

AVRUPA TOPLULUĞU ÜLKELERİ VE TÜRKİYE'NİN TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Necmi GÜRSAKAL*
Fatma ACAR**

I. GİRİŞ

Tüketici fiyat endekslerinin Avrupa Topluluğu (AT) ülkeleri için uyumlandırılması çalışmaları, içinde bulunduğumuz 1992 yılında oluşturulacak tek pazar açısından oldukça önemlidir. Avrupa Topluluğu'na resmen tam üyelik başvurusunda bulunan ülkemiz ise, önceliği 1992 yılının ilk çeyreğinde tam üyelik yerine, ortaklık anlaşmasının işletilmesine kaydırması bulunmaktadır. Avrupa Topluluğu'na tam üyelik sürecimiz ister kısa isterse uzun bir süreç olsun, -eğer üyelik konusunda samimi ve kararlıysak- tam ekonomik ve sosyal istatistiklerimizin Topluluk üyeleri ile uyumlandırılması çalışmalarının bugünden başlatılması yararlı olacaktır.

Bu noktadan hareket eden çalışmamızın ikinci bölümünde, tüketici fiyat endekslerinin kapsamı ve önemi konusunda bilgi verilecek, üçüncü bölümde ise AT ülkelerinde ve Türkiye'de tüketici fiyat endekslerinin halihazır durumu incelenecektir. Çalışma bir sonuç bölümü ile tamamlanacaktır.

* Doç. Dr.; Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F.

** Araş. Gör.; Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F.

II. TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSLERİNİN KAPSAMI VE ÖNEMİ

Belirli bir hedef kütlenin kullandığı veya edindiği ve tüketim amacıyla satın aldığı mal ve hizmetlerin zaman içinde perakende fiyatlarında meydana gelen değişimi ölçen¹ tüketici fiyat endeksleri ulusal ve uluslararası düzeyde, sosyal ve ekonomik göstergeler olarak değerlendirilebilir. Endeks, tüketicilerin fiyatlar genel düzeyinde yaptıkları ödemelerdeki değişimleri, baz dönemden başlayarak ölçmeye ve bu yolla kamuya objektif bir ölçü sağlamaya çalışmaktadır.

Tüketici fiyat endeksleri, çok saydaki endeksin tartılı ortalaması olarak tahmin edilmektedir. Sözkonusu endeksler kümesinin herbiri belirli bir perakendeciler kümesi, bölge kümesi ve mal ve hizmetler kümesinin bir örneklemini kullanarak hesaplanır.

Kullanımı, hizmet ettiği amaçlar ve görece önemi ülkeden ülkeye değişebilmekle birlikte, sosyal ve ekonomik bütünleşme çabalarını üst düzeye çıkarmış AT ülkelerinde gerekli karşılaştırmaların yapılabilmesi, bu endeksin kullanım amaç ve önemi konusundaki uyumun sağlanması ile mümkün olacaktır.

Tüketici fiyat endeksleri, bir ülkedeki enflasyonun izlenmesi ve ilişkili olarak da o ülkenin dünya piyasalarındaki rekabet gücünün belirlenmesi açısından önemli olmaktadır. Diğer bir deyişle, endeksler uluslararası düzeyde ülkelerarası enflasyon oranlarının ve satınalma güçlerinin karşılaştırılması amacıyla kullanılmaktadır. Ancak bu karşılaştırmaların anlamlı olabilmesi için endeks hesaplanmasında tüm koşulların sağlanmasının gereği unutulmamalıdır.

Tüketici fiyat endeksleri, gelir vergisi oranlarının ayarlanmasında da kullanılmaktadır. Endeksin bir başka yararı ise, fiyat politikalarının belirlenmesi ve belirlenen politikaların etkinliğinin ölçülmesinde bir ölçüt oluşturmaktır. Sözkonusu endekslerin ekonomik anlamda milli muhasebe deflatörü olarak kullanıldığını da ayrıca belirtebiliriz.

Sıraladığımız kullanım alanlarının yanısıra tüketici fiyat endeksleri diğer bazı yararlar da sağlamaktadır. Bunlar arasında;

- Satınalma gücünün belirlenmesinde,
- Sosyal politika önlemlerinin alınmasında,
- Özel ve kamu sektörünün toplu pazarlık görüşmelerinde,
- Birey ve işletmelerin yatırım ve tüketim kararlarının alınmasında endekslerden yararlanılması sayılabilir.

1 İLO (1987, s. 37).

