

Özel tüketim talebinin izlenmesinde kartlı alışveriş: Yeni bir tüketim endeksi önerisi - “e.t.t.e”

Ercan Türkan

(ercan.turkan@tcmb.gov.tr)

Haziran 2008

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de kredi ve banka kartı kullanım verilerinden hareketle hanehalkı tüketimindeki gelişmeleri izleme ve analiz etmeye yönelik olarak yeni bir tüketim endeksi önerisinde bulunmaktadır. Sınırlı sayıda büyük ölçekli firma ciro verilerinin toplanması suretiyle oluşturulan mevcut tüketim endekslerinin aksine, önerilen yeni endeks tüketicinin Türkiye’nin dört tarafına dağılmış geniş firma ağundan yaptığı kartlı alışveriş verilerine, diğer bir ifadeyle tüketicinin efektif tüketim talebine dayanmaktadır. Yeni endeks, işlem başına, kart başına, işyeri başına ve pos terminali başına günlük ortalama kart harcamalarından oluşan dört ayrı göstergenin bileşimi olarak tasarlanmıştır.

Abstract

By using credit & debit card data, this paper presents a new index for monitoring and analyzing consumer spending in Turkey. The current consumption indices are mainly based on the collection of specific large scale firms’ sales data, whereas the new index, introduced in this paper, is based on credit & debit card transactions, which belong to large numbers of firms spread widely throughout the country. In other words, it is based on consumers’ effective consumption demand. The new index is designed as a composite index covering four indicators, namely average daily credit & debit card volume per transaction, per card, per merchant, and per pos terminal.

Giriş¹

Ekonomide yaşanan gelişmelerin doğru algılanması ve analiz edilmesi, büyük ölçüde tüketici davranışlarının sağlıklı bir şekilde izlenebilmesi ile mümkün olabilmektedir. Bu kapsamda, ekonominin tüketim tarafında, iç talep gelişmelerinin sağlıklı bir şekilde izlenmesi önem taşımaktadır. Hanehalklarının yurtiçi tüketim harcamalarının Gayrisafi Yurtiçi Hasıla(GSYİH)’nın yaklaşık yüzde 75’ini oluşturması, bu önemi belirginleştirmektedir.

Türk ekonomisinde iç talep gelişmeleri takip edilirken, sınırlı sayıda gösterge kullanılabilir. Bu göstergeler, tüketicinin harcama davranış ve beklenti eğilimlerini ortaya koyan ve tüketicinin beyanına dayanan tüketici güven endeksleri ya da firmaların satış bilgilerine dayanan tüketim endeksi araştırmaları (CNBC-e Tüketim Endeksi, CNNTURK-ACNielsen Öncü Göstergeler Endeksi vb.) olabildiği gibi, beyaz eşya ve taşıt araçları satışı, tüketim malları ithalatı gibi fiziki verilere dayanan göstergeler de olabilmektedir. Katma değer vergisi gibi iç satışlar üzerinden alınan vergiler yoluyla iç talepteki gelişmelerin dolaylı yoldan izlenmesi de mümkün olabilmektedir. Ayrıca, bu göstergelerin karışımından oluşturulan bileşik göstergelere de rastlanabilmektedir.

Bu çalışmada, tüketicinin harcama eğilimlerinin izlenmesinde yeni bir endeks önerisi ortaya konulmaktadır. Yeni gösterge önerisinin çıkış noktası, Türk ekonomisinde ödeme sisteminin giderek kurumsallaşması ve bu kapsamda kredi ve banka kartı kullanımının

¹ Bu makalede yer alan görüşler yazarına ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nı bağlayıcı bir nitelik taşımaz. Bu makale ile ortaya konulan yeni tüketim endeksi metodolojisinin tüm hakları saklıdır. Metodoloji, yazarın yazılı izni olmaksızın kısmen ya da tamamen, kopyalama veya başka bir suretle kullanılamaz.

giderek yaygınlaşmasıdır. Ödeme sisteminin kurumsallaştığına ilişkin en önemli ipuçları, kart sayısı, kart işlem hacmi, POS terminal sayısı ile ilgili istatistiklerde gözlemlenebilmektedir. Kanımızca sözkonusu göstergelerin ötesinde kurumsallaşmaya dair en önemli gösterge, hanehalkı tüketim harcamalarının ne kadarlık bölümünün kredi ve banka kartı kullanımı ile gerçekleştiğidir. Nitekim, 2000 yılında konut hariç hanehalkı yurtiçi tüketim harcamalarının sadece yüzde 7,4'ü kart kullanımı ile gerçekleştirilirken, bu oran 2007 yılı sonu itibariyle yüzde 26'lara ulaşmıştır.

Tablo.1 – Kartlı alışveriş gelişmeleri

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Kredi kartı sayısı, Milyon adet	13,4	14,0	15,7	19,9	26,7	30,0	32,4	37,3
Banka kartı sayısı, Milyon adet	29,6	31,7	35,1	39,6	43,1	48,2	53,5	55,5
Kredi kartı işlem tutarı, Milyon YTL ¹	7.749	12.679	22.608	36.065	59.035	78.042	99.083	128.787
Banka kartı işlem tutarı, Milyon YTL ¹	56	102	223	343	628	1.139	1.902	2.855
Kredi kartı işlem sayısı, Milyon adet ¹	405	464	596	788	1.080	1.241	1.272	1.366
Banka kartı işlem sayısı, Milyon adet ¹	4	5	9	13	21	35	52	76
İşyeri sayısı, Bin adet					621	754	853	911
POS sayısı, Bin adet	300	365	496	662	912	1.141	1.283	1.454
Hanehalkı tüketimi, Milyon YTL ²	105.113	149.716	217.327	291.041	356.556	408.711	464.646	513.052
Kart işlem tutarı / H.H. Tüketimi, %	7,4	8,5	10,5	12,5	16,7	19,4	21,7	25,7

Kaynak: BKM, TÜİK ve yazarın hesaplamaları.

¹ Yerli ve yabancı kartların alışveriş amaçlı yurtiçi kullanımını ifade etmekte, nakit avans çekimlerini kapsamamaktadır.

² Konut-su-enerji hariç yerleşik ve yerleşik olmayanların yurtiçi tüketimini ifade etmektedir.

