı, haberleşme, eğlence kültür, eğitim, lokanta ve otellere yapılan harcamalar bu yaklaşımla I endeksi içinde yer almaktadır. Genel endeks içinde toplam ağırlığı yüzde 30 civarında olan gıda, alkollü ve alkolsüz içecekler ile tütünü kapsamayan I endeksinde en büyük ağırlık yüzde 80 ile giyim ve ayakkabı, konut, ev eşyası ve ulaştırma grupları olmaktadır. I endeksi böylece ekonomik konjonktürden en fazla etkilenen tüketim malları grubunu bünyesinde barındırmaktadır. Bu da onu ekonomik konjonktürü ve talep gelişmelerini izlemek açısından önemli bir gösterge haline getirmektedir.

Yurtiçi Üretici Fiyat Endeksi

Yurtiçi üretici fiyat endeksi esas itibariyle madencilik; imalat sanayi; su ve elektrik fiyatlarını içermektedir. Ekonomik konjonktür açısından bakıldığında bu endeksten yararlanmanın yolu dayanıklı tüketim malları üreten sektörlerin fiyat hareketlerini izlemekten geçmektedir. Buna ilişkin bir

resmi yayın bulunmamakla birlikte, imalat sanayi sektör ağırlıklarını esasa alarak, dayanıklı tüketim malları üreten sektörler fiyat endekslerini oluşturmak mümkündür. Ancak tüketim talebinin ekonomik konjonktür üzerindeki etkisi göz önüne alındığında dikkatleri tüketici fiyat endeksi ve özellikle I özel kapsamlı tüketici endeksi üzerinde yoğunlaştırmanın daha doğru bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir.

I endeksi çekirdek enflasyon olarak da tanımlanmaktadır. Erdinç bu endeksi “toplam talebin enflasyon üzerindeki etkisini direkt olarak ölçen ve arındırılmış göstere⁷⁶” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamadaki “toplam talebin enflasyon üzerindeki etkisi” ifadesini tartışmadan yazarın I endeksiyle talep arasındaki ilişkiye dikkat çektiğini belirtelim.

Fiyat endeksleri genellikle enflasyon başlığı altında tartışılmaktadır. Bu tartışmalarda da fiyat artışları adeta talepten ve tüketiciden bağımsız, üretici/aracının sorumlu olduğu bir alan gibi sunulmaktadır. Deniz Gökçe'nin 5 Ağustos'taki yazısı⁷⁷ buna güzel bir örnektir. “Tüketici endeksi enflasyonunun büyük nedeni, eğer grup olarak bakılırsa yüzde 24,45 ağırlık taşıyan gıda ve alkollü içecekler grubunda yıllık bazda yüzde 12,56 artış ile gerçekleşti. Grup olarak yüzde 16,41 ile ikinci büyük ağırlığı taşıyan konut sektöründe ise enflasyon yüzde 5,41 arttı. Üçüncü büyük ağırlık taşıyan sektör olan ulaştırma ise yüzde 15,54 pay ile 10,29 enflasyon düzeyine çıktı. Buraya kadar bakıldığında enflasyonun bütün kritik ölçütlerde ama hafifçe yükseldiği görülebilir.”

Gökçe ölçüt derken ana harcama gruplarını kastediyor kuşkusuz ve kritik derken de bu harcamaların toplam içindeki payına işaret ediyor. Harcama ifadesini kullanmaması enflasyon ya da fiyat artışlarının tüketimden bağımsız, sadece maliyet kaynaklı bir enflasyon varmış gibi algılanmasına neden oluyor. Gökçe yazısında, Güngör Uras'a da bir sataşmada bulunuyor;

“... ülkemizde en komik olan Ayşe Teyze ve Ali Rıza Bey enflasyonu konseptidir. Bu enflasyondan en çok bahseden de değerli Ağabeyimiz Güngör Uraştır.... Enflasyon ilan edilmeden önceki gün “ Biraz meyve ve kahvaltılık aldım, 126 lira verdim” diye yazmış. Biraz ne acaba? Kaldı ki, İstanbul'un ...çok farklı yapıda semtleri var. Genelde de pahalılık yaşanan semtler varlıklı ve yüksek gelirlili vatandaşların oturduğu yerler, buralarda enflasyon hızla artar. Fiyatlara zam yapmanın zor olduğu yerlerde ise enflasyon daha düşüktür ama oralarda yaşayan nüfus daha fazladır ve oranın enflasyonu daha azdır. Vurgulayalım nüfusun çoğunluğu da buralarda oturur.”