III. AVRUPA TOPLULUĞU ÜLKELERİNDE VE TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSLERİNİN DURUMU

Uluslararası düzeyde enflasyon oranı ve satınalma gücü karşılaştırılmasının yapılabilmesi için, topluluğa üye ülkelerde ve Türkiye'de endekslerin uyumu için gerekli koşulların ne ölçüde sağlandığına bakmakta yarar vardır. Endeksler arasında bir uyumun olup olmadığını, endekslerin tipleri, gözlem alanları, oluşturdukları piyasa sepetleri ve fiyat anketleri açısından inceleyerek belirtebiliriz.

1. ENDEKS TİPİ

AT ülkelerinin tümü² ve Türkiye, tüketici fiyat endekslerinde Laspeyres fiyat endeksi tipini kullanmaktadır. Ancak Fransa ve İngiltere, diğer üye ülkelerden ve Türkiye'den farklı olarak bir önceki yılın Aralık (Fransa) ya da Ocak (İngiltere) ayını piyasa sepeti için baz alan bir zincirleme endeksi uygulamaktadır.

Tartılı endeks türlerinin eksikliklerinden birisi de tartıların sabit olmasıdır. Örneğin, $1957-1959 = 100$ baz dönemi olarak alınırsa laspeyres endeksinin tartıları bu dönemin miktarları olacaktır. Bu endeks tüketici fiyat endeksi olarak hesaplandığında, örneğin 1965 yılında tüketicilerin 1957-1959 dönemindekine benzer kalemlerini satın aldıklarını varsayar. Fakat bu doğru değildir. Bu ayarlamayı tüketici fiyat endeksi olarak kullanılan zincirleme endeksinin bir türü yapabilir. Söz konusu tür ise i bazlı $i + 1$ döneminin laspeyres zincirleme endeksidir³.

Uluslararası karşılaştırmalarda tüketici fiyat endeksi ile ilgili sağlıklı bilgilerin elde edilmesi, endeks tipinde uyumun sağlanmasına bağlıdır. İlk bakışta ülkeler arasında endeks tipi konusunda önemli bir uyumsuzluk göze çarpmazken üye ülkelerde baz yılların farklı olması endekslerden elde edilen bilgilerin karşılaştırılmasında sorunlar yaratmaktadır. Tüm AT ülkelerinde ve ülkemizde, piyasa sepetinin her yıl yenilendiği zincirleme endeks tipinin kullanılması ya da baz yıllarda uyumun sağlanması bu konuda yararlı olacaktır.

2. GÖZLEM ALANI

Tüketici fiyat endeksine dahil edilecek mal ve hizmetlerin seçimi birçok

2 Teekens Rudolf (1989, s. 39).

3 $I_i, i + 1 = \frac{P_{i+1} q_i}{P_i q_i}$ ayrıntılı bilgi için bkz. Yamane Taro (1973, s. 314).

ülkede milli muhasebenin "hanehalkı tüketimi" kavramına dayandırılmaktadır. Ülkemizde de endekse dahil edilecek mal ve hizmetlerin seçimi, "hanehalkı tüketimi" kavramına dayandırılmaktadır. Örneğin 1 Ocak - 31 Aralık 1987 tarihleri arasında DIE tarafından yapılan Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi'nde şu "hanehalkı tüketimi" kavramı kullanılmıştır⁴. "Hanehalklarının anket ayı içinde gıda, lokanta, giyim, ev eşyası, ev ve hanehalkı ile bakım ve hizmet, sağlık, kişisel bakım, ulaştırma-haberleşme, kültür-egitim-eglençe, konut ve diğer ihtiyaçları için yapmış oldukları peşin veya vadeli mal ve hizmet satın alımları ile kendi ekonomik faaliyetleri sonucu elde ettiği mal ve hizmet üretimlerinden tükettiği maddeleri kapsar. Kendi üretiminden tüketimi kent kesiminde tüketim harcamaları içinde kapsamamıştır".

Lüksemburg ve İrlanda ise endekse dahil edilecek mal ve hizmetlerin seçimini "harcama" kavramına dayandırmaktadır. Açık ki, endekse dahil edilecek mal ve hizmetlerin seçimi, bu endekse neyin ölçülmek istendiğine bağlıdır. Eğer endeks, kimin finanse ettiğine bakmaksızın hanehalklarının yaşam düzeylerinin maliyetindeki gelişmeleri ölçmeye yönelik ise, "tüketim" kavramı endekse dahil edilecek mal ve hizmetleri belirlemede bir temel olabilir. Öte yandan, eğer endeks hanehalklarının satın aldıklarının fiyat düzeylerindeki gelişmeyi ölçmeye yönelik ise, bu durumda da "harcama" kavramı endekse dahil edilecek mal ve hizmetleri belirlemede uygun olabilir⁵.