Ödeme sistemindeki kurumsallaşmanın artışı ile birlikte, kart kullanımı ile ilgili bilgilerin tüketim harcamalarının izlenmesinde yeni bir araç olarak kullanılıp kullanılmayacağı sorusu akla gelmektedir. Bu çalışma, sözkonusu soruya cevap aramaktadır. Birinci Bölümde çalışmada kullanılan metodoloji ve veri kaynağı tanıtılırken, İkinci Bölümde önerilen endeksin avantaj ve dezavantajları tartışılmaktadır. Üçüncü bölüm bulgulara ayrılmıştır. Endeksin bileşenleri, gıda-gıda dışı şeklinde sektörel ayrımı, endeksteki gelişmelerin enflasyon ve bazı mevsimsel etkilerden arındırılması gibi konular bu bölümde ele alınmaktadır. Önerilen endeks sonuçlarının diğer tüketim endeksleri ile karşılaştırılması Dördüncü Bölümün, hanehalkı tüketim harcamalarındaki gelişmeleri temsil gücü Beşinci Bölümün konusunu oluşturmaktadır. Son Bölüm ise genel değerlendirmeye ayrılmıştır.

I. Veri kaynağı ve metodoloji

Yeni endeks oluşturulurken, Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından kamuoyuna açıklanmakta olan bilgiler esas alınmıştır. BKM verileri, işyeri grupları itibariyle kredi ve banka kartı sayıları, kart işlem adet ve tutarları, işyeri ve pos terminali sayıları vb. bilgileri içermektedir. Sözkonusu bilgiler Ocak 2002 tarihinden itibaren üçer aylık, Nisan 2006 tarihinden itibaren ise aylık olarak açıklanmaktadır.

Yeni endeks oluşumunda BKM verilerinin doğrudan kullanımı, yukarıda ifade edildiği gibi yaşanan kurumsallaşma nedeniyle mümkün değildir. Çünkü kartlı alışveriş işlemlerini artıran sadece tüketim talebindeki ya da fiyatlardaki artışlar değil, aynı zamanda kartla alışveriş yapan tüketici ve işyeri sayısındaki gelişmelerdir. Bu nedenle, kurumsallaşma etkisini bertaraf edecek şekilde verinin işlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla, işlem, kart, işyeri ve pos terminali başına düşen tutarlar esas alınmak suretiyle tüketim değişimlerinde kurumsallaşma dışındaki gelişmelerin görülmesi amaçlanmıştır.

Verinin işlenmesi ile ilgili olarak bir diğer husus, kartlı alışveriş yapılabilen işlem günlerindeki farklılaşmanın giderilmesidir. Bu amaçla hafta sonları ve bayram günleri dışarıda tutularak, günlük ortalamaların hesabında sadece çalışma günleri esas alınabileceği

gibi, kartlı alışverişin yapıldığı işyerlerinin tatil günlerinde de genel olarak açık olduğundan hareketle, aylık normal gün sayıları da dikkate alınabilir. Hesaplamalarda her iki alternatif de denenmiş ve genel eğilimlerin değişmediği görülmüştür.

Mevsimsel etkilerin mümkün olduğunca azaltılması ile ilgili olarak yapılan bir diğer işlem, 3 ay ve daha uzun süreli dönemler itibariyle hareketli ortalamaların kullanılmasıdır. Nitekim, uluslararası alanda perakende satışlar ile ilgili bir çok ülke istatistiklerinde bu yöntem geniş bir kullanım alanına sahiptir. Ayrıca, aylık verilerin açıklanma dönemindeki kısalık, kartlı alışveriş verilerinin mevsimsel etkilerden arındırılması amacıyla ekonometrik araçların kullanım imkanlarını şimdilik sınırlandırmaktadır.

Yukarıda ifade edilen kısıtlar veri olmak üzere, yeni tüketim endeksi dört ayrı göstergenin basit ortalaması olarak aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir:

$$ibt = \{(kait/gs) / (kais/gs)\} \text{ veya } ibt = \{kait / kais\}$$

$$kbt = \{(kait/gs) / ks\}$$

$$isbt = \{(kait/gs) / kayis\}$$

$$pbt = \{(kait/gs) / pts\}$$

ibt, *kbt*, *isbt* ve *pbt*, kredi kartları ve banka kartları için ayrı ayrı hesaplanarak toplanmaktadır. Bu şekilde toplam günlük ortalama kartlı alışveriş tutarlarına ulaşılmaktadır. Elde edilen günlük ortalama değerler, cari dönem değerlerini ifade ettiği için, aşağıdaki standart formül uygulanarak, endeks değerleri baz dönem esas alınarak her bir gösterge için yeniden hesaplanmaktadır.

$$\text{Endeks değeri} = (\text{Cari dönem değeri} / \text{Baz dönem değeri}) * 100$$

Burada;

işlem başına tutar, *ibt*

kart başına tutar, *kbt*

işyeri başına tutar, *isbt*

pos başına tutar, *pbt*

kartlı alışveriş işlem tutarı, *kait*

kartlı alışveriş işlem sayısı, *kais*

kart sayısı, *ks*

kartlı alışveriş yapılan işyeri sayısı, *kayis*

pos terminali sayısı, *pts*

aylık normal gün sayısı, *gs*

Her bir gösterge için hesaplanan endeks değerlerinin basit ortalaması alınarak, “e.t.t.e” endeks değerlerine ulaşılmaktadır.

$$“e.t.t.e” = \{endeks\ değerleri(ibt+kbt+isbt+pbt) / 4\}$$

Bankaların, ödeme sisteminin gerek talep ve gerekse arz yönlü kurumsallaşması yönünde özel çabalarının etkileri bir kenara bırakıldığında, kart ve işlem sayısındaki gelişmelerin talep yönlü (tüketici kaynaklı), işyeri ve pos terminal sayısındaki gelişmelerin ise

arz yönlü (satıcı kaynaklı) kurumsallaşma isteğini yansıttığı genellemesini yapmak çok yanıltıcı olmayacaktır. Talep yönlü göstergeler gelir ve borçlanma eğilimi gibi konjonktürel etkilere, arz yönlü göstergeler ise rekabet boyutunda kurumsal yapıya dahil olma isteği gibi daha yapısal etkilere daha açıktır. Endeksin oluşumunda, yukarıda ifade edilen dört göstergenin basit ortalamasının alınmasının sebebi, arz-talep yönlü kurumsallaşma olgusu ile konjonktürel-yapısal değişimlerin tüketim eğilimleri üzerindeki etkilerine eşit ağırlık verme isteğinden kaynaklanmaktadır.

II. “e.t.t.e” endeksinin artı ve eksileri

Bu çalışma ile sunulan yeni tüketim endeksinin en önemli artısı veri kaynağının tüketici ya da firma beyanlarına değil, tüketici tarafından yurtiçinde kart kullanmak suretiyle yapılan fiziki alışveriş işlemine (efektif talebe) dayanıyor olmasıdır.

Diğer önemli bir artısı ise, yaklaşık 39 milyon adet kredi kartı kullanan tüketici ve kartlı alışverişe imkan veren yaklaşık 943 bin işyerini içine alan çok geniş bir bilgi tabanına dayanıyor olmasıdır.