⁷⁶ Yaşar Erdinç, “Enflasyon alarm veriyor...”, Bugün Gazetesi, 5 Ağustos 2014.

⁷⁷ Deniz Gökçe, “Ayşe Teyze nerede oturuyor?”, Akşam Gazetesi, 5 Ağustos 2014.

Fark ettiniz değil mi! Sayın Gökçe fiyat artışlarını zam yapan birilerine mal ediyor ve alım gücüyle ilişkilendiriyor. Alım gücü yüksek toplum kesitlerinin yaşadığı yerlerde zam yapmanın kolay olduğunu ileri sürüyor. Hoca gelir dağılımına da vurgu yapıyor yukarıdaki sözleriyle. Ve alım gücü düşük olanların bulunduğu ortamlarda fiyatları artırmanın zor olduğunu enflasyonun da oralarda düşük olduğunu zımnen savunuyor. Ancak, TÜİK'in gelir gruplarına göre harcama eğilimlerini yansıtan istatistikleri düşük gelir gruplarında gıda harcamalarının toplam harcamalar içindeki payının diğer harcama gruplarının çok üzerinde olduğunu göstermektedir. Hoca'nın pahalılık ve fiyat artışlarını ayna anlamda kullandığını da vurgulayarak Gökçe'nin yazısına yaptığımız "okumayı" sonlandırıyoruz.

Aynı gün, Gökçe kendisini eleştirirken, Güngör Uras enflasyonla ilgili yazısında⁷⁸ şöyle diyordu; "Enflasyonu tüketici fiyatlarındaki (TÜFE) aylık ve yıllık artış oranlarından izliyoruz.

Herkesin bekleyişi fiyatların artmaması, hatta ucuzlaması."

Uras burada neden herkesin fiyatların durmasını beklediğini söylemiyor hemen. İfade fiyatlar sanki "herkes"ten bağımsız hareket ediyormuş izlenimini veriyor.

Uras devamla yazıyor;

"Tüketici fiyatlarındaki artış nasıl durur? Tüketici fiyatı nasıl ucuzlar?

Tüketicieye mal satan perakendeci (1) üreticiden, toptancıdan malı daha ucuza alırsa (2) Daha düşük kar ile malı satarsa tüketici fiyatı ucuzlar."

Uras fiyat oluşumunu temel olarak tedarik zincirine bağlamış görünüyor.

"İç talep canlı ise alıcı mala hücum ediyor ise perakendeci kar oranını yüksek tutar. Şimdilerde iç talep daraldı. Bu durumda tüketici kar oranını artıramıyor.

O halde perakende fiyatının ucuzlamamasının arkasındaki temel etken üretici-toptancı fiyatlarının ucuzlamaması, artmasıdır." Uras talebin daraldığını söylüyor (ama ne kadar daraldığını ve bunu hangi verilere dayandırdığını belirtmiyor). Yani alıcı azalmış. Ama üretici-toptancı fiyatını ucuzlatmıyor.

Uras'ın senaryosuna göre, alıcılar ortadan kalktığı halde üretici üretmeye ve satmaya devam ediyor. Nihai müşteriye değil de aracılara. Aracılar talep yoksa niye alıyorlar bilmiyoruz. Gerçi üreticiler de üretimi kısmış olabilirler. Fakat bunu da bilmiyoruz. Belki alıcılardan daha fazla

⁷⁸ Güngör Uras, "Enflasyon yüzde 9'a oturdu", Dünya Gazetesi, 5 Ağustos 2014.

kısımlardır. Yani talep arzdan daha yüksektir yine de. Fakat Uras bunu da söylemiyor.

Alıcılar fiyatı artan malı almaya devam ediyorsa bu malların talep esnekliği az öyleyse diye düşünebiliriz. Gıda fiyatlarındaki artış bu düşüncüyü destekliyor gerçekte ancak talep esnekliği yüksek, ertelenebilir harcama grubu içinde yer alan dayanıklı tüketim mallarını içeren I endeksinin genel TÜFE'den daha fazla artması bu açıklamaya gölge düşürüyor.

