

GAZIANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Tüketici Güven Endeksi ile Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişkinin Johansen Eşbütünleşme ve Nedensellik Analizi: Türkiye Örneği

Johansen Cointegration and Causality Analysis of the Relationship Between Consumer Confidence Index and Selected Macro Variables: The Case of Turkey

Mehmet ZANBAK^{a*} Reyhan ÖZEŞ ÖZGÜR^b Elvan ÇİÇEKER^c

^aDoç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İİBF Ekonometri Bölümü, Antalya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-9838-9063

^bDr. Öğr. Üyesi., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Gümrük İşletme Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-0842-0590

^cYL Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, Antalya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0001-6011-282X

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 7 Haziran 2021

Kabul tarihi: 3 Ocak 2022

Anahtar Kelimeler:

Tüketici güven endeksi,
Johansen eşbütünleşme analizi,
Nedensellik analizi,
VECM,
Türkiye

ÖZ

Bir ülkede bireylerin ekonomik durumları ile geleceğe yönelik beklentileri harcama ve/veya tasarruf tutumlarını etkileyebilmekte, söz konusu davranış kalıplarının ekonomiye yansımaları, bir başka ifadeyle ekonomiye yönelik güvenin seviyesi tüketici güven endeksiyle ölçülebilmektedir. Bu çalışmada tüketici güven endeksi ile enflasyon, döviz kuru, işsizlik oranı, genç işsizlik oranı ve tüketici kredisi faizi arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkiler Türkiye örneğinde test edilmektedir. Bu amaçla 2007-2020 döneminin mevsimsellikten arındırılmış aylık verileri ışığında Johansen eşbütünleşme analizi yapılmış, tahmin sonucunda; tüketici güven endeksi ile diğer değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Bununla birlikte hata düzeltme modeli kullanılarak kısa dönemde oluşan dengeden sapmaların yaklaşık 4 ay sonra uzun dönem dengesine ulaşacağı sonucuna varılmıştır. Tüketici güvenine yönelik çalışmada yapılan bir diğer analizde Granger nedenselliği test edilmiş ve tahmin sonucunda; döviz kuru, işsizlik oranı, genç işsizlik oranı, enflasyon oranı ile tüketici kredisi faizinin, tüketici güven endeksinin kısa dönemde nedeni olmadığı, ancak uzun dönemde birlikte hareket ederek nedeni olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmanın bulgularından hareketle tüketicilerin mevcut ekonomik durumları ile geleceğe dair beklentilerini yansıtan tüketici güven endeksinin artırılabilmesi ve hatta uzun süredir oldukça gerisinde kalan 100 eşik değerini üzerine çıkarılabilmesi için; döviz kurunun, işsizlik oranının ve tüketici kredisi faizlerinin düşürülmesine yönelik politikaların etkili sonuçlar vereceği vurgulanabilir.

ARTICLE INFO

Article History:

Received June 7, 2021

Accepted January 03, 2022

Keywords:

Consumer confidence index,
Johansen cointegration analysis,
Causality analysis,
VECM,
Turkey

ABSTRACT

Economic conditions and future expectations of individuals in a country can affect their spending and/or saving attitudes, the reflections of these behavioural patterns on the economy, in other words, the level of confidence in the economy can be measured with the consumer confidence index. In this study, the short- and long-term relationship among consumer confidence index with inflation, exchange rate, unemployment rate, youth unemployment rate, and consumer loan interest was tested with regard to Turkey. To this end, Johansen cointegration analysis was carried out based on seasonally adjusted monthly data for the period 2007-2020, and as a result of the estimation, a cointegration relationship was determined between consumer confidence index and other variables. In addition, it was concluded that deviations from short-term equilibrium would reach long-term equilibrium after approximately 4 months by utilizing an error correction model. In another analysis carried out with respect to consumer confidence, Granger causality was tested, and as a result of the estimation, it was concluded that whereas exchange rate, unemployment rate, youth unemployment rate, inflation rate, and consumer loan did not influence the consumer confidence index in the short term, these variables affected the consumer confidence index in the long term by acting together. Based on the result of this study, it can be underlined that the policies aimed at decreasing exchange rate, unemployment rate, and consumer loan rates will result in effective results to increase consumer confidence index, which reflects the current economic conditions of consumers and their expectations for the future, and even to rise above the 100-threshold value, which has been far behind for a long time. For this reason, it may be suggested to prioritize the policies for improving the aforementioned variables so that resources can be used effectively.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: mehmetzanbak@akdeniz.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

The basic motivation for conducting this study is to reveal the relationship among the variables considered to be effective on short and long-term spending-saving behaviour of individuals living in Turkey and which are emphasized as risk factors in economies with consumer confidence. As a result of the estimation made by the model developed in this regard, it is aimed to create a policy priority regarding the variables affecting consumer confidence negatively and guiding practitioners in this respect.

Aiming to specify future expectations by consumers' individual and a country's general economic/financial condition, the *consumer confidence index* is considered an indicator aiming to provide consumers' spending and saving tendencies, especially in near future (TÜİK, 2021a). It can be underlined that values above 100 refer to an optimistic situation in consumer confidence, while values below 100 are associated with pessimism in consumer confidence regarding this index, which takes a value between 0 and 200. As demonstrated in Figure 1, the index value, which was 96.1 in 2007, declined to 81 by 2020. This urges that pessimism is dominant in Turkey in the aforementioned period and this is getting worse.

When examining the literature regarding the consumer confidence index, there is a great number of studies in national and international scale. When primary methodologies of these studies examined, it is seen that the Johansen cointegration method, Granger causality test, Todo-Yamamoto test, ARDL test, cluster analysis and panel data analysis have been used most. Tunalı and Özkan (2016); Sönmezler et al. (2019); Beşiktaşlı and Cihangir (2020); Tekin and Cengiz (2018); Eyüboğlu and Eyüboğlu (2018); Baştürk (2019); Gökalp (2019); Özakarlı and Küçüksille (2020); Başarır et al. (2019); İbicioğlu et al. (2013); Kalkan and Depren (2017); Kılıçkan and Karacan (2019); Yamak et al. (2019); Eryüzlü (2020); Yaşar and Ceylan (2020); Loria and Brito (2004); Oduh et al. (2012); Mandal and McCollum (2013); Islam and Mumtaz (2016); Mazurek and Mielcova (2017); Ngobo and Ingarao (2017) are some examples for the aforementioned subject.

The short- and long-term relationship among the consumer confidence index, representing consumers' individual economic conditions and future expectations/attitudes, with inflation rate, exchange rate basket, unemployment rate, youth unemployment rate and consumer loan interest was investigated regarding the period covering 2007-2020 in Turkey.

$$\ln tge_t = \beta_0 + \beta_1 \ln enf_t + \beta_2 \ln kur_t + \beta_3 \ln iss_t + \beta_4 \ln giss_t + \beta_5 \ln faiz_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

In the model, in which the variables considered to be related to the attitudes and expectations of consumers were included as independent while consumer confidence index (*Intge*) was included as dependent variables, all series were seasonally adjusted at the beginning. Later on, ADF unit root test was administered to the variables, and it was determined that all variables were stationary at the first difference. After specifying the series as I(1), Johansen cointegration analysis from the cointegration methods was performed to estimate the long term equilibrium relationship between time series. Moreover, it was observed that while unemployment rate (*lmiss*), consumer loan interest (*lnfaiz*), and exchange rate basket (*lnkur*) influenced the consumer confidence index negatively in the long term, inflation rate (*lnenf*) and youth unemployment rate (*lngiss*) positively affected the index contrary to expectations. It was also concluded that imbalances in the consumer confidence index were temporary and would improve in approximately 4 months, which would be resulted in achieving the long-term balance. In another analysis carried out with respect to consumer confidence, Granger causality was tested, and as a result of the estimation, it was concluded that whereas exchange rate, unemployment rate, youth unemployment rate, inflation rate and consumer loan did not influence the consumer confidence index in the short term, these variables affected the consumer confidence index in the long term by acting together.

Based on the result of this study, it can be underlined that the policies aimed at decreasing exchange rate, unemployment rate and consumer loan rates will result in effective results in order to increase consumer confidence, which reflects the current economic conditions of consumers and their expectations for the future, and even to rise above the 100-threshold value, which has been far behind for a long time.

Giriş

Bir ülkenin sosyoekonomik mevcudiyetini resmedebilmek için hiç kuşkusuz çok sayıdaki mikro ve makro değişkenden faydalanılabilmektedir. Bu göstergelerin başında işsizlik, enflasyon, yoksulluk, ulusal gelir, büyüme gibi makro değişkenler önemli bir yer tutarken, yakın geçmişte insani gelişme endeksi, çok boyutlu yoksulluk endeksi, tüketici güven endeksi gibi değişkenler de araştırmacılar tarafından sıklıkla ele alınan göstergeler arasında kendini göstermektedir. Bu çerçevede odaklanılan değişkenler arasında yer alan ve tüketicilerin bireysel mali durumları ile geleceğe yönelik beklentilerine odaklanan “tüketici güven endeksi”, harcama ve tasarruf eğilimlerini ölçmeyi hedefleyen bir endekstir ki buradaki temel amaç tüketicilerin mevcut ve geleceğe dair tutumlarını ortaya koymaktır.

Türkiye’de ve benzer gelişmekte olan ülkelerde Gayri Safi Yurtiçi Hasıla’nın (GSYH) büyük bir kısmını tüketim harcamaları oluştururken, tüketim harcamalarının GSYH içindeki bu payı aynı zamanda büyüme hızını belirlemektedir. Sağlıklı bir ekonominin sürdürülebilirliği için sektörlerin işleyişi yanında, güven gibi dışsal faktörler de önemli bir yer tutmaktadır ki bu noktada tüketici güven endeksi, bireysel tutumların yansıtılmasında önemli bir gösterge olarak kendini göstermektedir. Bununla birlikte endeksteeki artış veya azalışlar bireysel harcama ve tasarrufların seyrini belirlerken, fertlerin ekonomik durumuna, işe yerleşme olasılıklarına ve ekonomiye yönelik beklentilerinin belirlenmesine ışık tutmaktadır. Ülke ekonomisine dair olumsuz beklentiler tüketicilerin harcama/tasarruf kalıplarını değiştireceği için başta ekonomik büyüme olmak üzere, reel sektör ve finansal piyasalardaki birçok gösterge bu durumdan negatif yönde etkilenmekte, buna karşın olumlu beklentiler, tutumlar ve dolayısıyla ekonomiye güven, ekonomiye pozitif yansımaktadır. Bu noktada bireylerin ekonomiye güveni için “öngörülebilirlik” kavramı öne çıkmaktadır ki ekonomik aktörler tarafından öngörülebilecek bir ortamın varlığı yatırım, tasarruf ve tüketimi doğrudan etkilemektedir. Örneğin bir yatırımcı için yatırımın geri dönüşünün yatırım harcamasını karşılaması veya aşması gerekli iken, tüketici için harcamalarının geliriyle uyumlu olması beklenmektedir. Bunun sağlanabilmesi ise yatırımcı ve tüketicinin ancak ekonomiye güven duymasıyla mümkün olmaktadır. Bireylerin fiili ekonomik durumları ile geleceğe ilişkin kötümserliği ekonomiye yönelik güvenin azaldığına işaret etmekte, bu durum ise istikrarlı bir ekonomik büyümenin önüne geçmektedir.