Çalışmada önerilen “e.t.t.e” nin, tüketim talebinin izlenmesine yönelik olarak getireceği bir diğer olası katkı, harcama grupları bazında tüketici eğilimlerinin analiz edilebilmesine büyük ölçüde imkan sunabilmesidir. Standart Endüstriyel Sınıflandırma (SIC) sisteminden türetilmiş “İşyeri Kategori Kodları-MCC” ndan hareketle ana hatlarıyla 24 alt başlık altında sektörel bir sınıflandırma yapılabilmektedir. Sözkonusu sınıflandırma, doğal olarak Bireysel Tüketim Sınıflaması (COICOP) ile bire bir örtüşmemektedir. Çünkü, BKM tarafından derlenen ve bu çalışmanın girdisini oluşturan bilgi tabanında harcama grupları işyeri kodları esas alınarak belirlenmektedir. Buna karşılık, tüketici fiyat endekslerinin hesaplanması ve ağırlıkların tespit edilmesinde, yeni milli gelir revizyonu ile birlikte hanehalkı yurtiçi tüketiminin gruplandırılmasında kullanım alanı bulan COICOP sınıflandırması, harcamanın yapılma amacını esas almaktadır.

Tablo.2 – Tüketim harcamalarının gruplandırılması

Kartlı alışveriş / MCC	TÜFE + Hanehalkı tüketimi / COICOP
(1) araba kiralama,	(1) gıda ve alkolsüz içecekler,
(2) araba satış-servis-yedek parça,	(2) alkollü içecekler ve tütün,
(3) benzin istasyonları,	(3) giyim ve ayakkabı,
(4) havayolları,	(4) konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlar,
(5) seyahat acentaları-taşımacılık,	(5) mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri
(6) konaklama,	(6) sağlık,
(7) kumarhane-içkili yerler,	(7) ulaştırma,
(8) kuyumcular,	(8) haberleşme,
(9) sağlık-sağlık ürünleri-kozmetik,	(9) eğlence ve kültür,
(10) yemek,	(10) eğitim,
(11) giyim-aksesuar,	(11) lokanta ve oteller,
(12) market-alışveriş merkezleri,	(12) çeşitli mal ve hizmetler.
(13) mobilya-dekorasyon,	
(14) elektrik-elektronik eşya-bilgisayar,	
(15) telekomünikasyon,	
(16) sigorta,	
(17) hizmet sektörleri,	
(18) yapı malzemeleri-hırdavat-nalburie,	
(19) doğrudan pazarlama,	
(20) çeşitli gıda,	
(21) kulüp, dernek ve sosyal hizmetler,	
(22) eğitim, kırtasiye, ofis malzemeleri,	
(23) müteahhit işleri,	
(24) diğer.	

Not: TÜFE’de kullanılan yukarıdaki gruplandırmadan farklı olarak, harcama yöntemiyle GSYİH verilerinde gıda-içki ve ulaştırma-haberleşme toplulaştırılmak suretiyle birlikte ele alınmaktadır. Bu nedenle, TÜFE verisi 12 harcama grubunda, hanehalkı tüketimi verisi ise 10 harcama grubunda açıklanmaktadır.

Endeksin altı çizilmesi gereken artlarından bir diğeri, maliyet etkin olmasıdır. BKM önemli bir enerji harcayarak, kartlı alışveriş aktivitesi ile ilgili olarak önemli ölçekte bir veri tabanını, 2002 yılından beri kamuoyunun bilgisine sunmaktadır. Ancak, ham olan verinin kurumsallaşma etkisini de içermesi ve işlenmemesi nedeniyle yeterince kullanım alanı bulamamaktadır.

Tablo.3 – Tüketim endeksleri

	Tüketim Endeksi	Öncü Göstergeler Endeksi	Perakende Endeksi	“e.t.t.e”
Kurum	CNBC-e	CNNTÜRK/ACNielsen	AMPD²/ACNielsen	
Verinin niteliği	Müşteri başına satış verileri	Perakende ciro, miktar ve fiyat verisi	Organize perakende ciro verisi	Kredi ve banka kartı kullanımı yoluyla yapılan alışveriş verisi
Veri kaynağı	Türkiye’de yaygın satış yapan bazı firmalar	100’e yakın kategoride 77 bini aşkın paketli ve markalı ürün satan 3250 adet perakende satış noktası	Organize perakende sektöründe satış yapan 61 markayı bünyesinde bulunduran 30 büyük şirkete ait yaklaşık 2900 adet satış mağazası	39 milyon adet kredi kartını yurtiçinde kullanan tüketiciler ile kartlı alışveriş yapılabilen 943 bin adet işyeri
Açıklama tarihi	Her ayın 10’unda bir önceki ay bilgisi	Her ayın 28’inde bir önceki ay bilgisi	Her ayın 12’sinde bir önceki ay bilgisi	Her ayın ikinci yarısında bir önceki aya ait BKM’nin ham verisi açıklanıyor.
Ulaşılabilir veri dönemi	Ocak 2002’den itibaren aylık	Ocak 2002’den itibaren aylık	Ocak 2006’dan itibaren aylık	Ocak 2002’den itibaren üçer aylık, Nisan 2006’dan itibaren aylık
Sektörel bilgi ve sınıflandırma	Satış verileri, gıda, giyim, ev eşyası, mobilya, sağlık, eğlence-kültür, otel-lokanta-turizm, çeşitli mal ve hizmetler, konut, otomobil, ulaştırma, tüketici kredileri alt başlıklarında toplanmakta, ancak sadece toplam tüketim endeksi açıklanmaktadır.	Gıda-içecek-şekerleme ürünleri, ev temizlik ürünleri, kişisel bakım ürünleri ve sigara hariç tüm bu kategorileri içeren hızlı tüketim ürünleri olmak üzere dört başlık altında endeks verileri açıklanmaktadır.	Gıda, gıda-dışı ve toplam olmak üzere üç başlık altında açıklanmaktadır.	Standart Endüstriyel Sınıflandırma (SIC) sisteminden türetilmiş 24 adet ana İşyeri Kategori Kodları (MCC) bazında bilgi bulunmaktadır ³ .
Satış vergileri	Vergilere ilişkin bir açıklık yoktur.	Katma Değer Vergisi ciroya dahildir.	Katma Değer Vergisi dahil ve hariç ciro bilgisi sözkonusudur.	Katma Değer Vergisi işlem tutarına dahildir.