Ayrıca giyim ve ayakkabının yıllık enflasyonun yüzde 10'un üzerinde olmasını tedarik zinciriyle açıklamak zor görünüyor. Ev eşyası grubu fiyatları artışı da üretici davranışıyla izah etmek zorlayıcı gibi duruyor.

Ekonomik analizin merkezine talep yerleştirilmediği sürece bu tür yorumlar kaçınılmaz kanaatimce. Fiyat talep ve arz tarafından belirleniyor. Kuşkusuz maliyetler fiyatların düzeyini belirlemektedir. Ancak tüketici talebinin de çok belirleyici olduğunu kabul etmeliyiz. Yine de fiyatlar üzerinden ekonomik konjonktür izlenecekse bu verilerin mutlaka tüketici davranışına ışık tutacak başka verilerle desteklenmesi doğru olur.

Fiyat değişimleri, ekonomik konjonktürün mevcut durumuyla ilgili bilgi verse de Merkez Bankası'nın faiz kararını etkileyebileceği için ileriye doğru sinyal verme potansiyeli de bulunmaktadır. Ancak fiyat gelişmelerini bu tür bir sinyal olarak değerlendirirken Merkez Bankası'nın faiz kararını ekonomik gelişmelere odaklayıp odaklamadığı konusuna da çok dikkat etmek gerekmektedir.

Kaynakça

Abel, A.B, Bernanke, B.S, Croushore (2011), Macroeconomics, Seventh Edition, Pearson.

Akgür T (1990), Türkiye ve Batı, İktisadi Etkileşim ve SiyasiYansıma 1789-1989, Verso Yayınları.

Alp H, Başkaya Y.S, Kılınç M, Yüksel C (2012), Stylized Facts for Business Cycles in Turkey, TCMB, Working Paper No: 12/02,

Alper, E.C, (2000), Stylized Facts of Business Cycles, Excess Volatility and Capital Flows: Evidence from Mexico and Turkey, Working Papers, İktisatBölümü, BoğaziçiÜniversitesi.

Altuğ,S (2009),Türkiye’de ve Yükselen Piyasa Ekonomilerinde İş Çevrimleri, Yıldız Teknik Üniversitesi, Working Papers.

Aruoba S.B, Sarıkaya Ç (2013), A Real Economic Activity Indicator for Turkey, Central Bank Review, s.13, Ocak.

Aslan, Ö, Koralp H.L (2006), An Essay Upon Business Cycle Facts: The Turkish Case, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı 16.

Aslanoğlu E, Çelik S (2010), An Analysis of Two Leading Indicators of Economic Growth in Turkey: Monthly Manufacturing Industry Output and CNBC-e Consumption Indices, İktisat İşletme ve Finans, 25.

Ayres R. U (1997), The Kuznets Curve and the Life Cycle Analogy, Center forthe Management of Environmental Resources, INSEAD, Fontainebleu, Fransa, Ocak.

Banerji A, (2010), A Robust Approach to Business Cycle Analysis and Forecasting, Economic Cycle Research Institute, Keynote Address to Sixth Eurostat Colloquium on Modern Tools for Business Cycle Analysis, Luxembourg, September 2010. JEL E32, E37.

Baumohl, B (2008), The Secrets of Economic Indicators, Hidden Clues to Future Economic Trends and Investment Opportunities, Wharton School Publishing.

Berry S, Davey M (2004), How should we think about consumer confidence?,Bank of England, Quarterly Bulletin, Sonbahar.

Berument H, Kılınç, Z, Yücel E.M, (2005), Business Cycles in Turkey and European Union Countries, A Perspective to the Membership, SosyoEkonomi.

Carnes,W. S, Slifer, D.S (1991), The Atlas of Economic Indicators, A Visual Guide to Market Forces and the Federal Reserve, Harper Collins Publishers.

Constable, S, Wright R, E (2012), The Wall Street Journal Guide to the 50 Economic Indicators That Really Matter, Harper Business, New York.

Croushore D, (2004), Do Consumer ConfidenceIndexes Help Forecast Consumer Spending in Real Time?,Discussion Paper, Seri 1: Studies of the Economic Research Centre No. 27, Deutsche Bank.

