

# GENEL AÇIKLAMA

## 1. Giriş:

Ekonomide tüketici davranışları, hem karar alıcılar hem de ekonominin gelecek tahminleri ile ilgilenenler için oldukça önemli bir yere sahiptir. Tüketici güvenindeki iyimserlik, geniş harcama yapma isteğini ve borca girme eğilimini yükseltebilmekte, kötümserlik ise, tüketicilerin harcamalarını kısımlarına ve mali durumlarını yeniden gözden geçirmelerine neden olabilmektedir.

2003 yılında Devlet İstatistik Enstitüsü ile Merkez Bankası işbirliği çerçevesinde "Tüketici Anketi" Protokolü kapsamında bir çalışma başlatılmıştır. Tüketici güven endeksine kaynak oluşturan Tüketici Eğilim Anketi, aylık yapılan Hanehalkı İşgücü Anketi'ne modüler olarak ilave edilmiştir. Nisan 2003 tarihinde ilk uygulaması gerçekleştirilen Tüketici Eğilim Anketi'nin soru kâğıdı ve yönteminin test edilmesi amacıyla pilot uygulama çalışması Aralık 2003 tarihine kadar devam etmiştir. Pilot uygulama döneminde soru kâğıdında, bazı düzeltme ve ilaveler yapılmış ve örnek seçiminde çeşitli yöntemler denenmiştir. Bu sekiz aylık deneme ve değerlendirme sürecinden sonra, anket sonuçlarının her ay düzenli olarak açıklanmasına karar verilmiştir.

## 2. Amaç:

Tüketici Eğilim Anketi ile; tüketicilerin, harcama davranışlarının ve beklentilerinin değerlendirilmesine yönelik olarak, genel ekonomik duruma, iş bulma olanaklarına, piyasalardaki gelişmelere ve kişisel mali durumlarına ilişkin eğilimlerinin ve beklentilerinin öğrenilmesi, yakın gelecekte yapılması planlanan harcamalara ilişkin aylık tüketici eğilimlerinin saptanması amaçlanmaktadır.

Tüketici Eğilim Anketi, tüketicilerin eğilimlerini ve beklentilerini ölçme amacına yönelik dört alanı kapsamaktadır:

- **Kişisel Mali Durum:** Tüketicilerin satın alma güçlerindeki geçmiş 6 aya göre mevcut durumları ve gelecek 6 aya ilişkin beklentileri, gelecek 3 aylık dönemde borçlanma durumları, gelecek 6 aya ilişkin tasarruf etme beklentileri.
- **Genel Ekonomi:** Tüketicilerin mevcut dönemde geçmiş 3 aya göre genel ekonomik durum değerlendirmeleri ve gelecek 3 aya ilişkin genel ekonomik durum beklentileri, gelecek 6 aylık dönemde iş bulma olanaklarına ilişkin beklentileri, mevcut dönemin tasarruf etmek ve dayanıklı tüketim malı satın almak için uygunluğunu değerlendirmeleri.
- **Harcamalar:** Tüketicilerin dayanıklı ve yarı-dayanıklı tüketim malları ile eve, arabaya, konuta ve konut tamiratına harcama yapma planları.
- **Fiyat Beklentileri:** Tüketicilerin gelecek 12 aylık dönemde fiyatlardaki değişimin yönüne ilişkin beklentileri.

## 3. Kapsam:

Türkiye genelinde ve kent-kır ayrımında bir işte çalışan ve gelir getiren 15 ve daha yukarı yaşta Hanehalkı İşgücü Anketi'nde örneğe çıkan tüm fertler kapsamıştır.

**Coğrafi Kapsam:** Türkiye genelinde her yerleşim yeri örnek seçimi için kapsama dahil edilmiştir.

**Kentsel Kesim:** 20,001 ve daha fazla nüfuslu yerleşim yerleri kent olarak tanımlanmıştır.

**Kırsal Kesim:** 20,000 ve daha az nüfuslu yerleşim yerleri kır olarak tanımlanmıştır.

**Kapsanan Fert:** Ankette, Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde yaşayan T.C. uyruklu 15 ve daha yukarı yaşta iktisadi faaliyet geliri olan tüm kişiler kapsanmıştır.

#### 4. Örneklem Yöntemi:

Aralık 2003, Ocak ve Şubat 2004 aylarında Hanehalkı İşgücü Anketi'nden yaş, gelir ve işteki durum kategorileri bazında, tüm Türkiye'yi temsil eden 15 ve daha yukarı yaşta, iktisadi faaliyetten gelir elde eden 2000 fert örnek olarak seçilmiştir. Mart 2004 tarihinden itibaren ise Hanehalkı İşgücü Anketi'nde örneğe çıkan hanelerde 15 ve daha yukarı yaşta olup iktisadi faaliyetten gelir elde eden tüm fertlerle görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan fert sayıları aylar itibariyle Tablo-16'da verilmektedir. Hanehalkı İşgücü Anketi'nin genel ağırlıklandırmasına ek olarak bu modül için ayrıca yaş, işteki durum ve gelir grupları dikkate alınmıştır.

Her ay yapılan Hanehalkı İşgücü Anketi, üç ay öncesine göre %50 oranında yeni, %50 oranında eski adreslerin kullanıldığı bir rotasyon düzeninde uygulanmaktadır. Bu rotasyon düzeninde ve yukarıda belirtilen yapıya göre seçilen fertler ile bilgisayar destekli yüz yüze görüşme yöntemiyle anket yapılmaktadır. Hanehalkı İşgücü Anketi hakkında ayrıntılı bilgi için "DİE Hanehalkı İşgücü Anketi Kavramlar ve Yöntemler" kitabına bakılabilir.

#### 5. Hesaplama Yöntemi:

Endeksler Avrupa Birliği'nin de kullandığı denge yöntemine göre hesaplanmaktadır. Denge, toplam cevap verenlerin içerisinde pozitif ve negatif cevap verenlerin yüzdelerinin farkı alınarak hesaplanmakta ve bu farka 100 eklenerek her bir soru için ayrı yayılma endeksi oluşturulmaktadır. Daha sonra tüketici güven endeksine seçilen soruların yayılma endekslerinin aritmetik ortalaması alınarak genel endeks hesaplanmaktadır.

Endeks 0 ile 200 aralığında değerler almaktadır. Endeksin 100'den büyük olması tüketici güveninde iyimser durum, 100'den küçük olması tüketici güveninde kötümser durum, 100 olması ise tüketici güveninde ne iyimser ne de kötümser durum olduğunu göstermektedir.

#### 6. Yayımlama Takvimi:

Her ayın 15'ini takip eden ilk iş gününde, bir önceki ayın verileri yayımlanacaktır.

Bilgi Talepleri İçin:	Telefon numaraları:	Faks Numaraları:
Bilgi Dağıtım Şubesi	0-312-418 50 27	0-312-417 04 32
Ekonomik Göstergeler ve Analizler Şubesi	0-312-417 64 40/508-530	0-312-419 16 71
Döner Sermaye Şubesi	0-312-425 50 80	
<b>E-mail:</b> <a href="mailto:yayin@die.gov.tr">yayin@die.gov.tr</a>		<b>Internet:</b> <a href="http://www.die.gov.tr">www.die.gov.tr</a>