Bu çalışmada ortaya konulan yeni endeks, tüketicinin taşıt alımı ve kira giderleri ile ilgili tüketim eğilimlerini yansıtmamaktadır. Çünkü, doğası gereği bu tür mal ve hizmet alımlarında temel ödeme aracı, kredi kartı değil, tüketici kredileri, nakit ya da banka havalesidir. Tüketicinin kira ve araç satın alım giderlerini içermemesi, bir eksik olarak değil, bir avantaj olarak da görülebilir. Çünkü taşıt alımına yönelik tüketici talebi, çoğu zaman tüketicinin diğer tüketim eğilimlerini gizleyebilmektedir. Bu nedenle, “e.t.t.e” nin gıda ve özellikle gıda dışı tüketim talebinin izlenmesinde kaliteyi artıracak düşünülmemektedir. Ayrıca,

² Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği

³ İşyeri Kategori Kodları’nın neler olduğu hususunda sayfa 8’deki “Kutu” bilgisi içeriğine bakılabilir.

tüketim endekslerinin dışında tüketicinin taşıt talebinin izlenebileceği çok sayıda göstergenin varlığı da not edilmelidir. Bazı ülkelerde gıda-dışı tüketim eğiliminin taşıt hariç olarak izlendiği gerçeğinin de altı çizilmelidir.

Mevcut tüketim endekslerinin bir çoğunda olduğu gibi, bu çalışmada önerilen endeksin girdisini oluşturan kartlı alışveriş cirosu da satış vergilerini içermektedir. Katma Değer Vergisi'nin ciro içerisine dahil olması, vergilerde yapılacak olası politika ve oran değişimi dönemlerinde, harcama eğilimlerinin daha dikkatli yorumlanmasını gerektirmektedir. Endeksin diğer bir eksisi, veri döneminin kısalığı nedeniyle ekonometrik araçlarla mevsimsel etkilerin ayıklanmasına, şimdilik izin vermemesidir. Açıklanan veri yeterli uzunluğa ulaştığında bu kısıt da ortadan kalkacaktır.

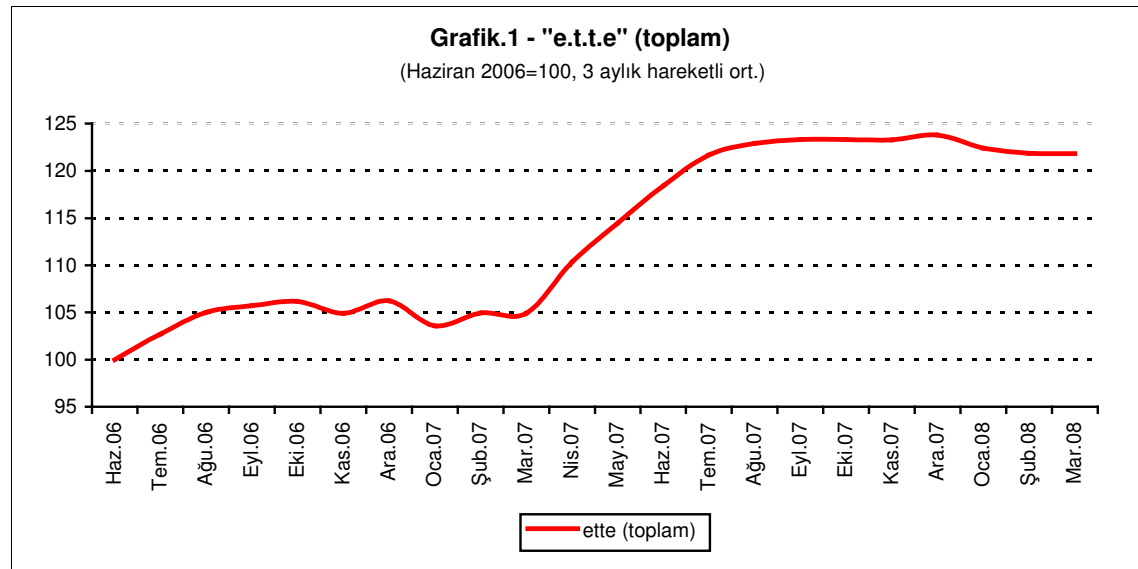
III. Bulgular

Önceki bölümde özetlenen metodoloji kullanılarak 3 aylık hareketli ortalamalardan elde edilen "e.t.t.e" endeks değerleri gıda ve gıda-dışı ayrımında aşağıda verilmektedir.

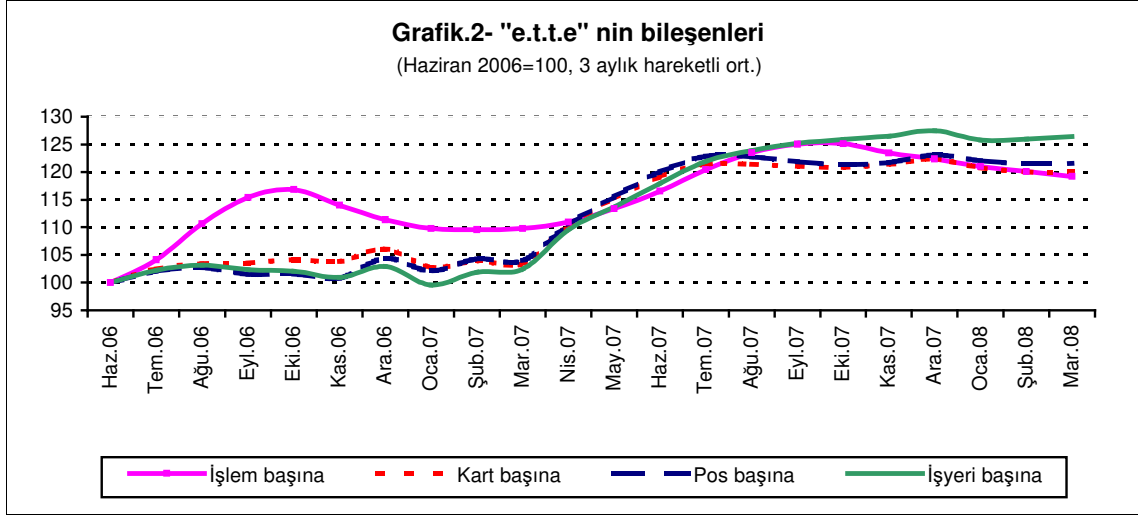
Tablo.4 – "e.t.t.e" endeks değerleri (3 aylık hareketli ort.)