Bu çalışmanın kaleme alınmasındaki temel motivasyon, Türkiye’de yaşayan bireylerin kısa ve uzun dönemli harcama tasarruf davranışı üzerinde etkili olabileceği düşünülen ve ekonomilerde risk unsuru olarak vurgulanan değişkenler ile tüketicilerin güveni arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’ndan (TCMB) elde edilen 2007-2020 yılları arasındaki aylık veriler ışığında Johansen eşbütünleşme analizi yapılmış, literatüre dayandırılarak oluşturulan modelde bağımlı değişkeni tüketici güven endeksi, bağımsız değişkenleri ise enflasyon oranı (TÜFE), döviz kuru¹ (%50\$/TL+%50€/TL), işsizlik oranı, genç işsizlik oranı, tüketici kredisi faizi temsil etmiştir. Oluşturulan modelin tahmini sonucundan tüketici güveni ile ilişkili olduğu düşünülen bağımsız değişkenlerin katsayısı ve işaretinden hareketle politika yapıcılara öneriler sunulması hedeflenmektedir. Bir başka ifadeyle özellikle tüketici güvenini olumsuz etkileyen değişkenlere

¹ Çalışmada döviz kuru sepeti kullanılmasının altında Türkiye’de ihracatın ağırlıklı olarak euro ile yapılmasına karşın ithalatın dolar ile yapıyor olması yatmaktadır. *Bir diğer ifadeyle hem ihracat hem de ithalat kaynaklı risklerin tüketici güveni (endeksi) üzerindeki etkisinin ortaya çıkarılabilmesi adına sepet kurun modele dâhil edilmesi uygun görülmüştür.* Bu konuda literatürde fikir birliği olmamakla birlikte, Beşiktaşlı ve Cihangir (2020); Başarır, Bicil ve Yılmaz (2019), İbicioğlu, Kapusuzoğlu ve Karan (2013) analizlerinde dolar kurunu kullanmayı tercih etmiş, buna karşın Özakarlı ve Küçükşille (2020) kurguladıkları modele sepet kuru dâhil etmiştir.

yönelik politika önceliğinin oluşturulması ve uygulayıcılara ışık tutulması çalışmanın başlıca hedefleri arasında yer almaktadır. Bu çerçevede çalışmanın hipotezleri şu şekilde özetlenebilir:

- H₁: Enflasyondaki artış tüketici güven endeksini azaltmaktadır.
- H₁: Hem genel hem de genç işsizlik oranları arttıkça tüketici güven endeksi azalmaktadır.
- H₁: Döviz kurlarında artış tüketicilerin tutumlarını olumsuz etkilerken, tüketici güven endeksini azaltmaktadır.
- H₁: Tüketici kredisi faizi arttıkça tüketici güveni gerilemektedir.

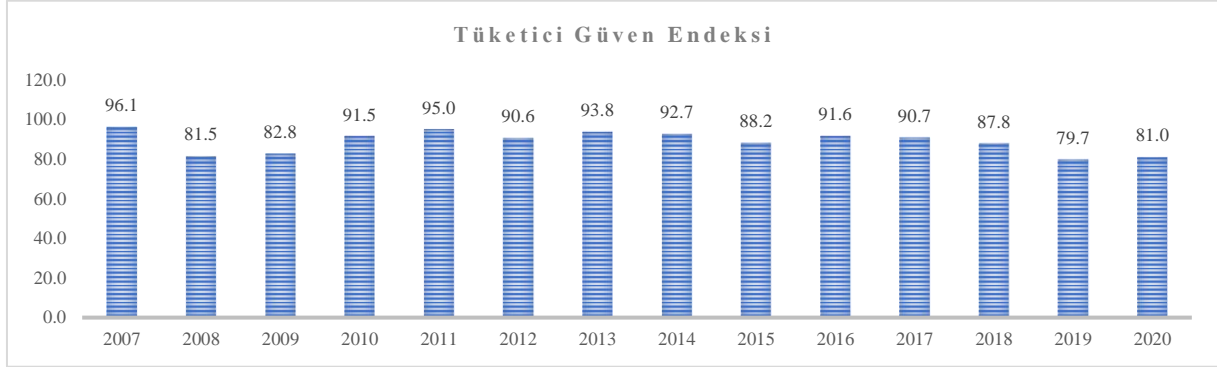
Belirtilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla çalışmanın başlangıcında tüketici güven endeksi ile ele alınan makro değişkenlerin kavramsal çerçevesine değinilmiş, devamında konu ile ilgili literatür özetine yer verilmiştir. Çalışmanın dördüncü başlığını ise, oluşturulan model çerçevesinde ampirik analiz oluşturmaktadır ki söz konusu başlığı veri seti, yöntem ve bulgular şeklinde alt başlıklara ayırmak mümkündür. Çalışmanın son kısmını ise, elde edilen bulguların özetlendiği ve bu bulgular ışığında politika önerilerinin sunulduğu sonuç başlığı oluşturmaktadır.

Tüketici Güven Endeksi: Kavramsal Çerçeve ve Türkiye’deki Görünümü

Tüketicilerin bireysel ve ülkenin genel ekonomik/mali durumu ile geleceğe dair beklentileri ölçmeyi amaçlayan *tüketici güven endeksi*, tüketicilerin özellikle yakın gelecekteki harcama ve tasarruf eğilimlerini ortaya koymayı hedefleyen bir gösterge olarak kendini göstermektedir. Bir başka ifadeyle ekonomiye yönelik bir tutum analizi yapma imkânı tanıyan bu endeks, TÜİK tarafından yapılan ve sonuçları yaş/cinsiyete göre ağırlıklandırılan tüketici eğilim anketine göre belirlenmektedir. Söz konusu endeksin ölçümü esnasında alt endekslerden yararlanılırken, bu alt endeksler; “*son 12 aylık döneme göre mevcut dönemde hanenin maddi durumu*”, “*gelecek 12 aylık dönemde hanenin maddi durum beklentisi*”, “*genel ekonomik durum beklentisi*” ve “*geçen döneme göre gelecek 12 aylık dönemde dayanıklı tüketim mallarına harcama yapma olasılığı*” şeklinde sıralanabilir (TÜİK, 2021a). Avrupa Birliği esasları baz alınarak ve denge yöntemine göre tüketici eğilimini yansıtan sorulardan hareketle ölçülen tüketici güven endeksinde bir denge katsayısı hesaplanırken, öncelikle olumlu ve olumsuz yanıt verenlerin yüzdeleri farkı alınmaktadır. Sonrasında ulaşılan denge katsayısı 100 ile toplanarak soru başına farklı yayılma endeksi elde edilmekte ve devamında her sorunun yayılım endeksinin ortalaması alınarak güven endeksi değerine ulaşılmaktadır. Bu noktada 0-200 bandında farklılaşan bu endekste, 100’ün üzerindeki değerlerin tüketici güvenindeki iyimserliğe; 100’ün altındaki değerlerin ise kötümserliğe karşılık geldiği vurgulanabilir (Kaya, 2020). Buradan hareketle tüketici güven endeksinin, bir ülke ekonomisinde iç talep ve iktisadi büyümeye ilişkin önemli göstergelerin arasında yer aldığı söylenebilir. Bir başka ifadeyle, endeks değeri 100’ün altında kaldığı ve sürekli gerilediği dönemde ekonomide büyüme beklentisi zayıflamakta, böylelikle tüketicilerin harcama eğilimlerinde bir yavaşlama olacağı tahmin edilmektedir. Endeks 100 eşik değerinin üzerine çıktığında ve 200’e doğru ivmelendiğinde ise ekonomide büyüme öngörüsü oluşurken, devamında tüketici beklentileri ile harcama eğiliminde olumluya yönelik bir seyir gözlemlenmektedir.

Yukarıda vurgulanan bilgiler ışığında Türkiye’ye yönelik 2007-2020 yılları için TÜİK ve TCMB iş birliğiyle gerçekleştirilen eğilim anketi verilerinden hareketle elde edilen mevsimsellikten arındırılmış tüketici güven endeksinin seyri Şekil 1’de görülebilmektedir (TÜİK, 2021a). Söz konusu şekilde yansıtıldığı üzere 2007-2020 döneminde Türkiye’de tüketici güveninde kötümser bir havanın hâkim olduğu söylenebilir. Bununla birlikte 2007 yılında 96,1 olan endeks değerinin, özellikle küresel ekonomik krizin yaşandığı 2008 ve 2009

yıllarında önemli ölçüde düşüş sergilediği de göze çarpmaktadır. Tüketici güveni 2010 yılı itibariyle tekrar artış eğilimine girmiş olsa da 2017 yılına kadar dalgalı trendini korumakta ve 2018 sonrasında gözle görülür bir azalış ivmesi sergilemektedir. Bir diğer ifadeyle 2017 yılında 90 seviyesinde olan endeks değeri takip eden 3 yıl içerisinde yaklaşık 10 puanlık bir gerilemeyle 80 civarına ulaşmıştır ki bu da tüketici güvenindeki kötümserliğin arttığına ve giderek derinleştiğine karşılık gelmektedir. Ayrıca 2020 yılı itibariyle son 14 yıldaki tüketici güven endeksi değerleri, endeksin 100'ün üzerinde gerçekleşmediğini göstermektedir. Bu durum ise belirtilen süre zarfında tüketicilerin iyimserliğinin hiç olumluya dönüşemediğinin bir başka ifadesidir. Bu çalışmanın temel amacı da buna neden olabileceği düşünülen olası faktörlerin etkisini ortaya koyabilmektedir.