Ulusal düzeyde yukarıda belirtilen yaklaşımların her ikisi de savunulabilir. Ancak konuyu uluslararası karşılaştırmalar açısından ele aldığımızda durum farklılık gösterir. Çeşitli ülkelerin tüketici fiyat endekslerinin uyumlandırılması amaçlanıyorsa, mal ve hizmetlerin gözlem alanının belirlenmesi için bir ölçüt seçilirken, bu ölçüt "karşılaştırılabilirlik" koşulunu mümkün olduğu kadar sağlamalıdır. Harcama kavramı, büyük ölçüde ulusal politika ve uygulamalara dayandığı ve bunlar da ülkeden ülkeye geniş ölçüde değiştiği için, karşılaştırılabilirlik koşulunu sağlayamaz. Örneğin, eğer bir ülkede sağlık hizmetleri parasız, diğer bir ülkede paralı ise harcama kavramını kullanarak karşılaştırılabilirliği sağlamak mümkün değildir. Aynı mantık eğitim hizmetleri, sosyal konutlar, ev sahibi olmak ya da kirada oturmak gibi konularda da geçerlidir.

Öte yandan, milli muhasebenin hanehalkı tüketimi kavramı fiyat endekslerinin karşılaştırılabilirliği açısından daha uygundur. Kuşkusuz tek Avrupa Hareketi (ESA) uygulamalarında da hanehalkı tüketimi tanımı ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Ancak bu farklılıklar harcama kavramına göre düşük düzeydedir.

4 DIE (Ekim 1990, s. XVII).

5 Teekens Rudolf (1989, s. 8).

Hanehalkı tüketimi Avrupa Hesaplar Sistemi (ESA) tarafından şöyle tanımlanmaktadır⁶: "Nihai hanehalkı tüketimi insan ihtiyaçlarının doğrudan tatmini için gerekli mal ve hizmetlerinin değerini gösterir".

Aynı kaynağa göre hanehalklarının nihai tüketimi şu kalemleri içine almaktadır:

- a) Piyasadan yeni dayanıklı ve dayanıksız malların satın alımı (ev, apartman hariç),
- b) Piyasadan hizmetlerin satın alımı (dayanıklı mallar ve antika satın alırken transfer maliyetleri dahil),
- c) Çiftçilerin kendi tüketimleri için özel bahçelerinde tarımsal ürünler ve gıda ürünleri üretmeleri,
- d) İşverenlerin işçilerine sağladıkları yararlar,
- e) Silahlı kuvvetlerin sağladığı gıda ve giyim ürünleri ile hükümet tarafından satın alınan ve hanehalklarının tükettiği gıda ve giyim ürünleri,
- f) Sosyal yardım ya da sosyal güvenlik düzenlemeleri ile hükümetin ya da kâr amacı gütmeyen özel kuruluşların hanehalklarına sağladıkları sosyal yardımlar,
- g) Konut sahibi olanların izafi kiralari,
- h) Hediyeler ve
- i) Hanehalklarının kendilerince sağladıkları ev hizmetleri.

Ülkemizde de "hanehalkı tüketimi" kavramı, "nihai hanehalkı tüketimi" kavramı ile benzerlikler göstermektedir. Nitekim (a), (b) ve (g) sıkları ülkemizde yapılan Hanehalkı Tüketim Harcamaları anketlerinde de nihai tüketim kavramı içinde yer almaktadır. Buna karşılık ülkemizde, sadece kırsal kesim için "kendi üretiminden tüketim" kavramı geçerlidir. Ayrıca işverenlerin işçilerine sağladıkları yararlar konusunda bizde, "Çalışanların işyerlerince karşılanan ve özel tüketimi ilgilendiren yardımlar nakit olarak verilmiyor ise kapsam dışıdır" ilkesi kullanılmaktadır⁷.

(e), (f) ve (i) sıkları ülkemizde yapılan anketlerde kapsam dışıdır. "Hediyeler" konusunda ise, "Hanehalkının hediye vermek amacıyla yapmış olduğu satın alımlar" hanehalkı harcaması olarak değerlendirilmiştir⁸.