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
"e.t.t.e" endeks değerleri (gıda)												
2006						100,00	100,85	102,67	105,74	108,70	108,96	110,78
2007	106,87	108,88	108,08	114,34	117,14	119,72	121,85	123,36	126,06	128,10	129,35	130,73
2008	129,51	129,65	129,51									
"e.t.t.e" endeks değerleri (gıda-dışı)												
2006						100,00	103,09	105,44	105,63	105,53	103,92	104,95
2007	102,54	103,68	103,93	109,16	113,61	117,87	121,37	122,54	122,53	122,05	121,77	121,88
2008	120,37	119,62	119,72									
"e.t.t.e" endeks değerleri (toplam)												
2006						100,00	102,72	105,00	105,71	106,17	104,91	106,22
2007	103,58	104,94	104,93	110,33	114,44	118,41	121,68	122,91	123,31	123,31	123,28	123,80
2008	122,42	121,89	121,81									

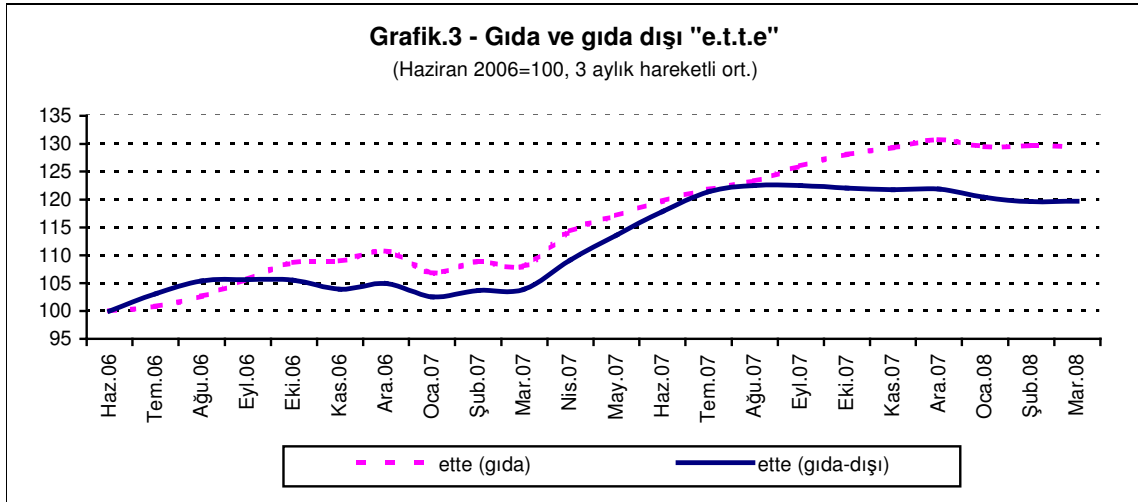
"e.t.t.e" genel endeksindeki gelişmeler incelendiğinde, tüketim harcamalarında 2007 yılının ilk aylarında önemli bir harcama eğilimi yaşanmasının ardından, Temmuz 2007 sonrası dönemde sözkonusu trendin büyük ölçüde durağanlaştığı görülmektedir.



“e.t.t.e” endeksinin bileşenlerini oluşturan işlem başına, kart başına, pos terminali başına ve işyeri başına işlem tutarları ile ilgili göstergeler, birbirinden çok farklılık arz etmemektedir. Bileşenler arasında önemli bir trend farklılığının görülmemesi, genel endeksin tüketim harcamalarındaki gelişmeleri temsil etme yetkinliğini göstermesi açısından önemli görülmektedir.



Standart Endüstriyel Sınıflandırma (SIC) sisteminden türetilmiş işyeri kategori kodları (MCC)'ndan yararlanmak suretiyle, kartlı alışveriş verileri gıda ve gıda-dışı olmak üzere iki ana harcama grubuna indirildiğinde, Grafik.3'den de görülebileceği gibi, gıda harcamalarındaki artış oranı, Eylül 2006'dan beri gıda-dışı harcamalardaki artış oranının üzerinde gerçekleşmektedir. Gıda-dışı harcamalarda 2007 yılının ikinci yarısından itibaren, gıda harcamalarında ise 2007 yılı sonundan itibaren bir durağanlaşma göze çarpmaktadır.



Kutu: Kartlı alışverişe imkan veren işyerleri

Bu çalışma ile ortaya konulan "e.t.t.e" nin diğer tüketim endekslerine göre en önemli avantajı, veri kaynağının çok geniş bir bilgi tabanına dayanıyor olmasıdır. Endeksin Türkiye'nin her tarafına dağılmış, hemen her sektörde faaliyet gösteren, irili ufaklı çok sayıda işyerinin kartlı alışveriş bilgisine dayanıyor olması, endeksin tüketim eğilimini temsil konusundaki gücünü artırmaktadır.

İşyerlerinin coğrafik dağılımı

Bölgeler	İşyeri sayısı*	% Dağ.	İller	İşyeri sayısı*	% Dağ.
Akdeniz	124.833	13,2	İstanbul	228.518	24,2
Doğu Anadolu	29.900	3,2	Ankara	77.609	8,2
Ege	139.585	14,8	İzmir	69.754	7,4
Güneydoğu Anadolu	41.639	4,4	Antalya	43.627	4,6
İç Anadolu	168.478	17,9	Bursa	32.296	3,4
Karadeniz	89.723	9,5	Adana	26.113	2,8
KKTC	5.551	0,6	Konya	24.305	2,6
Marmara	343.419	36,4	Muğla	21.275	2,3
			Kocaeli	20.089	2,1
			Samsun	16.833	1,8
			Diğer iller	382.708	40,6
TOPLAM	943.127	100,0	TOPLAM	943.127	100,0

Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi *7 Mayıs 2008 itibariyle.

Kartlı alışverişe imkan veren işyerlerinin dağılımına bakıldığında, Marmara'nın yüzde 36 ile işyerlerinin en fazla yoğunlaştığı bölge olduğu görülmektedir. Buna karşılık en düşük yoğunlaşmanın olduğu Doğu Anadolu bölgesinde bile 30 bin civarında işyerinin kartlı alışverişe imkan vermesi, sözkonusu temsil gücünü belirginleştiren bir diğer göstergedir. Üç büyük il dışındaki işyerlerinin yüzde 60'lık bir paya sahip olması da, veri kaynağının ülkenin her köşesindeki işyerlerini kapsadığını göstermesi açısından önemli görülmektedir.

Kategorilere göre işyerleri ve işlem tutarları

İşyeri kategori kodları (MCC)	İşyeri sayısı*	% Dağ.	İşlem tutarı**	% Dağ.
Araba kiralama	1.834	0,2	40	0,1
Araç satış, servis ve yedek parça	49.897	5,3	1.365	3,7
Benzin istasyonları	38.327	4,1	5.422	14,6
Havayolları	614	0,1	261	0,7
Seyahat acentaları, taşımacılık	13.195	1,4	548	1,5
Konaklama	8.240	0,9	437	1,2
Kumarhane ve içkili yerler	3.438	0,4	68	0,2
Kuyumcular	23.268	2,5	1.279	3,5
Sağlık, sağlık ürünleri, kozmetik	59.902	6,4	1.181	3,2
Yemek	45.277	4,8	862	2,3
Giyim ve aksesuar	137.956	14,6	3.037	8,2
Market ve alışveriş merkezleri	87.867	9,3	6.068	16,4
Mobilya ve dekorasyon	69.880	7,4	1.274	3,4
Elektrik, elektronik eşya, bilgisayar	71.227	7,6	2.533	6,8
Telekomünikasyon	40.292	4,3	2.925	7,9
Hizmet sektörleri	51.225	5,4	1.131	3,1
Sigorta	11.804	1,3	1.291	3,5
Yapı malzemeleri, hırdavat, nalburiye	57.974	6,1	1.161	3,1
Doğrudan pazarlama	12.730	1,3	2.067	5,6
Çeşitli gıda	67.839	7,2	1.688	4,6
Kulüp, dernek, sosyal hizmetler	3.362	0,4	80	0,2
Eğitim, kırtasiye, ofis malzemeleri	22.465	2,4	410	1,1
Müteahhit işleri	9.557	1,0	109	0,3
Diğer	54.957	5,8	1.804	4,9
TOPLAM	943.127	100,0	37.041	100,0