Şekil 1: Türkiye’de Tüketici Güven Endeksi (2007-2020)

Bununla birlikte, tüketici güven endeksinin hesaplanmasında kullanılan alt endekslere, tüketici davranışlarını yansıtan soruların oluşturduğu eğilim endeksleri yardımıyla ulaşılmaktadır². Bu noktada söz konusu eğilim endekslerinin bir kısmı 2012-2020 dönemi baz alınarak incelendiğinde; genel itibariyle kötümser bir havanın hâkim olduğu ve sürecin gittikçe olumsuzla doğru işlediği söylenebilir. Örneğin *gelecek 12 aylık dönemde hanenin maddi durum beklentisi* endeksi değerinin 2020 yılında 2012 yılına göre yaklaşık 10 puan gerilediği görülmektedir ki bu, tüketicilerin maddi durum beklentisi konusundaki kötümserliğinin derinleştiğine karşılık gelmektedir. Benzer şekilde *geçen 12 aylık dönemde mevcut dönemde genel ekonomik durum* endeksi değeri de 94,9’dan 70’e gerilemiştir. Geçen 12 aylık döneme göre mevcut ekonomik durum endeksinin gerilemiş olması, geleceğe yönelik olumsuz beklentilerin belki de altyapısını oluşturmaktadır. Zira *gelecek 12 aylık dönemde genel ekonomik durum beklenti* endeksinin 2012 yılı ortalaması 96,9 iken, 2020 yılında 80’in altına kadar düşmüştür. *Hanenin içinde bulunduğu mali durum* endeksi ise %9,3 oranında azalma göstererek 2020 yılına gelindiğinde 70,5’e kadar gerilemiştir.

Tüketici eğilimleri içinde 2012-2020 yılları arasında az da olsa olumlu yönde değişen nadir endekslerden birisi *gelecek 12 aylık dönemde tasarruf etme ihtimali* endeksidir ki söz konusu endeks ele alınan dönemde 0,6 puan artış göstererek 24 seviyesine ulaşmıştır. Buna karşın 2012 yılı özelinde *mevcut dönemin tüketim malı satın almak için uygunluğunu gösteren* endeks 96,8 iken, bu değer 2020’de %58 düşerek 40,3’e gerilemiştir. Tüketiciler nezdinde tüketim malı satın alma beklentisinde gerçekleşen bu olumsuz gelişme ile *geçen 12 aylık dönemde tüketici fiyatlarının değişimine ilişkin düşünceleri* yansıtan endekste 79,6’dan 40,4’e

² Tüketici eğilimlerini yansıtan 19 endeks ile ilgili ayrıntılı bilgiye TÜİK’in (2021b) yayınladığı bülten(ler)den ulaşılabilmek mümkündür. Bu çalışmada -yer kısıtı nedeniyle- söz konusu 19 eğilim endeksinin sadece bir kısmındaki gelişmelere yer verilmektedir.

yaşanan gerileme birbirine paralel ve uyumludur. Benzer şekilde 2012'den 2020'ye *tüketici fiyatlarının gelecek 12 aylık dönemdeki beklentisi* de 87,8'den 71,3'e negatif yönde gelişme göstermiştir. Bu sonuçlar, enflasyonun kısa dönemde tüketicilerin gözünde sorun olmaya devam edeceği çıkarımını yapmaya da olanak sağlamaktadır. Son olarak 2012'den 2020'ye gelindiğinde tüketicilerin *gelecek 12 aylık dönemde otomobil ve/veya konut alma (inşa ettirme)* ihtimaline yönelik tutumlarında da kötümserliğin öne çıktığı görülmektedir (TÜİK, 2021b).

Tüketici tutumlarını/beklentilerini yansıtan ve 2020 yılı itibariyle önemli bir çoğunluğu tüketici güven endeksinin yıllık ortalamasının (80,1) altında gerçekleşen *eğilim endeks değerleri*, tüketiciler açısından ekonomiye olan güvenin gittikçe zayıfladığına işaret etmektedir. Bu çalışmanın başlıca hedefi de söz konusu güven kaybına neden olabileceği düşünülen ve ekonomilerde risk unsuru olarak görülen bir takım göstere ile tüketici güveni arasındaki ilişkiyi analiz etmektir.

Ampirik Modele Dahil Edilen Makro Değişkenlerin Kavramsal Çerçevesi

Bu başlık altında literatürden de yararlanılarak oluşturulan ampirik modelde tüketici güveni üzerinde etkili olabileceği düşünülen makro değişkenler kavramsal olarak ele alınmaktadır.

Enflasyon

Fiyatlar genel düzeyindeki sürekli artışı ifade eden enflasyon, bireylerin satın alma gücünün gerilemesine neden olan ekonomik sorun olarak anılmaktadır. Enflasyonun yukarı yönlü ivmelenmesi fertlerin reel gelirlerinin gerilemesiyle süregelmekte ve bu süreç bireysel refahın olumsuz etkilenmesiyle sonuçlanmaktadır. Bu noktada enflasyonun kaynağının ortaya çıkarılabilmesi adına öncelikle çeşitlerinin değerlendirilmesinin daha doğru bir yaklaşım olacağı söylenebilir. Para arzındaki artışların tüketimi aynı yönlü etkilemesi sonucu ortaya çıkan talep enflasyonu, toplam arzın toplam talebi karşılayamadığı durum olarak da bilinmektedir ki bu talep fazlalığı fiyatların sürekli artmasına neden olmaktadır. Para arzındaki artış talebe olumlu yansımak suretiyle ilk etapta ekonomide artan karlarla birlikte bir canlanma görülmekte ve işsizliği azaltmaktadır. Ancak bu durum ilerleyen aşamalarda arzın yetersiz kalmasıyla birlikte fiyatların artışına yol açmaktadır. Enflasyonun bir diğer çeşidi olan maliyet enflasyonu ise üretimde kullanılan girdilerin ve işgücü maliyetinin yukarı yönlü hareketlenmesi sonucunda fiyatlar genel düzeyindeki artışı yansıtmaktadır. Bir başka ifadeyle üretici maliyetlerindeki artışın da enflasyonun en önemli kaynaklarından birini oluşturduğu söylenebilir. Enflasyonu artıran bir diğer unsur ise enflasyona yönelik beklentilerdir ki toplumda enflasyon artışı bekleniyorsa çalışanlar alım güçlerinin azalmaması için ücretlerinin artmasını talep etmekte ve bu durumda firmaların maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır. Bu maliyet artışı da tüketicilerin kullanacağı mal ve hizmetlerin fiyatını artırarak tüketicilerin daha yüksek fiyatlarla karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Bir anlamda enflasyon belirsizliği artırarak tüketicilerin ve üreticilerin sağlıklı tüketim, üretim ve yatırım kararları almalarını engellemektedir. Ayrıca yüksek enflasyon, yüksek faizler nedeniyle borçlanma maliyetini artırarak yatırımları olumsuz etkilemekte, tüketici güvenini zedelemekte, kredi ve işgücü piyasasının verimliliğini düşürmekte ve ülkenin rekabet gücünü zayıflatmaktadır (TCMB, 2004: 3-5).

Döviz Kuru

İki ulusal para arasındaki değişim oranını yansıtan döviz kuru kavramı, açık ekonomilerde enflasyonist eğilimleri açıklamada kullanılan önemli değişkenler arasında yer almaktadır. Kurlardaki yükseliş ulusal parayı değersiz hale getirmekte ve üretim maliyetlerine yansımaktadır ki bu durum döviz kuru dalgalanmalarının ülke ekonomisi için önemini ortaya

koymaktadır. Sabit ve dalgalı döviz kuru olmak üzere ikiye ayrılan döviz kuru sistemlerinde, merkez bankasının kuru belirli bir seviyede ilan etmesi sabit kur sistemi olarak bilinmektedir. Buna karşın dalgalı (serbest) döviz kuru sisteminde ise kur seviyesinde döviz arz ve talebi rol oynamaktadır. Bir ülkenin döviz talebi diğer ülkelerden yapacağı ithalata, diğer ülkelere yapacağı borç ödemelerine ve yapılacak yatırımların miktarına göre değişmektedir. Döviz arzı ise ülkenin dış dünyaya yapacağı mal ve hizmet ihracatı, dış borçları ve yabancı ülkeler tarafından gerçekleştirilecek yatırım miktarı tarafından belirlenmektedir. Döviz kurundaki bir azalma ulusal paranın yabancı paraya göre değer kazandığını gösterirken; kurlardaki yukarı yönlü bir hareket ulusal paranın yabancı ülke paraları karşısında değer kaybettiğini göstermektedir (Koç ve Tekin, 2020: 91-93).

İşsizlik ve Genç İşsizliği

Türkiye İstatistik Kurumu'na göre "referans dönemi içinde istihdam halinde olmayan (kâr karşılığı, yevmiyeli, ücretli ya da ücretsiz olarak hiçbir işte çalışmamış ve böyle bir iş ile bağlantısı da olmayan) kişilerden iş aramak için son 4 hafta içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve 15 gün içinde işbaşı yapabilecek durumda olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki tüm kişiler işsiz nüfusa dahildirler" (TÜİK, 2021c). Genellikle iş gücünün üretime katılmayan kısmı olarak genelleştirilen işsizlik günümüzde tüm dünya ülkelerinin başlıca sorunu olarak kendini göstermektedir. İşsizlik bireyler üzerinde özgüven eksikliği, umutsuzluk, korku ve endişe gibi olumsuz sonuçlar yaratmakla birlikte toplumsal olarak da birtakım aksaklıklara yol açmaktadır. Toplumlara bireyler oluşturduğu için de mutsuz bireylerin yoğunluklu olduğu toplumlar sağlıklı bir ortam ve gelecek yaratmakta zorlanabilmektedir (Bayraktar ve İncekara, 2013:16-17). Genç nüfus oranı fazla olan Türkiye'de genç işsizliğin (15-24 yaş) nedenleri arasında genç nüfusun aldığı eğitim ve ücret-vasıf uyumsuzluğu sayılabilmektedir. Eğitimli iş gücünün daha yüksek ücretli iş beklentisinde olmaları ve aldıkları eğitimden dolayı daha seçici davranmaları da genç işsizliği artıran nedenlerden birisi olabilmektedir. Ayrıca şüphesiz Türkiye'de, ekonomik daralma ve durgunluk dönemlerinde ve asgari ücret gibi uygulamalar nedeniyle gençlere yönelik talebin düşük olması da genç işsizliği artıran önemli nedenler arasında sayılabilmektedir (Bayraktar ve İncekara, 2013: 25).