Yaptığımız bu değerlendirmelerin sonucunda, ülkemizde yapılan hanehalkı tüketim harcamaları anketlerinin ESA standartlarından çok uzak olmadığını

6 Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. ESA (1979).

7 DİE (Ekim 1990, s. XIX).

8 DİE (Ekim 1990, s. XVII).

rahatlıkla söyleyebiliriz. Ayrıca Ekteki Tablo I'in incelenmesi de bizi benzer bir sonuca götürecektir. Ek Tablo I'in ortaya koyduğu diğer bir gerçek ise, henüz AT üyesi 12 ülkenin de endekslerinin gözlem alanları konusunda benzer davranmamalarıdır.

3. PİYASA SEPETİ

Tüketici fiyat endekslerinin elde edilmesinde ağırlıklar oldukça önemlidir. Bilindiği gibi ağırlıkların oluşturulmasında, aile bütçesi anketlerinden yararlanılır.

Endekslere dahil edilen harcama kalemleri sayısı açısından AT ülkeleri arasında büyük farklılıklar görülmektedir (Bkz. Ek. Tablo: II). Örneğin İtalya 878, Almanya 755 harcama kalemini endekse alırken; Lüksemburg 255, Fransa 296 harcama kalemini endekslerine dahil etmektedir. Ülkemizde ise 347 harcama kalemi endekse alınmaktadır⁹. 12 AT üyesi ülkenin harcama kalemi ortalaması ise 519'dur.

ESA sınıflandırmasına göre piyasa sepetindeki mal ve hizmetleri şu 8 ana grupta toplayabiliriz:

- 1) Gıda, içki ve tütün,
- 2) Giyim ve ayakkabı,
- 3) Kira, yakıt ve aydınlanma,
- 4) Ev eşyası ve ev aletleri,
- 5) Sağlık harcamaları ve tıbbi bakım,
- 6) Ulaştırma ve haberleşme,
- 7) Kültür, eğitim ve eğlence,
- 8) Diğer çeşitli mal ve hizmetler.

AT üye ülkeleri arasında bu sınıflamaya her zaman bir uyum sözkonusu değildir. Ülkemizde ise diğer ülkelerin tüketici fiyat endekslerinin ana grupları incelenmiş, uluslararası karşılaştırmalara uygun bir sınıflandırma yapılmıştır. Türkiye'de hanehalklarının tüketimleri:

- 1) Gıda,
- 2) Giyim ve ayakkabı,
- 3) Ev eşyası harcamaları,
- 4) Sağlık ve kişisel bakım,
- 5) Ulaştırma ve haberleşme,
- 6) Kültür, eğitim ve eğlence,

9 DİE (Ağustos 1990, s. XVII).

7) Konut

olmak üzere 7 ana gruba ayrılmıştır. Görüldüğü gibi ülkemizdeki sınıflandırma ESA sınıflandırmasından temelde, "Diğer çeşitli mal ve hizmetler" grubunun olmaması ile farklılık göstermektedir.

Türkiye ile AT ülkeleri arasında ağırlıklar bakımından bir karşılaştırma yapabilmek amacıyla çalışmamızda, AT ülkelerinin "Diğer mal ve hizmetler" grubundaki ağırlıkları diğer 7 gruba eşit olarak dağıtılmış ve karşılaştırma bu yolla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu biçimde oluşturulan Ek Tablo III incelendiğinde, piyasa sepetini oluşturan bu maddeler için ağırlıklarla ilgili ülkelerarası bir uyumdan sözemenin güç olduğu görülmektedir. Ülkelerin gelir düzeylerinin farklı, sosyal ve kültürel yapılarının tekdüzelikten uzak oluşu, piyasa sepetini oluşturan ana grupların oransal öneminin farklı olmasına neden olmakta, bu da ağırlıkların farklılığına yol açmaktadır. Ağırlıkların birbirinden böylesine farklı olmasının şu 3 ana nedeni vardır¹⁰:

- i) Ülkelerin özelliklerinin (ortalama gelir düzeylerinin) (Ek Tablo: VI),
- ii) Mal ve hizmetlerin gözlenen alanlarının (Ek Tablo: I) ve
- iii) Endekse dahil nüfusun (Ek Tablo: IV) ülkeden ülkeye farklı olması.

Çalışmamızda ayrıca, Ek Tablo III'ün verilerinden yararlanarak 12+1 sayıdaki ülkenin tüketici fiyat endeksleri ağırlıklarının, birbirlerinden ne ölçüde farklı ya da benzer oldukları incelenmeye çalışılmıştır. SYSTAT paket programı kullanılarak yapılan betimsel istatistiksel analizler ve tabakalama analizleri sonucunda bazı bulgular elde edilmiştir.