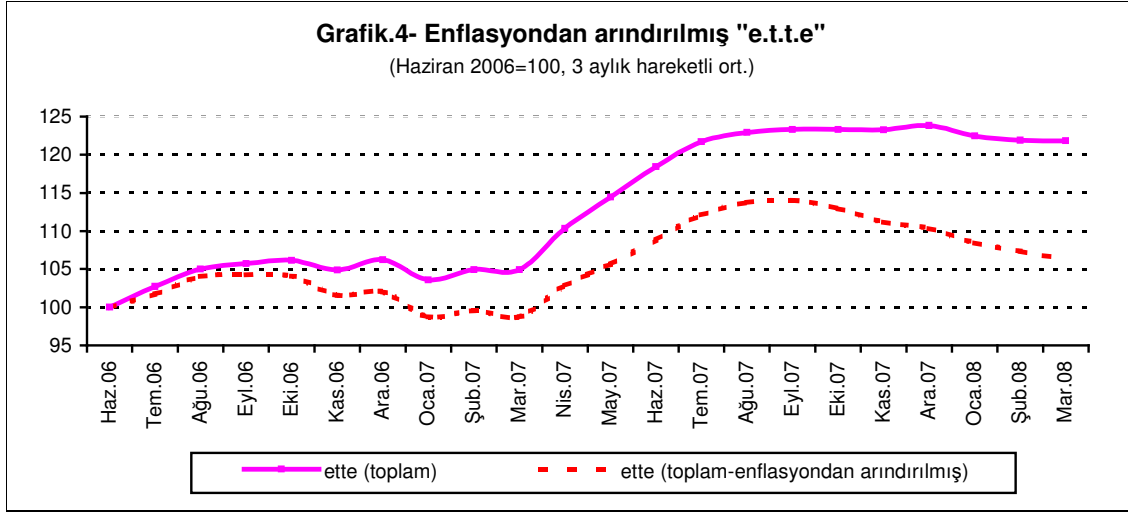
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

(**) Ocak-Mart 2008 dönemi itibariyle, Milyon YTL.

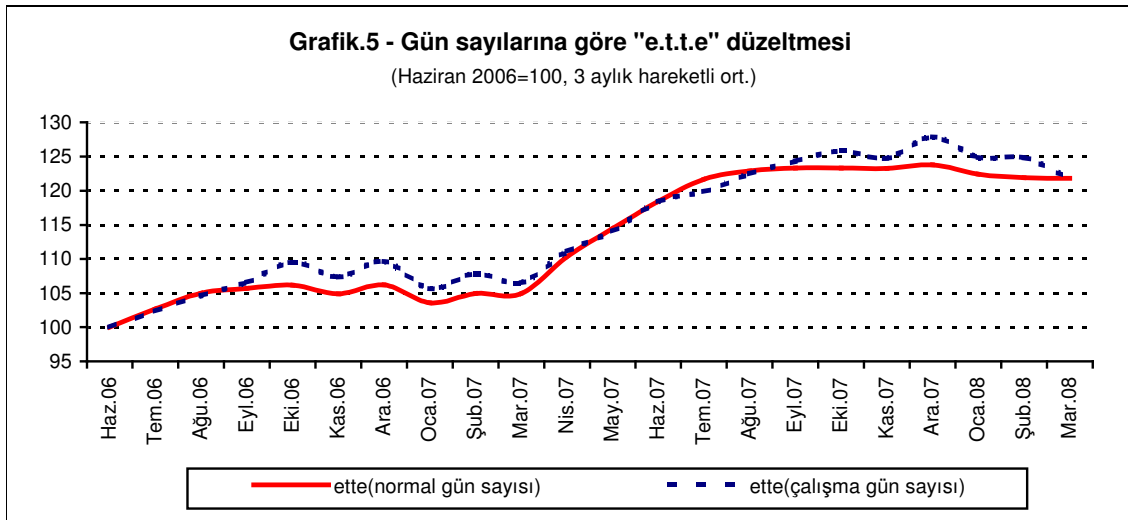
Coğrafik dağılımda olduğu gibi, işyerlerinin faaliyet alanlarında da bir zenginlik sözkonusudur. Giyim mağazaları, marketler, mobilya mağazaları, dayanıklı tüketim malları satış mağazaları, sağlık kurumları, yapı malzemesi satan işyerleri ön plana çıkmakla birlikte, bir çok mal ve hizmetin ticaretini yapan işyerleri veri kaynağının üreticisi konumundadır. İşlem tutarları benzin istasyonlarında ve marketlerde belirginleşmekle birlikte, bütün işyerlerine yaygınlık göstermektedir.

"e.t.t.e" endeksindeki gelişmeleri fiyat etkisinden arındırmak ve tüketicilerin reel harcama eğilimlerini görmek de mümkün olabilmektedir. Bu amaçla, Tüketici Fiyatları Endeksi kullanılarak harcama gelişmeleri enflasyondan arındırılmak suretiyle "e.t.t.e" yeniden

hesaplanmıştır. Gıda harcamaları, gıda ve alkolsüz içecekler fiyat endeksi, gıda dışı harcamalar ise konut ve gıda hariç diğer harcama gruplarının endeks içindeki ağırlıkları dikkate alınarak yeniden hesaplanan tüketici fiyat endeksi kullanılmak suretiyle fiyat etkisinden arındırılmıştır. Enflasyon etkisi ayıklandığında, Ekim 2007 sonrası dönemde durağanlaşan genel endeks değerinin reel bazda önemli bir gerileme eğilimine girdiği görülmektedir. Genel endeksdeki bu gerilemede daha ziyade gıda endeksi etkili olmaktadır. Gıda-dışı harcamalarda enflasyondan arındırılma sonrasında önemli bir trend değil ama seviye değişikliği gözlenirken, 2007 yılının son çeyreğinden itibaren enflasyondan arındırılmış gıda harcamalarında gerileme yönünde önemli bir eğilim farklılaşması göze çarpmaktadır.