Tüketici Kredisi Faizi

Kredi arz ve talebinin bir araya gelmesi sonucunda oluşan kredi piyasasında, kredi talep eden kullanacağı kredinin maliyetini minimize etmek amacıyla faiz seviyesi en düşük olan finans kurumundan kredi kullanmak arzusundadır. Bu noktada bankalar daha çok kredi kullandırmak amacıyla genellikle maliyet ve vade faktörlerini de göz önüne alarak faiz indirimi eğilimi içerisinde olmaktadır. Tüketici kredileri finansman kuruluşları için önemli bir finansal ürün olmakla birlikte ülkelerin para politikası uygulamalarında dikkate alınması gereken bir değişkeni de temsil etmektedir. Dolayısıyla tüketici kredileri özel tüketim harcamalarını da etkileyen önemli bir değişken olarak düşünüldüğünden ekonomik büyüme ve enflasyon gibi büyüklükler açısından da önemli bir konumda yer almaktadır (İbicioğlu ve Karan, 2009:12-13).

Literatür Özeti

Tüketici güven endeksine dair literatür incelendiğinde ulusal ve uluslararası ölçekli çok sayıda çalışmayla karşılaşılmakta, bu başlık altında da özellikle ampirik çalışma özetlerine yer verilmektedir. Söz konusu çalışmaların temel metodolojileri incelendiğinde Johansen eşbütünleşme yöntemi, Granger nedensellik testi, Todo-Yamamoto testi, ARDL testi, kümeleme analizi ve panel veri analizinin öne çıktığı görülmektedir.

Ulusal ölçekli kaleme alınan ve tüketici güven endeksi ile enflasyon arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalardan birisi Tunalı ve Özkan'a (2016) aittir. Araştırmacıların 2004:01-

2015:12 dönemini değerlendirildiği analiz sonucunda tüketici güven endeksi ile TÜFE arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilirken; kısa dönemde TÜFE'den tüketici güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığı saptanmıştır. Tüketici güven endeksi ve enflasyon bağımsız değişkenleri ile kredi kartı harcamaları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkiyi inceleyen Sönmezler, Gündüz ve Torun (2019) ise 2012-2018 (aylık) dönemini analiz etmiştir. Araştırma sonucu elde edilen bulgularda, uzun dönemde endeksin kredi kartı harcamaları üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu; İstanbul Ticaret Odası Geçinme Endeksinin kredi kartı harcamaları üzerinde ise pozitif yönlü bir etki yarattığı saptanmıştır. Diğer yandan, tüketici güveni ile makroekonomik göstergeler ve sermaye piyasaları araçları etkileşimini 2005:01-2019:04 dönemi için inceleyen Beşiktaşlı ve Cihangir'e (2020) ait bir diğer araştırma sonucunda, endeksle altın, kur, mevduat ve kredi faiz oranı arasındaki ilişkinin uzun dönemli olduğu saptanmıştır. Ayrıca dolar kurunun tüketici güven endeksinin olumsuz dönmesinin nedeni olduğu da tespit edilirken, TÜFE ve ÜFE değişkenlerinden tüketici güvenine yönelik nedensellik ilişkisinin tek yönlü olduğu vurgulanmıştır.

BIST-100 endeksindeki değişmelerin tüketici güveni üzerindeki etkisini 2004-2017 (aylık) dönemi için analiz eden Tekin ve Cengiz (2018) de araştırma sonucunda BIST-100'den tüketici güven endeksine yönelik nedenselliğin tek yönlü olduğuna dikkat çekmiştir. Benzer şekilde Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2018) 2006:01-2016:11 dönemine odaklandıkları çalışmalarında tüketici güven endeksi ile 18 sektörün borsa değeri arasında kısa ve uzun dönemli bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Tüketici güven endeksi ile BIST-100 endeksi ilişkisini 2004-2019 dönemi için inceleyen bir diğer çalışma Baştürk (2019) tarafından kaleme alınmıştır ki araştırma sonucunda güven endeksi ile hisse senedi piyasası arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığı, kısa dönemde ise BIST-100 endeksinden tüketici güven endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Tüketici güveni ile pay senetleri arasındaki ilişkiyi inceleyen benzer bir çalışma Gökalp'e (2019) aittir. Araştırmacı 2003-2018 dönemi için kurguladığı modelinin tahmini sonucunda tüketici güven endeksinden Borsa İstanbul-100 endeksine doğru bir nedenselliğin olduğunu belirtirken, tersi yönlü bir ilişkinin bulunmadığına değinmiştir.

Özakarlı ve Küçüksille (2020), tüketici güven endeksi ile BIST-100, kur ve gösterge tahvil arasındaki ilişkiyi kısa ve uzun dönem için değerlendirmiştir. Analiz dönemi olarak 2006:07-2019:06 dönemine odaklanılan araştırma sonucunda, uzun dönemde BIST-100 endeksi ile tüketici güven endeksi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiş, buna karşın döviz kuru sepeti ile tüketici güven endeksi arasında negatif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Değişkenler arasında yer alan vadesine 2 yıl kalmış tahvil faiz oranının ise endeksi etkilemediği belirtilmiştir. Başarır, Bicil ve Yılmaz'ın (2019) tüketici güveni ile birtakım makroekonomik değişken arasındaki ilişkiyi 2012:01-2018:6 dönemi için değerlendirdikleri çalışmada; başlangıçta güven endeksinden sanayi üretim endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmuş, devamında ise BIST-100, döviz kuru ve tüketici fiyat endeksinden, güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Bunun yanında döviz kurundaki olası bir şokun tüketici güvenini olumsuz etkilediği de söz konusu çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Ulusal literatürde tüketici güven endeksinin döviz kuru, insani gelişme endeksi, ekonomik güven endeksi, tüketim fonksiyonu, tüketici kredileri ve GSYH ile ilişkilendirildiği çalışmalarda yer almaktadır. Bu bağlamda güven endeksi ile kur arasındaki kısa ve uzun vadeli ilişkiyi inceleyen çalışmalardan biri İbicioğlu, Kapusuzoğlu ve Karan'a (2013) aittir. Dönemsel olarak 2003:12-2011:12 yıllarına odaklanılan araştırma sonucunda, güven endeksi ile kur arasındaki ilişkinin uzun vadeli olduğuna dikkat çekilmiştir. Bunun yanında döviz kurundan güven endeksine tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu da çalışmanın başlıca bulguları

arasında yer almaktadır. Tüketici güven endeksine göre seçtikleri ülkeleri gruplandırarak bu ülkelerin insani gelişme endeksi bakımından konumunu ortaya çıkarmaya çalışan Kalkan ve Depren'e (2017) ait bir çalışmada 24 ülke için analiz yapılmış ve 2017 yılı Ağustos ayı değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre ABD, Çin, İsveç ve Hindistan tüketici güven endeksi en yüksek seviyede bulunan ülkeler olarak sıralanmaktadır. Buna karşın endeks değeri nispeten gerilerde yer alan ülkeler ise Meksika, Rusya, Güney Afrika, Türkiye, İspanya, İtalya, Macaristan, Suudi Arabistan ve Brezilya'dır. Ekonomik güven endeksi ile reel kesim ve tüketici güven endeksi arasındaki ilişkiyi 2007-2018 dönemi için araştıran Kılıçkan ve Karacan (2019), reel sektör güven endeksi ile tüketici güven endeksini açıklayıcı; ekonomik güven endeksini ise bağımlı değişken olarak analizine dahil etmiştir. Tahmin sonucunda ise değişkenler arasındaki ilişkinin uzun dönemli olduğu belirtilmiştir.

Tüketici güven endeksinin tüketim fonksiyonunu açıklamadaki etkisini 2004:01-2018-03 dönemi için inceleyen Yamak, Yamak ve Erkan (2019), tüketici güveninin kısa ve uzun vadede tüketim harcamalarını pozitif ve anlamlı şekilde etkilediğine değinmiştir. Eryüzlü'ye (2020) ait bir çalışmada ise tüketici güven endeksi ile tüketici kredileri arasındaki ilişki 2007:01-2019:06 dönemi için analiz edilmiş ve araştırma sonucunda tüketici güven endeksindeki pozitif şokların tüketici kredisinde negatif şoklara sebep olduğu tespit edilmiştir. Tüketici kredilerindeki pozitif şoklar ise güven endeksinde pozitif şoklara neden olmaktadır. Tüketici güven endeksi ile GSYH arasındaki ilişkiyi 2004:01-2019:03 dönemi için inceleyen Yaşar ve Ceylan (2020) ise söz konusu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca çalışmada kısa dönemde tüketici güven endeksinden GSYH'ye doğru bir nedensellik ilişkisinin bulunduğu da saptanmıştır.

Literatür incelendiğinde ulusal ölçekli çalışmaların yanında çok sayıdaki uluslararası çalışmaya rastlamak da mümkündür. Temel analiz yöntemi olarak çoğunlukla eşbütünlüşme testi, Granger nedensellik testi ve panel veri analizinin kullanıldığı bu çalışmalarda, tüketici güven endeksi ile yatırım, tüketim, ekonomik büyüme, işsizlik gibi makroekonomik değişkenlerin ilişkileri incelenmektedir. Bu doğrultuda tüketici güven endeksi ile özel yatırım ve tüketim arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalardan biri Loria ve Brito'ya (2004) aittir. Amerika odağında kaleme alınan söz konusu araştırmada 1978:01-2003:01 dönemi değerlendirilmiş ve tüketici güven endeksi ile özel yatırım ve tüketim arasında bir eşbütünlüşme ilişkisinin bulunmadığı ve ayrıca tüketici güveninin Amerika'daki özel tüketim ve yatırımları belirleyemeyeceği tespit edilmiştir. Tüketici güveni ve beklentisinin tüketim üzerindeki etkisini inceleyen Oduh, Oduh ve Ekeocha'ya (2012) ait bir diğer çalışmada 2009-2011 dönemi analiz edilmektedir. Nijerya'nın 6 jeopolitik bölgesinin kapsadığı araştırma sonucunda döviz kuru ile tüketici güven endeksinin tüketim üzerinde en yüksek etkiye sahip değişkenler olduğu vurgulanmıştır.