Çelik, S (2010), An Unconventional Analysis of Consumer Confidence Index for the Turkish Economy, International Journal of Economics and Finance Studies, 2.

Çepni, E (2014), Ekonomik Göstergeler ve İstatistikler Rehberi, Ekonomi Verilerinin Anlaşılması, Temel Ekonomik Kavramlar, Sayısal Örnekler, SeçkinYayıncılık.

Çolak,Ö.F, Aktaş A (2009), Makro Ekonomik Göstergelerin Yorumlanması, EflatunYayınevi.

Dees S, Brinca Pedro Soares (2011), Consumer Confidence as a Predictor of Consumption Spending, Working Paper Series, No 1349.

DeVol R, (2011), Consumer Sentiment and Spending: Watch What I Do, Not What I Say, Milken Institute, Eylül.

Domintz J, Manski C, F (2003), How Should We Measure Consumer Confidence (Sentiment)?,Evidence from the Michigan Survey of Consumers, Working Paper 9926, NBER.

Eğilmez, M (2010),Makro Ekonomi, Türkiye'den Örneklerle, Üçüncü Basım, Remzi Kitabevi.

Eğilmez M (2012), Kolay Ekonomi, Remzi Kitabevi.

Emsbo-Mattingly L, Harschire D (2012), The Business Cycle Approach to Sector Investing, Fidelity Investment, Mayıs.

European Commission (2012), European Business Cycle Indicators, 3rd Quarter.

European Communities (2002), Economic Intelligence: A Guide to Beginners.

European Union (2007), The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys-User Guide.

Eurostat (2009), Consumer in Europe.

Foldvary F.H (2007), The Depression of 2008, 2nd Edition, The Gutenberg Press, 18 Eylül.

Granger, C.W.J, Newbold P (1986), Forecasting economic time series (second edition). San Diego; Academic Press.

Günay H, Kılıç M (2011), Credit Market Imperfections and Business Cycle Asymmetries in Turkey, Central Bank of The Republic of Turkey, Working Paper No:11/07.

Güneş H, Çelik S (2009), Consumer Confidence and Financial Market Variables in an Emerging Market: The Case of Turkey, Marmara Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Merkezi Proje Birimi, SOS-D-300409-0123.

Hanke, S.H (2010), The Great 18-Year Real Estate Cycle, Globe Asia.

Hanssen J, Janson P, Löf M (2003), Business Survey Data: They Help in Forecasting the Macro Economy, The National Institute of Economic Research, Weekly Paper, 84, Stockholm.

Helm J.J (2011), The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending, Journal of Applied Business and Economics, cilt 11 (2).

Heuer Jr, R. J (1999), Psychology of Intelligence Analysis, Center for the Study of Intelligence, CIA.

HSBC (2014), Türkiye PMI İmalat Sanayi Raporu, 3 Mart.

Hubbard R. G, O'Brien A. P (2010), Economics, Third Edition, Pearson.

Hulten, C. R (2007), Theory and Measurement: An Essay in Honor of Zvi Griliches, Ekim.

Kades E (1985), New Classical and New Keynesian Models of Business Cycles, Federal Reserve of Cleveland, Economic Review IVQ.

Kim, SoYoung (2003), Monetary Policy Rules and Business Cycles, Banco de Espana, No. 9804.

King, R. G, Watson M. W, (1995), Money, Prices, Interest Rates and the Business Cycle, JEL, 130, 310, Temmuz.

Koopmans, T.C (1947), Measurement Without Theory, The Review of Economics and Statistics, Cilt 29, Sayı 3, Ağustos .

Korotayev A.V, Tsirel S.V (2010), A Spectral Analysis of World GDP Dynamics: Kondratieff Waves, Kuznets Swings, Juglar and Kitchin Cycles in Global Economic Development and the 2008-2009 Economic Crisis, Structure and Dynamics, e-Journal of Anthropological and Related Sciences, University of California, Irvine.

Kwasnicki W, (2008), Kitchin, Juglar and Kuznetz business cycles revisited, University of Wroclaw, JEL Classification:E32.