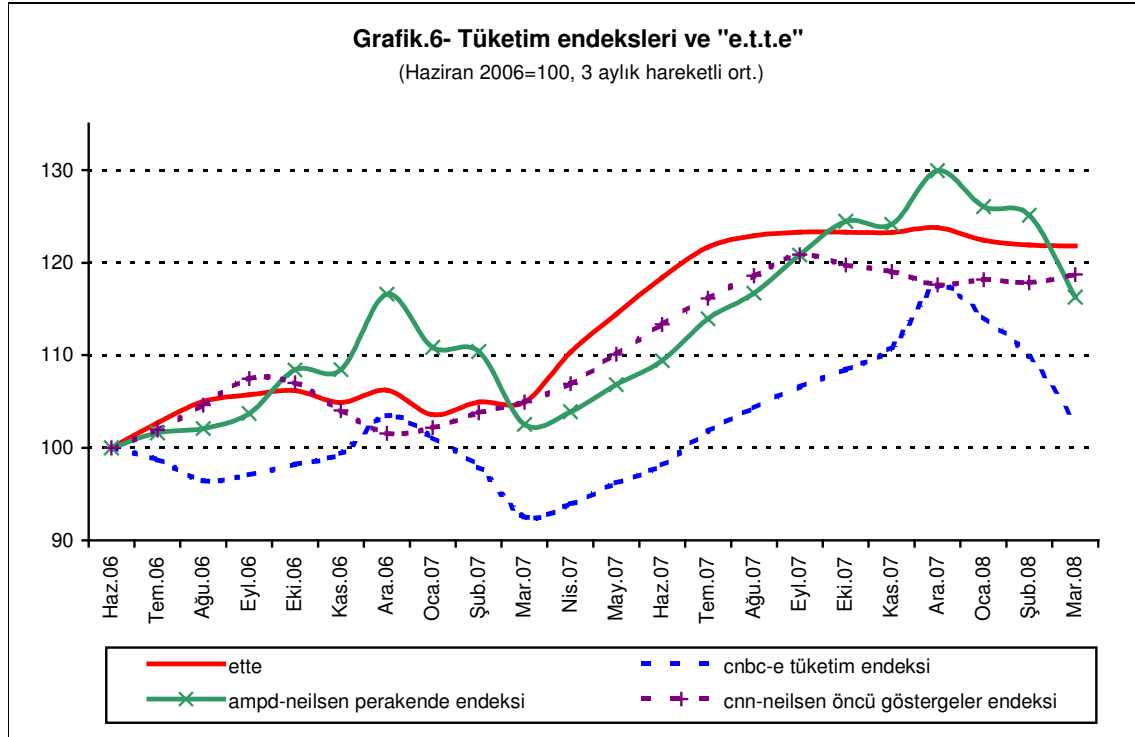
Mevsimsel etkilerin giderilmesinde dikkate alınması gereken hususlardan bir diğeri, gün sayısındaki farklılaşmadan kaynaklanabilecek etkilerdir. Kartlı alışverişe imkan veren işyerlerinin, genel olarak hafta sonu tatilleri ve resmi bayram günlerinde açık olması nedeniyle, "e.t.t.e" nin hesabında çalışma günü değil, normal gün sayıları dikkate alınmıştır. Bununla birlikte, Grafik.5'den de takip edilebileceği gibi, çalışma ya da normal gün sayılarının dikkate alınması, endeksinin genel eğilimlerinde önemli bir farklılaşma yaratmamaktadır.



IV. "e.t.t.e" nin tüketim endeksleri ile karşılaştırılması

Yukarıda da ifade edildiği gibi, ekonomide tüketim harcamalarındaki gelişmeleri izleyebilmek amacıyla çeşitli kuruluşlarca firma ve satış noktası verilerine dayanılarak yapılan endeks çalışmaları sözkonusudur. Bunlardan CNBC-e tüketim endeksi ve CNN Türk öncü göstergeler endeksleri uzun bir süredir yayımlanmaktadır. Bunlara ilave olarak, Eylül 2007 tarihinde AMPD tarafından açıklanmaya başlanan perakende endeksi ile Türkiye üçüncü bir tüketim endeksine daha kavuşmuştur. "e.t.t.e" nin nakit alışverişleri kapsamamakla birlikte, kartlı alışverişe imkan veren geniş bir yelpazede çok sayıda işyeri (943 bin) bilgisini içermesi nedeniyle, tüketim talebinin izlenmesine yeni bir açılım getirebileceği düşünülmektedir.

Tüketim endekslerinin sonuçları karşılaştırıldığında, Grafik 6'dan da görülebileceği üzere dört endekse ilişkin genel harcama trendleri benzerlikler göstermektedir. 2007 yılı ile birlikte harcamalarda genel bir artış trendinin yaşanması, bayram ve yılbaşı dönemlerinde harcamalarda yaşanan sıçramalar, son aylarda boyutları farklı olsa da harcamalarda gerileme eğilimi bütün endekslerin ortak sonuçları olarak not edilebilir. Buna karşılık, yıl başlarında CNBC-e tüketim ve AMPD perakende endeksleri ile "e.t.t.e" ve CNNTURK öncü göstergeler endeksleri arasında belirgin eğilim farklılaşmalarının görüldüğünün de altı çizilmelidir. Nitekim, Aralık ayındaki sıçrama sonrasında yılın ilk aylarında CNBC-e ve AMPD endekslerinde çok belirgin bir gerileme yaşanırken, "e.t.t.e" ve CNNTURK endeksleri sözkonusu dönemdeki gerileme eğilimini teyid etmekle birlikte, çok daha mutedil bir gerilemeye işaret etmektedir.