Diğer yandan Mandal ve McCollum (2013), tüketici güven endeksi ile işsizlik arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiyi analiz ederken, New York'un beş büyük bölgesinin kapsadığı 2001-2010 dönemini ele almış ve kurguladığı modelin tahmini sonucunda tüketici güven endeksinden işsizliğe doğru negatif bir nedensellik ilişkisi elde edilmiştir. Benzer şekilde, güven ile büyüme arasındaki ilişkiyi 1996-2012 dönemi için araştıran İslam ve Mumtaz (2016) seçili Avrupa ülkelerini analize dahil etmiştir. Tahmin sonucunda uzun dönemde, özellikle Fransa, Almanya ve İngiltere'de, tüketici güven endeksi ile büyüme arasında aynı yönlü bir ilişkinin varlığına yönelik bir bulguya ulaşılmıştır. Mazurek ve Mielcova (2017) de tüketici güven endeksi ile ulusal gelir (GSYH) arasındaki ilişkiyi Amerika özelinde 1960-2015 dönemi için incelemiş ve elde edilen bulgularda uzun dönemde tüketici güven endeksinin ekonomik büyüme için uygun bir ön tahmin göstergesi olarak görünse de, kısa dönemde bazı sapmalar görülebileceğine değinilmiştir. Tüketici güven endeksinin hanehalkı harcamalarına

etkisini inceleyen Ngobo ve Ingarao (2017) ise 2004-2013 dönemini Fransa ekonomisi için analiz etmiştir. Araştırma sonucunda tüketici güven endeksindeki değişikliklerin (bir artış veya azalış) hanehalkı harcamaları üzerinde asimetrik ve doğrusal olmayan bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

İncelenen ampirik literatür göstermektedir ki tüketici güven endeksi ile arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla çalışmaya dahil edilen 5 bağımsız değişkenin 4'ü literatür tarafından ele alınmış ve söz konusu ilişki farklı yöntemlerde incelenmiştir. Örneğin “enflasyon” Tunalı ve Özkan, (2016) ile Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) tarafından ampirik modellerine dahil edilirken; “döviz kuru”nun etkisi Beşiktaşlı ve Cihangir (2020); Özakarlı ve Küçükşille (2020), Başarır, Bicil ve Yılmaz (2019); İbicioğlu, Kapusuzoğlu ve Karan (2013) ile Oduh, Oduh ve Ekeocha (2012) tarafından incelenmiştir. Bunun yanında tüketici güvenini nasıl etkilediği sorusuna yanıt bulmak adına çalışmaya dâhil edilen “tüketici kredisi faizi” Eryüzlü (2020) tarafından da ele alınmıştır. Modelde yer alan “işsizlik” göstergesi ise Mandal ve McCollum (2013) tarafından da kullanılırken, “genç işsizlik” göstergesinin herhangi bir çalışmada yer almadığı tespit edilmiştir. Bu noktada resmi rakamlarla %26'lar seviyesinde olan söz konusu değişkenin Türkiye’de oldukça yüksek olmasının çalışmada yer almasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Bir diğer ifadeyle 2012’den günümüze genç işsizlik oranlarındaki sürekli artışın tüketici güvenini nasıl etkilediğinin tespiti bu çalışmanın ayırt edici özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Geline aşamada literatür tarafından da incelenen diğer değişkenlere ait bulguların karşılaştırmaya imkân tanıdığına altı çizilebilir.

Ampirik Analiz

Bu başlık altında ilk aşamada çalışmada kullanılan veri seti ile uygulanan yöntem tanıtılmakta, devamında tüketici güven endeksi üzerinde etkili olabileceği düşünülen değişkenlerin dahil edildiği model sonuçlarına ve buna ilişkin değerlendirmelere yer verilmektedir.

Veri Seti

Türkiye’de tüketiciler nezdinde risk unsuru olarak algılanabilecek bir takım değişkenin, tüketici güvenini nasıl etkilediğine dair bir analiz yapılabilmesi amacıyla, başlangıçta literatürden de yararlanılarak ilgili değişkenler tespit edilmiş ve bunlara ilişkin veri seti Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2021a) ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’ndan (TCMB, 2021) elde edilmiştir. Söz konusu veri seti 2007:01-2020:12 dönemini kapsarken, her bir değişkenin bağımlı değişken olarak modele dâhil edilen tüketici güven endeksinin kısa ve uzun dönemde hangi yönde ve ne ölçüde etkilediğinin tespiti amaçlanmaktadır.

Ekonometrik analize geçmeden önce bu aşamada modele dâhil edilen değişkenlerin analiz dönemi içerisindeki görünümüne yer verilmesi, Türkiye nezdinde ilgili dönemin bir nevi fotoğrafının çekilebilmesi amacıyla isabetli olacaktır. Bu aşamada TÜİK (2021a) ve TCMB’den (2021) elde edilen veriler ışığında çalışmanın bağımsız değişkenlerini oluşturan enflasyon oranı (TÜFE), döviz kuru, işsizlik oranı, genç işsizlik oranı ve tüketici kredisi faiz oranı değerlerine bakıldığında, 2007-2020 döneminde, tüketici güven endeksindeki 100’ün altındaki olumsuz seyrin nedeni daha iyi anlaşılabilir (Tablo 1). Bir başka ifadeyle, örneğin dönem başında tek haneli rakamlarda seyreden enflasyon oranının özellikle 2017 yılı itibarıyla çift haneli sayılara ulaştığı ve takip eden yıllarda ortalama %15’ler seviyesini koruduğu görülmektedir. Diğer yandan dönem başı ve dönem sonu değeri dikkate alındığında döviz kuru sepetindeki (%50\$/TL+%50€/TL) 5 katlık artış dikkat çekicidir ki 2020 yılı sepet kurun 7,5 TL’ye ulaşmış olması özellikle ithalat bağımlılığı yüksek olan Türkiye için bir risk unsuru olarak vurgulanabilir. Tüketici güvenini olumsuz etkilediği düşünülen bir diğer değişken grubu genel ve genç işsizlik oranıdır. Analiz dönemi başından günümüze kadar ki söz

konusu değişkenler incelendiğinde genel işsizlik oranının %8-13, genç işsizlik oranının ise %16-26 bandında değiştiği söylenebilir. Öyle ki 2015 yılından itibaren genel işsizlik oranı %10'un üzerinde seyretmiş olup, bu durum genç işsizlikte %26'lara kadar dayanmıştır. Bu gerçekleşme ise günümüzde her 4 gençten 1'inin işsiz olduğuna ve geleceğe dair beklentilerinin olumsuzluğuna karşılık gelmektedir. Benzer şekilde, bireylerin harcamalarını sürdürülebilir kılmak için sıklıkla başvurdukları yöntemlerin arasında tüketici kredileri gelmektedir ki bu kredilerin yıllık maliyetindeki son yıllardaki artış tüketicilerin aleyhine gelişmektedir. Bir başka ifadeyle, analiz dönemi başında %20'ler seviyesinde olan tüketici kredisi faiz oranları, 2018 yılında %25'in üzerinde çıkarken, 2020'de bu rakam %15 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ise aylık %1'in üzerinde bir faiz maliyetine karşılık gelmektedir ki bunun da tüketicilerin beklentilerine olumsuz yansıdığı düşünülmektedir.

Tablo 1: Modele Dahil Edilen Değişkenlerin Görünümü (Türkiye 2007-2020)

	Tüketici güven endeksi	Enflasyon oranı (Yıllık TÜFE, %)	Döviz kuru (%50\$/TL+ %50€/TL)	İşsizlik oranı (%)	Genç işsizlik oranı (%)	Tüketici kredisi faizi (%)
2007	96,1	8,4	1,5	9,2	17,3	21,0
2008	81,5	10,1	1,6	10,0	18,5	20,6
2009	82,8	6,5	1,9	13,0	22,9	17,7
2010	91,5	6,4	1,8	11,1	19,9	12,5
2011	95,0	10,5	2,0	9,1	17,0	13,8
2012	90,6	6,2	2,1	8,4	15,8	15,6
2013	93,8	7,4	2,2	9,0	17,1	11,8
2014	92,7	8,2	2,6	9,9	17,9	14,2
2015	88,2	8,8	2,9	10,3	18,6	14,9
2016	91,6	8,5	3,2	10,9	19,6	16,2
2017	90,7	11,9	3,9	10,9	20,8	16,0
2018	87,8	20,3	5,3	11,0	20,3	25,3
2019	79,7	11,8	6,0	13,7	25,4	22,9
2020	81,0	14,6	7,5	13,2	25,2	15,0

Tüketici güven endeksi üzerinde 2007-2020 döneminde etkili olduğu/olabileceği düşünülen değişkenlerin tahmini amacıyla oluşturulan modelde verilerin aylık olması nedeniyle başlangıçta seriler mevsimsellikten arındırılmış, sonrasında doğal logaritmaları alınmıştır. Buradan hareketle analizin ilk aşamasında Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi uygulanırken, ikinci aşamada zaman serileri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı Johansen ve Juselius'in (1990) eşbütünleşme testi ile sınanmıştır. Son olarak eşbütünleşmenin varlığına dayalı hata düzeltme modeli (VECM) tahmin edilmiş ve Granger nedensellik analizine başvurulmuştur. Vurgulandığı üzere analizde verilerin doğal logaritmaları alınmış olup, ana model aşağıdaki şekliyle kurgulanmıştır:

$$\ln tge_t = \beta_0 + \beta_1 \ln enf_t + \beta_2 \ln kur_t + \beta_3 \ln iss_t + \beta_4 \ln giss_t + \beta_5 \ln faiz_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

$\ln tge_t$	Tüketici Güven Endeksi
$\ln enf_t$	TÜFE (aylık)
$\ln kur_t$	Döviz Kuru (%50\$/TL+%50€/TL)
$\ln iss_t$	İşsizlik Oranı
$\ln giss_t$	Genç İşsizlik Oranı
$\ln faiz_t$	Tüketici Kredisi Faizi
t	Zaman (yıl)

Modelin tahmini sonucunda enflasyonda yaşanan bir artışın, yakın geçmişte 100'ün altında süregelen tüketici güven endeksini olumsuz etkileyeceği beklenmektedir. Bir başka

ifadeyle, enflasyonun tüketicilerin satın alma güçlerini düşürdüğü, bugünkü ve gelecekteki harcama/tasarruf tutumlarını değiştirdiği göz önünde bulundurulduğunda, TÜFE'deki artış ile güven endeksinin ters yönlü ilişkide olacağı ve dolayısıyla söz konusu değişkene (*Inenf*) ait işaretin (-) elde edileceği düşünülmektedir. Benzer şekilde resmi rakamlara göre (Ticaret Bakanlığı, 2020) ihracatın ithalatı karşılama oranı 100'ün altında³ gerçekleşen Türkiye, ihracat malı üretebilmek için başlangıçta ithal girdi kullanımını zorunluluğu bulunan ülkeler arasında yer almaktadır. Bu durum ise döviz kurlarındaki bir oynaklığın bir risk unsuru olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla sepet kurda yaşanan bir artışın başta üretici maliyetlerine, devamında ise tüketici fiyatlarına yansıtacağı öngörüsünden hareketle, (*Inkur*) değişkenin işaretinin negatif elde edilmesi beklenmektedir. Ayrıca işsizlik (*Iniss*) ve genç işsizlik (*Ingiss*) oranları ile tüketici güveninin ters yönlü ilişkide olacağı ve tam da bu nedenle tahmin sonucunda ilgili değişkenlerin işaretlerinin (-) elde edilmesi beklendiği vurgulanabilir. Bu beklentinin altında işsizliğin bireylerin gelir akımını sektöre uğratması ve özellikle geleceğe dair harcama/tasarruf tutumları üzerinde etkili olabileceği gerçeği yatmaktadır. Modele dâhil edilen son değişken olan (*Infaiz*) değişkeni belirtildiği üzere tüketici kredisi faizlerini temsil etmektedir. Kredi faizlerinde yaşanan bir artış, tüketicilerin tutumlarını olumsuz (harcama yapmama ya da erteleme) etkilerken, söz konusu değişkenin işaretinin de benzer şekilde negatif elde edilmesi tahmin öncesi beklentiler arasında yer almaktadır.