Kwasnicki W (2009), Are business cycles inevitable, Institute of Economic Sciences, MPRA Paper No. 17295, Eylül.

Kydlnad, F. E, Prescott E.C (1990), Business Cycles; Real Facts and a Monetary Myth, Quarterly Review, Federal Reserve Bank of Minneapolis, Bahar.

Lahiri K, Mokroussos G, Zhao Y (2013), Forecasting Consumption: The Role of Consumer Confidence in Real Time with Many Predictions, Department of Economics Working Paper, Univeristy of Albany, SUNY.

Ludvigson S. C (2005), Consumer Confidence and Consumer Spending, Journal of Economic Perspectives, cilt 18, sayı 2. İlkbahar.

Mankiw, N. G (1989), Real Business Cycles: A New Keynesian Perspective, Journal of Economic Perspectives-Cilt 3, Sayı 3, Yaz.

Mankiw, N.G (2000), Macro Economics, Fourth Edition, Worth Publishers, 2000.

Mankiw, N.G (2009), Brief Principles of Macroeconomics, 6th Edition, South-Western, Cengage Learning.

McCallum B. T (1988), Real Business Cycle Models, NBER Working Paper Series No. 2480, Ocak.

Murphy, R. P (2010), Lessons for Young Economist, Mises Institute.

OECD (1997), Cyclical Indicators and Business Tendency Surveys.

OECD (2012), System of Composite Leading Indicators.

Özdemir G (2011), Tüketici Güveninin Tüketim Harcamaları ile İlişkisi ve Öngörü Gücü: Türkiye Örneği, TCMB, Ankara, Şubat.

Özerol Hakan, Dr. (2013), Piyasaları Okumak, Finansal Piyasalarda Tahmin Yöntemleri, Elma Yayınevi, Ankara.

Plosser, C. I, (1990), Money and Business Cycles: A Real Business Cycle Interpretation, NBER Working Paper Series No. 3221, Ocak.

Rebelo S (2005), Real Business Cycle Models, Past, Present and Future, NBER Working Paper Series No. 11401, Haziran.

Roberts I, Simon J (2001), What Do Sentiment Surveys Measure, Research Discussion Paper 2001-09, Reserve Bank of Australia.

Rogers, R. M (2009), The Complete Idiot's Guide to Economic Indicators, Alpha Book.

Salou G, Kim C (1992), Leading Indicators of the Australian Business Cycle: Performance over the Last Two Decades, Australian Economic Indicators, Ekim, Sayı 1.

Senge, P.M, (1999),The Fifth Discipline, The Art and Practice of The Learning Organization, Currency Doubleday.

Sterman, J.D (2000), Business Dynamics, Systems Thinking and Modeling for a Complex World, Irwin McGraw-Hill.

The Conference Board (2001), Business Cycle Indicators Handbook, Aralık.

The Economist, (2006), Guide to Economic Indicators, Making Sense of Economics, John Wiley&Sons, Inc.,

Tirkyaki T.S (2006), Interest rates and real business cycles in emerging markets. The B.E. Journal of Macroeconomics, 11 (1).

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası , Ekonomik Faaliyetler İçin Bileşik Öncü Göstergeler Endeksi'ne (MBÖNCÜ-SÜE) İlişkin Yöntemsel Açıklama, tarihsiz.

Vaitilingam R (1994), The Financial Times Guide to Using Economics and Economic Indicators, Financial Times Pitman Publishing.

Yamarone, R (2012). The Trader's Guide to Key Economic Indicators (third edition), (Bloomberg Financial Series) John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Yoon Jae Ho (2006), The Co-movement of Inflation and The Real Growth of Output, The Journal of the Korean Economy, vo.7, No.2, Kış.

Yüksel, E, Bayrak Ö.T (2012), Cyclical Behavior of Stok Exchange Index by Sektörler, A Case from Turkey, World Conference on Business, Economics and Management, Mayıs 4-6, Antalya, Türkiye.

Zarnowitz V (1991), What is a Business Cycle, NBER Working Paper 3863.

TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ

Nispetiye Caddesi
Akmerkez B3 Blok Kat 13
Etiler 34340 İstanbul
Tel: 0212 282 09 73
Faks: 0212 282 09 46
E-posta: tbb@tbb.org.tr
www.tbb.org.tr