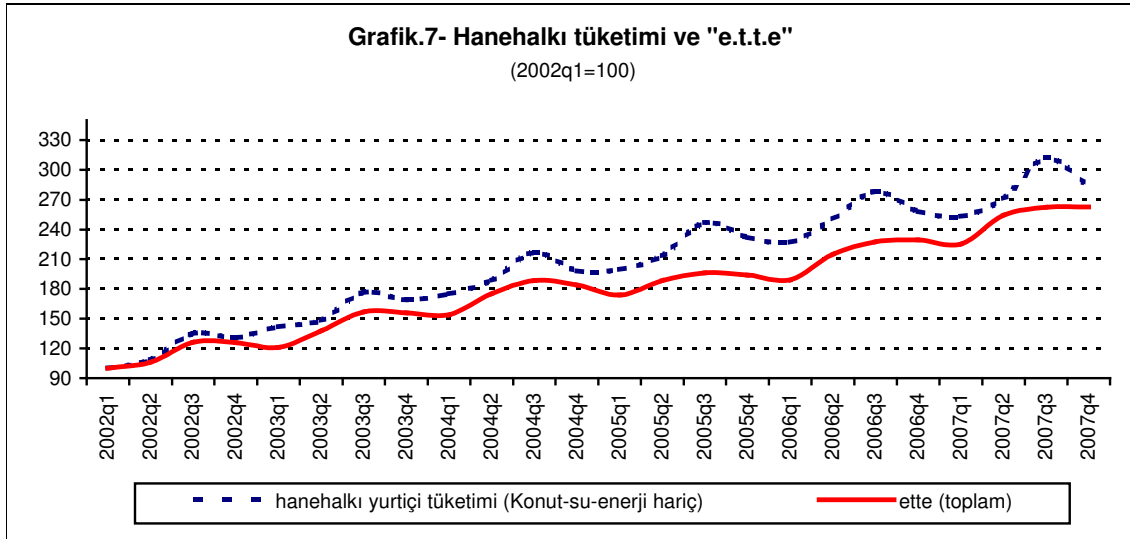


Endekslerin kapsam, metodoloji ve oluşturulma şekillerindeki farklılıklar düşünüldüğünde, harcama trendleri arasında gecikmeli etkilerden de kaynaklanan bazı eğilim farklılıklarının oluşmasını normal karşılamak gerekmektedir. Çünkü, bazı endeksler doğrudan muhasebe bilgisine dayanırken, bazı endeksler satış bilgilerinin beyanı ve sonrasında işlenmesini gerektirmektedir.

V. “e.t.t.e” nin hanehalkı tüketim eğilimlerini temsil gücü

“e.t.t.e” endeksinin hanehalkı yurtiçi tüketimini ne ölçüde temsil ettiği hususu üç noktadan hareketle değerlendirilebilir. Birincisi, toplam tüketimin ne kadarlık bölümünün kartla yapıldığı ile ilgilidir. Hanehalkı giderek artan ölçüde ödemelerini kartla yapmaktadır. Nitekim, kartlı ödeme tutarı 2000 yılında konut hariç hanehalkı yurtiçi tüketiminin yüzde 7’sine karşılık gelirken, sözkonusu oran 2007 yılında yüzde 26’lara ulaşmıştır. Tek başına bu gelişme, “e.t.t.e” nin özel tüketimde yaşanan gelişmelerin izlenmesinde temsil açısından yeterli olduğunu ve bu temsilin ödemeler sisteminin kurumsallaşma derecesi arttıkça güçleneceğini göstermektedir.

İkinci değerlendirme noktası, kartlı alışveriş tutarlarının üçer aylık dağılımları ile ilgilidir. TÜİK’in hanehalkı tüketim verileri ile kartlı alışveriş işlem tutarları üçer aylık dönemlere büyük ölçüde benzer bir şekilde dağılmaktadır. 2002-2007 dönemini kapsayan 6 yıllık dönemde ortalama olarak kartlı işlem tutarının üçer aylık dönemlere dağılımı, sırasıyla yüzde 20, 24, 27 ve 29 iken, aynı dönemde konut-su-enerji hariç hanehalkı tüketim harcamaları üçer aylık dönemlere sırasıyla yüzde 22, 24, 28 ve 26 olarak dağılmaktadır.



Son olarak, üçer aylık dönemler itibarıyla hesaplanan “e.t.t.e” endeksi ile hanehalkı yurtiçi tüketimi arasında Grafik.7’de de görülebileceği gibi güçlü bir eğilim benzerliği sözkonusudur. Konut-su-enerji hariç hanehalkı yurtiçi tüketim harcamaları ile üçer aylık “e.t.t.e” endeks değerleri arasındaki korelasyon katsayısının 2002Q1-2007Q4 dönemi için 0,9829 olarak hesaplanması, bu ilişkinin yönü ve derecesi konusunda önemli ipuçları vermektedir.

VI. Genel değerlendirme

Ekonomide yaşanan gelişmelerin doğru algılanması ve analiz edilmesi, büyük ölçüde tüketici davranışlarının sağlıklı bir şekilde izlenebilmesi ile mümkün olabilmektedir. Türk ekonomisinde iç talep gelişmeleri takip edilirken, tüketicinin harcama davranış ve beklenti eğilimlerini ortaya koyan ve tüketicinin beyanına dayanan tüketici güven endeksleri ya da bazı firmaların satış bilgilerine dayanan tüketim endeksleri kullanılabildiği gibi, beyaz eşya ve taşıt araçları satışı, tüketim malları ithalatı, iç satışlar üzerindeki vergiler gibi fiziki veriler de kullanılabilmektedir.

Bu çalışmada, Türk ekonomisinde ödeme sisteminin kurumsallaşması ve bu kapsamda kredi ve banka kartı kullanımının giderek yaygınlaşmasından hareketle, kartlı alışveriş trendlerinden yararlanarak, tüketim gelişmelerinin izlenmesi amacıyla yönelik yeni bir tüketim endeksi oluşturulmaktadır.

Türkiye’de hanehalkı yurtiçi tüketiminin yüzde 26’sının kart kullanımı ile gerçekleştirilir hale gelmesi, bu çalışmada ortaya konulan tüketim endeksini (e.t.t.e) diğer göstergelere göre avantajlı hale getirmektedir. Veri kaynağının çok geniş bir bilgi tabanı ve tüketicinin efektif talebine dayanması, Türkiye’nin her tarafına dağılmış, hemen her sektörde faaliyet gösteren, irili ufaklı çok sayıda işyerinin kartlı alışveriş bilgisine dayanıyor olması, “e.t.t.e” nin tüketim eğilimini temsil konusundaki gücünü artırmaktadır. “e.t.t.e” nin bir diğer avantajı, harcama grupları bazında tüketici eğilimlerinin analiz edilebilmesine imkan sunmasıdır.

Bu çalışma ile ortaya konulan yeni tüketim endeksinin kurumsallaşmış bir yapı içerisinde düzenli olarak açıklanmaya başlanmasının, Türk ekonomisinde tüketim eğilimlerinin izlenme kalitesine önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ercan Türkan
3 Haziran 2008

Kaynaklar

Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), “AMPD-ACNielsen Perakende Endeksi”, www.ampd.org.tr

ACNielsen Türkiye, “CNN Türk-Nielsen Öncü Göstergeler Endeksi”, <http://tr.acnielsen.com>

Bankalararası Kart Merkezi (BKM), “Raporlar”, www.bkm.com.tr

CNBC-e, “Tüketim Endeksleri”, www.ntvmsnbc.com

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), “Tüketici Eğilim Anketi”, www.tcmb.gov.tr

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), www.tuik.gov.tr

- “Harcamalar Yöntemiyle GSYİH”,
- “Tüketici Fiyatları Endeksi”,
- “Tüketici Eğilim Anketi”,
- “Amaca Göre Bireysel Tüketim Sınıflaması”.