Yöntem ve Ampirik Bulgular

İktisadi serilerin durağan olmasalar bile, kombinasyonlarının durağan olduğu ve bunları etkileyen kalıcı dışsal şoklara rağmen, değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinin varlığının anlaşılabilmesi için günümüzde eşbütünleşme analizinden yararlanılmaktadır. Sistemdeki değişkenleri ayrı ayrı etkileyen kendine özgü kalıcı şoklar yerine, tüm değişkenleri ortak etkileyen şoklar olması durumunda sistemin uzun dönemde dengeye gelmesiyle eşbütünleşmenin varlığından bahsedilebilmektedir (Tarı, 2015). Bununla birlikte seriler arasındaki ilişkisinin uzun dönemdeki varlığını tespit edebilmek için de eşbütünleşme tekniklerinden yararlanılmaktadır. Birinci dereceden entegre seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin araştırılmasında Engle ve Granger (1987), tek yönlü eşbütünleşme ilişkisini ortaya koymaktadır. Çok denklem yaklaşımı getirip birden fazla eşbütünleşme ilişkisinin ortaya konulmasına imkân veren Johansen ve Juselius (1990) yaklaşımı ise eşbütünleşme ilişkisini vektörel olarak tanımlamaktadır (Mert ve Çağlar, 2019: 260). Johansen (1988) tarafından geliştirilen yöntemde ise en çok olabilirlik tahmin yöntemleri kullanılarak seriler arasındaki uzun dönem ilişki sınanmaktadır (Ulutürk, Akyol ve Mert, 2016: 28). Seriler arasındaki uzun dönem denge ilişkisinin eşbütünleşme analizi ile test edilebilmesi için göz önünde bulundurulması gereken en önemli husus serilerin aynı dereceden entegre olması gerekliliğidir (Thomas, 2000; Griffiths, Hill ve Judge, 1993). Bu doğrultuda modelin tahmini için ilk adımda Dickey ve Fuller (1979) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) birim kök testi uygulanmış, serilerin tümünün düzeyde birim kök içerdiği, buna karşın birinci farkında durağan oldukları gözlemlenmiştir (Tablo 2). Birim kök analizinde maksimum gecikme uzunluğu SIC bilgi kriterine göre belirlenmiştir. Sabit terimli ve sabit terim ile trendli modeller için uygulanan ADF testi sonuçlarına göre serilerin düzeyde durağan olmadığı, birinci farklarının alınması sonucunda ise durağan olduğu, yani I(1) oldukları tespit edilmiştir.

³ Ticaret Bakanlığı'nın (2020) verilerine göre, %77,3. Bu rakam, ithalatın ne kadarının ihracat tarafından karşılandığına karşılık gelirken, 100'ün altında bir değer alması ihracat<ithalat anlamına gelmekte ve ülkenin ithalat bağımlılığına da işaret etmektedir.

Tablo 2: Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF)		
	Düzye-Birinci fark Model	Sabitli Model	Sabit-Trendli
<i>lntge</i>	Düzye	2.398	-2.536
	Birinci fark	-12.067***	-12.030***
<i>lnenf</i>	Düzye	-1.886	-2.594
	Birinci fark	-8.775***	-8.783***
<i>lnfaiz</i>	Düzye	-2.966	-3.024
	Birinci fark	-7.299*	-7.338***
<i>lngiss</i>	Düzye	-1.721	-2.219
	Birinci fark	-5.184***	-5.184***
<i>lniss</i>	Düzye	-2.222	-2.565
	Birinci fark	-3.447**	-3.439**
<i>lnkur</i>	Düzye	1.832	-1.424
	Birinci fark	-10.842***	-11.247***

ADF testinde kullanılan gecikme sayısını belirlemede Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) kullanılmıştır.

***, **, * sırasıyla %1, %5, %10 seviyelerindeki anlamlılığı temsil etmektedir.

Eşbütünleşme testinden önce modelde kullanılan değişkenler için vektör hata düzeltme modeli (VECM) tahmin edilmiş ve bu model; seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi olan ancak otokorelasyon ve farklı varyans sorunu olmayan, kalıntıların normal dağıldığı modeller arasından AIC ve SIC değeri en küçük olan model olarak belirlenmiştir. Bu kriterler doğrultusunda en uygun model Johansen (1992) tarafından önerilen eşbütünleşme vektöründe uzun dönemde sabit ve trendin var olduğu, kısa dönemde ise sadece sabit terimin yer aldığı model 4 yardımıyla tahmin edilen VECM(6) modelidir. Geline nokta tahmin edilen VECM(6) modelinde seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu⁴, değişen varyans⁵ ile otokorelasyon⁶ sorunu bulunmadığı ve kalıntıların normal⁷ dağıldığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte Johansen (1988), eşbütünleşme vektörlerinin sayısını belirlemek için iz testi (trace test) ile maksimum özdeğer (maximum eigenvalue test) testlerini önermekte ve hesaplanan bu test istatistiklerinin, elde edilen kritik değerlerle karşılaştırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Buradan hareketle hesaplanan istatistik değerleri ile kritik değerlerin karşılaştırılmasıyla değişkenlerin eşbütünleşik (uzun dönemli) olup olmadıkları belirlenmektedir (Taban ve Kar, 2006: 169-170).

Tüketici güven endeksi ile ele alındı değişkenler arasındaki ilişkinin varlığının sınanması amacıyla seçilen model için belirlenen gecikme sayısı doğrultusunda uygulanan Johansen Eşbütünleşme testi sonuçları (iz testi ve maksimum özdeğer test istatistikleri) Tablo 3 ve Tablo 4'te sunulmaktadır. Tablo 3'te yansıtılan iz testi sonuçları incelendiğinde değişkenler arasında eşbütünleşmenin olmadığını ifade eden $H_0: r=0$ için iz test istatistiği değeri .05 (%5) anlamlılık düzeyinde kritik değerden büyük olduğu için söz konusu yokluk hipotezi reddedilmiştir. Bu noktada diğer hipotezler reddedilemediği için modelde yer alan değişkenler arasında bir tane eşbütünleşik ilişki vardır denilebilir. Tablo 4'te ise maksimum özdeğer test yardımıyla serilerin eşbütünleşik olup olmadığı araştırılmaktadır ki tahmin sonucunda seriler arasında eşbütünleşme olmadığını ifade eden $H_0: r=0$ yokluk hipotezi maksimum özdeğer test

⁴ İz istatistiği>kritik değer: 144.94>117.70 Maksimum özdeğer>kritik değer: 63.10>44.49

⁵ Ki-kare test istatistiği: 1534.46 P:0.63

⁶ Tüm gecikmeler için P>0.01

⁷ JB test istatistiği: 0.15 P:0.22>0.10

istatistiğinin, .05 anlamlılık düzeyinde kritik değerden büyük olduğu için reddedilmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda seriler arasında bir adet eşbütünleşme denkleminin var olduğu söylenebilir.

Tablo 3: İz Testi (Trace Test) Sonuçları

Yokluk hipotezi	İz istatistiği	.05 için kritik değer	P
Eşbütünleşme yoktur	144.940**	117.708	0.000
En çok 1 eşbütünleşme vardır	81.839	88.803	0.143
En çok 2 eşbütünleşme vardır	46.651	63.876	0.569

** : %5 yanılma ile anlamlıdır.

Tablo 4: Maksimum Özdeğer Testi (Maximum Eigenvalue Test) Sonuçları

Yokluk hipotezi	Max özdeğer istatistiği	.05 için kritik değer	P
Eşbütünleşme yoktur	63.100**	44.497	0.000
En çok 1 eşbütünleşme vardır	35.187	38.331	0.109
En çok 2 eşbütünleşme vardır	26.669	32.118	0.200

** : %5 yanılma ile anlamlıdır.

Yapılan dışsallık testlerine göre (*Intge*), (*Inenf*) ve (*Iniss*) serileri için değişkenlerin dışsal olduğunu ifade eden yokluk hipotezi reddedilmiş, ancak diğer değişkenler için reddedilememiştir. Dolayısıyla tüketici güven endeksi, enflasyon ve işsizlik oranı değişkenleri içseldir ve modelde bağımlı değişken olarak yer alabilir. Buradan hareketle tüketici güven endeksinin modelde bağımlı değişken olarak yer alıyor olması tutarlı görülmektedir.

Gelinen aşama seriler arası nedensellik analizinin yapılmasını gerektirmekte ve bu, analizde hata düzeltme modeli ile gerçekleştirilmektedir. Çakmur Yıldıztan'a (2011) göre serilerin uzun dönemde karşılaştıkları şokların etkisinin geçici olup olmadığını ve söz konusu şokların ne kadar sürede ortadan kaldırılacağı tespiti, bu hata düzeltme modeli yardımıyla anlaşılmaktadır. Ayrıca hata düzeltme katsayısının işaretinin negatif, istatistiksel açıdan anlamlı olması gerektiği de vurgulanabilir. Katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olması kısa dönemde oluşan sapmanın hangi oranda düzelebileceği konusunda fikir verirken, katsayının işaretinin pozitif olması uzun dönem dengesinden uzaklaştığını, negatif olması ise kısa dönemde oluşan sapmaların uzun dönem dengesine yaklaştığını ifade etmektedir (Ünal ve Köse İçigen, 2020: 142)

Bu noktada üç farklı model tahmininden; tüketici güven endeksi, enflasyon oranı (TÜFE) ve işsizlik oranının açıklandığı uzun ve kısa dönem tahmin sonuçları Tablo 5'teki şekliyle sunulabilir. Bu tabloda da görüldüğü üzere tahmin edilen her üç modelin de hata düzeltme katsayısı negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durum hata düzeltme mekanizmasının her bir denklem için çalıştığını göstermektedir. Bununla birlikte tüketici güven endeksinde oluşan dengesizlikler yaklaşık 4 ay (1/0,236) sonra düzelenek uzun dönem dengesine ulaşmaktadır. İşsizlik oranı denkleminde ise kısa dönemde oluşan dengeden sapmalar yaklaşık 10 ay sonra normale dönerek uzun dönem dengesini elde etmektedir. Son olarak TÜFE denkleminde kısa dönemde oluşan dengeden sapmalar yaklaşık 1 ay sonra uzun dönem dengesini bulmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle, tüketici güven endeksinde kısa dönemde meydana gelen şokların uzun dönem dengesine işsizlikten hızlı, enflasyondan ise daha yavaş ulaştığı söylenebilir.

Ayrıca, Tablo 5 ve Eşitlik 2 göstermektedir ki uzun dönem denkleminde enflasyon oranındaki her %1’lik artış, tüketici güven endeksini %0,07, genç işsizlik oranındaki %1’lik artış ise aynı endeksi %0,39 artırmaktadır. Bu sonuçlar beklentilerin tersi yöndedir. Bir başka ifadeyle, tahmin öncesinde enflasyon ve genç işsiz oranlarındaki artışların, 2007’den bu yana 100’ün altında süregelen tüketici güven endeksini olumsuz etkileyeceği ve bu olumsuz etkinin endeksi 0’a doğru düşüreceği beklenmekteydi. Ancak tahmin sonuçları tüketici güven endeksi üzerindeki etkinin her iki değişken (enflasyon ve genç işsizliği) için de aynı yönlü olduğunu ve endeksi 100’e doğru yaklaştırdığını kanıtlamaktadır. Buna karşın, aynı bulgular göstermektedir ki tüketici kredisi faizlerinde ve döviz kurunda yaşanan bir artış, tüketici güvenini temsil eden endeksi beklendiği gibi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir. Diğer bir deyişle, döviz kurlarındaki %1’lik artış tüketici güven endeksini %0,33, tüketici kredisi faizlerindeki %1’lik artış ise %0,02 düzeyinde azaltmaktadır. Benzer şekilde işsizlik oranındaki aynı seviyedeki bir artış da endeksi %0,53 düşürmektedir. Önceki aşamalarda vurgulandığı üzere, endeksin 100’ün altında yer alıyor olması tüketicinin bugüne ve geleceğe dair beklentisinin olumsuzluğuna karşılık gelmekteyken, söz konusu değişkenlerin bireyin harcama ve tasarruf tutumlarını negatif etkilediğine işaret etmektedir. Bu sonuçlardan hareketle, tüketici kredisi faizlerinde, sepet kurda ve işsizlik oranında meydana gelecek bir gerilemenin tüketici güvenini artırmada önemli bir rolü olduğu vurgusu yapılabilir.

Tablo 5: VECM (6) Tahmin Sonuçları

	Uzun dönem denklemi		
	$\ln tge_t$	$\ln iss_t$	$\ln enf_t$
Sabit	2.047	3.804	26.794
$\ln tge_t$	-	-1.858*** (6.451)	13.088*** (-6.4559)
$\ln enf_t$	0.076*** (-4.042)	0.141*** (-3.856)	-
$\ln faiz_t$	-0.020 (0.779)	-0.038 (0.795)	0.268 (-0.854)
$\ln iss_t$	-0.538*** (2.881)	-	7.042*** (-2.750)
$\ln giss_t$	0.397* (-1.704)	0.739*** (-3.630)	-5.204* (1.747)
$\ln kur_t$	-0.337*** (4.466)	-0.627*** (4.391)	4.416*** (-5.506)
	Kısa dönem denklemi		
	$\ln tge_t$	$\ln iss_t$	$\ln enf_t$
$VECT_t$	-0.236* (-1.666)	-0.101* (-1.925)	-1.015*** (-5.470)

***, **, * sırasıyla %1, %5, %10 seviyelerindeki anlamlılığı temsil etmektedir.

Uzun dönem denklemi:

$$\ln tge_t = 2.047 + 0.076 \ln enf_t - 0.020 \ln faiz_t - 0.538 \ln iss_t + 0.397 \ln giss_t - 0.337 \ln kur_t \quad (2)$$

Son olarak model tahmin sonuçlarına ilişkin seriler arasında uzun ve kısa dönem nedensellik ilişkileri Tablo 6’da görülebilmektedir ki bu tabloya göre döviz kuru, işsizlik oranı, genç işsizlik oranı, enflasyon oranı ve tüketici kredisi faizi, tüketici güven endeksinin kısa dönemden ziyade uzun dönemde nedenidir. Buradan hareketle özellikle sepet döviz kurunda, işsizlik oranında ve tüketici kredisi faizlerinde uzun dönemde gerilemesine yönelik

uygulanacak politikaların tüketicilerin güvenine olumlu yansıtacağı çıkarımını yapmak mümkündür.

Tablo 6: Uzun ve Kısa Dönem Nedensellik Analizi

Denklem	Kısa dönem (Ki-kare istatistiği)	Uzun dönem (VECT katsayısı için t istatistiği)
$f(lntge lnenf, lniss, lnfaiz, lngiss, lnkur)$	34.239	-1.666*

***, **, * sırasıyla %1, %5, %10 seviyelerindeki anlamlılığı temsil etmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada Türkiye’de 2007-2020 dönemini kapsayan süre zarfında tüketicilerin bireysel ekonomik durumları ve geleceğe yönelik beklentilerini/tutumlarını temsil eden tüketici güven endeksi ile enflasyon oranı, döviz kuru sepeti (%50 \$/TL, %50 €/TL) işsizlik oranı, genç işsizlik oranı ve tüketici kredisi faizleri arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişki incelenmiştir. TÜİK ve TCMB’den elde edilen aylık veriler tüketici güven endeksinin ele alınan dönem boyunca 100’ün altında gerçekleştiğine işaret etmektedir ki bu, tüketicilerin harcama ve tasarruf tutumunun yani güveninin olumsuz olduğuna karşılık gelmektedir. Hatta bu noktada, 2007 yılında 96 olan endeks değerinin 2020’ye gelindiğinde yaklaşık 15 puan gerileyerek 80 civarına ulaştığı ve gittikçe olumsuz seyir izlediği de söylenebilir. Geline aşamada çalışmamın amacının bu negatif ivmelenmenin olası nedenlerine ışık tutmak olduğu vurgulanabilir. Türkiye’de uzun yıllardan bu yana tüketici güvenindeki kötümserliğin olası altyapısını oluşturan temel nedenlerden birisi enflasyon ve işsizlik oranlarındaki hedef/gerçekleşme uyumsuzluğudur. Öyle ki, Merkez Bankası’nın analiz dönemi boyunca hedeflediği %5’lik enflasyon seviyesi hiç yakalanamamış olup, gerçekleşme bunun oldukça (örneğin 2018’de yaklaşık 15 puan) üzerindedir. Bu dönemde ekonomi için bir risk unsuru olarak görülebilecek işsizlik rakamları %13 civarına ulaşırken, genç işsizliğindeki oran %25’lerin üzerine çıkmıştır. Bu sonuç, günümüzde her 4 gençten 1’inin işsiz olduğuna karşılık gelmektedir. Özellikle ithalat bağımlılığı yüksek olan gelişmekte olan ekonomiler için potansiyel risk barındıran sepet kurdaki gelişmeler de tüketici güveninin kötümserliğine ışık tutmaktadır. Bir başka ifadeyle analiz dönemi başında 1,5 TL olan sepet kur 2020’ye gelindiğinde 5 katlık artışla 7,5 TL seviyelerine ulaşmış bulunmaktadır. Günümüzde tüketicilerin harcama kalıpları ve davranışları üzerinde kredi ile borçlanmanın önemli bir yeri bulunmaktadır ki bunu finansman maliyetini yansıtan faiz oranları 2018-2019 yıllarında, tıpkı analiz dönemi başındaki gibi %20’ler civarındadır. Oluşturulan modele açıklayıcı değişken olarak dahil edilen tüm faktörler toplu olarak değerlendirildiğinde, özellikle analiz dönemi sonunda tüm değişkenlerdeki olumsuz görünüm bir nevi tüketicinin güvenine yansımış bulunmaktadır ki 2020 endeks değerindeki 81,0 seviyesi bu tespiti doğrulamaktadır.

Tüketicilerin tutum ve beklentileri ile ilişki olabileceği düşünülen değişkenlerin bağımsız, tüketici güven endeksinin bağımlı değişken olarak dahil edildiği modelde başlangıçta tüm seriler mevsimsellikten arındırılmış ve devamında değişkenlere ADF birim kök testi uygulanmış, değişkenlerin tümünün birinci farkında birim kök içermediği, yani durağan olduğu tespit edilmiştir. Devamında uygulanan eşbütünleşme testi sonucunda tüketici güven endeksi ile diğer değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte uzun dönemde işsizlik oranı, tüketici kredisi faizi ve döviz kuru sepetinin tüketici güven endeksini olumsuz etkilediği (0’a doğru ivme), enflasyon oranı ve genç işsizlik oranının ise beklenen aksine endeksi olumlu etkilediği (100’e doğru ivme) gözlemlenmiştir. Bir diğer ifadeyle enflasyondaki ve genç işsizlik oranındaki her %1’lik artış, tüketici güven endeksini sırasıyla %0,07 ve %0,39 artırmaktadır. Değinildiği üzere tahmin öncesinde bu iki göstergedeki

artışın, Türkiye’de uzunca bir süredir 100’ün altında seyreden tüketici güven endeksini olumsuz etkileyerek 0’a doğru yaklaştıracığı öngörülmekteydi. Ancak gelinen aşamada bunun tersi yönde bulgulara ulaşılmıştır. Analizin son döneminde tüketici güven endeksi 81,0 civarında seyrederken, bu endeksin elde edilmesi için başvurulmuş 19 alt endeksin 4’ü 81,0’in üzerinde gerçekleşmiştir. Örneğin 2020 yılı itibarıyla yakın gelecekte ekonomik durum beklentisi (82,9), ücretlerin değişimine ilişkin beklenti (98,1), dayanıklı tüketim mallarına harcama yapma düşüncesi (100,6) tüketici güven endeksinden daha fazla gerçekleşirken, bunların tamamı talebin canlanmasına katkı sunabilecek ve enflasyonun oluşmasına neden olabilecek beklentileri bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın başlangıcında her ne kadar enflasyondaki artışın tüketici güvenini zedeleyeceği öngörülmüş olsa da, talebi canlandırabilecek alt endekslerdeki nispeten olumlu beklentiler tüketici güvenine olumlu yansımış olabilir. Bununla birlikte enflasyonun güven endeksini negatif etkilemesi için reel gelirin de aşınması gerekmektedir ki gelinen noktada nispeten hızlı nominal gelir artışlarının negatif algıyı azaltmış olabileceği de vurgulanabilir. Ayrıca iş hayatına yeni girip de işsizlik havuzuna dahil olan genç işsizlerin, Türkiye’de ortalama ve işe başlama ücretleri dikkate alındığında, tüketici güven endeksinin bileşenleri olan gayrimenkul ve menkul kıymetlere talepleri ancak orta/uzun vadeli bir davranış/beklenti olarak ortaya çıkmaktadır. Bu perspektiften bakılırsa genç işsizler ve tüketici güven endeksi arasındaki ilişki doğrudan değil, zamana yayılmış dolaylı olabilecektir. Bu durumda belirtilen iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ilk etapta çağrıştığı gibi negatif değil, tüketicilerin farklı beklentileri ile pozitif de olabilecektir. Söz konusu pozitif ya da negatif etki ise ancak uzun vadeli bir etki ölçümü yapıldığında doğrulanabilir.

Çalışmanın ulaştığı önemli sonuçlardan birisi de güven endeksindeki dalgalanmaların ne kadarlık bir süre zarfında tekrar dengeye ulaşacağına dairdir. Bu noktada değişkenler arasındaki nedensellik analizini test etmek amacıyla hata düzeltme modeli (VECM) uygulanırken, tüketici güven endeksinde kısa dönemde oluşabilecek değişimlerin geçici olduğu ve yaklaşık 4 ay sonra uzun dönem dengesine ulaşacağı saptanmıştır. Tüketici güvenine yönelik çalışmada yapılan bir diğer analizde Granger nedenselliği test edilmiş ve tahmin sonucunda; döviz kuru, işsizlik oranı, genç işsizlik oranı, enflasyon oranı ile tüketici kredisi faizinin, tüketici güven endeksinin kısa dönemde nedeni olmadığı, ancak uzun dönemde birlikte hareket ederek nedeni olduğu sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak çalışmanın bulgularından hareketle tüketicilerin mevcut ekonomik durumları ile geleceğe dair beklentilerini yansıtan tüketici güveninin (dolayısıyla endeksin) artırılabilmesi ve hatta uzun süredir oldukça gerisinde kalınan 100 eşik değerinin üzerine çıkarılabilmesi için; sepet döviz kurunun, işsizlik oranının ve tüketici kredisi faizlerinin düşürülmesine yönelik uygulanacak politikaların etkili sonuçlar vereceği vurgulanabilir. Bu noktada kaynakların etkin kullanılması için söz konusu değişkenlerin iyileştirilmesine yönelik politikalara öncelik verilmesi önerilebilir.

Kaynakça

- Başarır, Ç., Bicil, İ.M., ve Yılmaz, Ö. (2019). The relationship between selected financial and macroeconomic variables with consumer confidence index. *Journal of Yasar University*, 14(special issue), 173-183.
- Baştürk, M.F. (2019). Tüketici güven endeksi ile hisse senedi piyasası arasındaki ilişki: Türkiye örneği. *Maliye Dergisi*, 177, 145-159.
- Bayraktar, S., İncekara, A. (2013). Türkiye’nin genç işsizlik profili, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 4(1), 15-38.
- Beşiktaşlı, D.K. ve Cihangir, Ç.K. (2020). Tüketici güven endeksinin finansal piyasalara ve makroekonomik yapıya etkisi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 54-

67.

- Çakmur Yıldıztan, D. (2011). *E-Views uygulamalı temel ekonometri*. 2. Baskı, İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Dickey, D.A., ve Fuller W.A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427–431.
- Engle, R. F., ve Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 251-276.
- Eryüzlü, H. (2020), Tüketici güven endeksi ve tüketici kredileri çok yönlü nedensellik ilişkileri: Türkiye örneği. *Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi*, 1(1), 47-53.
- Eyüboğlu, S. ve Eyüboğlu, K. (2018). Tüketici güven endeksi ile borsa istanbul sektör endeksleri arasındaki ilişkinin araştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 235-259.
- Gökalp, B.K. (2019). Hisse Senedi Getirileri ile tüketici güven endeksi arasındaki ilişki: diyagonal VECM modeli üzerinden bir değerlendirme, *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 139-150.
- Griffiths, W.E., Hill, R.C., ve Judge, G.G. (1993). *Learning and practicing econometrics*. New York, John Wiley Sons, Inc.
- Islam, T.U., ve Mumtaz, M.N. (2016). Consumer confidence index and economic growth: An empirical analysis of EU countries. *Euro Economica*, 2(35), 17-22.
- İbicioğlu, M., Kapusuzoğlu, A. ve Karan, M.B. (2013). Türkiye’deki tüketici güven endeksi ile döviz kuru arasındaki ilişkinin ampirik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 5-16.
- İbicioğlu, M., Karan, M.B. (2009), Türkiye’de faiz oranlarının tüketici kredileri üzerindeki etkisi, *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 3(2), 13-38.
- Johansen S., ve Juselius, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration with application to the demand for money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52, 165-178.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegrating vectors. *J. Econ. Dyn. Control*, 52, 169-210.
- Kalkan, S.B. ve Depren, S.K. (2017). Tüketici güven endeksine göre ülkelerin kümelenmesi ve insani gelişme endeksi ile değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journals*, 5(4), 39-54.
- Kaya, L. (2020). Türkiye’de tüketici güven endeksi ile döviz kuru arasındaki ilişki: Fourier fonksiyonları yaklaşımı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 598-608
- Kılıçkan, Z.Y. ve Karacan, R. (2019). Ekonomik güven endeksi ile tüketici ve reel kesim güven endekslerinin çarpan etkisi: 2007-2018 Türkiye ekonomisi örneği. *Turkish Studies*, 14(5), 105-118.
- Koç, S., Tekin, B.F. (2020), *Döviz kuru, döviz kuru çeşitleri ve döviz kurunu açıklamaya yönelik yaklaşımlar*, Fransa, Publisher: Livre de Lyon.
- Loria, E. ve Brito, L. (2004). Is the consumer confidence index a sound predictor of the private demand in the United States? *E Studios de Economía a Plicada*, 22(3), 795-809.
- Mandal, A. ve McCollum, J. (2013). Consumer confidence and the unemployment rate in New York State: A panel study. *New York Economic Review*, 44, 3-19.
- Mazurek, J., ve Mielcova, E. (2017). Is consumer confidence index a suitable predictor of future economic growth? An evidence from the USA. *Ekonomie*, 2, 30-45.
- Mert, M., ve Çağlar A.E. (2019). *Eviews ve Gauss uygulamalı zaman serileri analizi*. Ankara: Detay Yayınları.
- Ngobo, P.V. ve Ingarao, A. (2017) The influence of consumer confidence on inter-format competition: An analysis based on the French consumer confidence index, *Recherche et Applications en Marketing*, 32(4) 2–31.

- Oduh, M.O., Oduh, M.O., ve Ekeocha, P. (2012). The impact of consumer confidence and expectation on consumption in Nigeria: Evidence from panel data. *European Journal of Business and Management*, 4(9), 86-100.
- Özakarlı, H., ve Küçüksille, E. (2020). Çeşitli finansal değişkenler ile tüketici güven endeksi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Türkiye örneği. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 3(1), 46-54.
- Sönmezler, G., Gündüz, İ.O. ve Torun, M. (2019). Türkiye’de kredi kartı harcamaları ile tüketici güven endeksi ve enflasyon arasındaki ilişki üzerine ampirik bir çalışma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 17-29.
- Taban, S. ve Kar, M. (2006). Beşerî Sermaye ve ekonomik büyüme: nedensellik analizi, 1969-2001. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2006/1, 6(1), 159-182.
- Tarı, R. (2015). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- TCMB. (2021). *Elektronik veri dağıtım sistemi*, Erişim Tarihi: 15.02.2021, <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- Tekin, B. ve Cengiz, S. (2018). Pay senedi piyasası ile tüketici güven endeksi arasındaki nedensellik ve eşbütünleşme ilişkileri: Borsa İstanbul’da bir uygulama. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(29), 3837-3847.
- Thomas, R.L. (2000). *Modern econometrics*, Second Edition, Addison Wesley Longman, Inc., Harlow.
- Ticaret Bakanlığı. (2021). *2020 Yılı aralık ayı dış ticaret, ticaret, esnaf ve kooperatif verileri*. Erişim Tarihi: 13.03.2021, <https://ticaret.gov.tr/haberler/2020-yili-aralik-ayi-dis-ticaret-ticaret-esnaf-ve-kooperatif-verileri#:~:text=%C4%B0hracat%C4%B1n%20ithalat%C4%B1%20kar%C5%9F%C4%B1lama%20oran%C4%B1%20%77,%85%2C8%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fmi%C5%9Ftir>,
- Tunalı, H. ve Özkan, İ.E. (2016). Türkiye’de tüketici güven endeksi ile tüketici fiyat endeksi arasındaki ilişkinin ampirik analizi. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 54-67.
- TCMB (2004). *Enflasyon*, Enflasyon Kitapçığı, Erişim Tarihi: 15.10.2021. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/b62e1fb7-ebc1-4922-99dc-b3ba23320b9f/enflasyon.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-b62e1fb7-ebc1-4922-99dc-b3ba23320b9f-m5lk-1M>
- TÜİK. (2021a). *Tüketici güven endeksi, istatistik veri portalı*. Erişim Tarihi: 15.02.2021, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=ekonomik-guven-117&dil=1>
- TÜİK. (2021b). *Tüketici güven endeksi, haber bülteni (33912) Aralık 2020*. Erişim Tarihi: 25.04.2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Guven-Endeksi-Aralik-2020-33912>
- TÜİK. (2021c). *İşgücü istatistikleri mikro veri seti 2020*, Yayın No: 4617, Erişim Tarihi: 23.10.2021, <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/isgucu.pdf>
- Ulutürk, S., Akyol, S. ve Mert, M. (2016). Wagner Yasası’nın Türkiye için test edilmesi: 1980-2014 dönemine ilişkin ARDL analizi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 16(34), 18-44.
- Ünal, S. ve Köse İçigen, F. (2020). MIST ülkelerinin borsa endeksleri arasındaki eşbütünleşme ilişkisi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17) 137-145.
- Yamak, R., Yamak, N. ve Erkan, E. (2019). Tüketim fonksiyonu ve tüketici güven endeksi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19), 511-53.
- Yaşar, G., ve Ceylan S. (2020). Tüketici güven endeksi ile gayri safı yurt içi hasıla ilişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 343-353.