Tablo: I
12+1 Ülkenin Ağırlıklarının Ortalama ve Standart Sapmaları

	Gıda	Giyim	Ev Eşyası	Sağlık	Ulaştırma	Kültür	Konut
Ülke Sayısı	13	13	13	13	13	13	13
Minimum	19.000	6.580	7.580	1.470	6.480	5.010	11.320
Maksimum	43.020	13.290	13.300	15.000	18.750	10.340	28.280
Ortalama	32.054	10.057	9.809	5.339	15.182	8.428	19.135
Standart Sapma	6.852	1.851	1.576	3.491	3.056	1.769	6.062

AT üyesi 12 ülke ve Türkiye'nin tüketici fiyat endeksi tartılarını daha önce yaptığımız varsayım çerçevesinde değerlendirecek, sırasıyla ülkeler arasındaki tartılar açısından en büyük farklılık "Gıda" ve "Konut" ana gruplarında, daha sonra ise "Sağlık" ve "Ulaştırma ve Haberleşme" ana gruplarında gözlenmektedir.

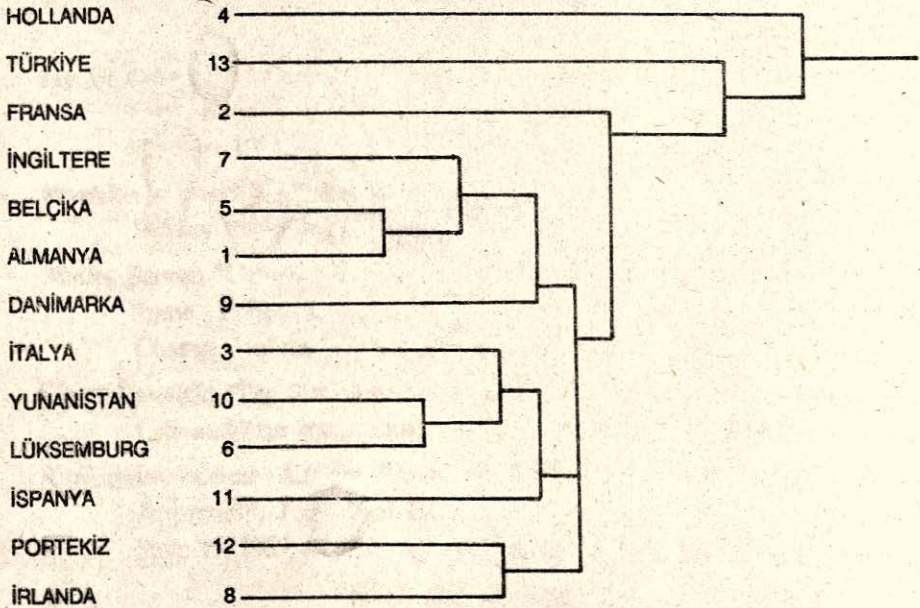
10 Teekens Rudolf (1989, s. 17).

Tablo: II
Sıra Korelasyon Katsayıları

	Gıda	Giyim	Ev Eşyası	Sağlık	Ulaştırma	Kültür	Konut
Gıda	1.000						
Giyim	0.602	1.000					
Ev Eşyası	- 0.176	0.330	1.000				
Sağlık	- 0.297	0.173	0.313	1.000			
Ulaştırma	- 0.165	- 0.506	- 0.082	- 0.231	1.000		
Kültür	- 0.709	- 0.360	- 0.066	0.264	0.291	1.000	
Konut	- 0.698	- 0.569	0.005	- 0.253	- 0.148	0.258	1.000

12+1 ülkenin tüketici fiyat endekslerinin ana grupları arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığını test etmek amacıyla Tablo II'deki sıra korelasyon katsayıları elde edilmiştir. Bulunan sıra korelasyon katsayılarının hiçbiri 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmamıştır¹¹.

ÜLKE ADI 0.000



Şekil: 1
12+1 ülkenin dendogramı

11 Blaiock Jr. M. Hubert (1960, s. 319).

Tablo: III
K Ortalama Yöntemi İle Elde Edilen İki Tabaka

SUMMARY STATISTICS FOR 2 CLUSTERS

VARIABLE	BETWEEN SS	DF	WITHIN SS	DF	F-RATIO	PROB
GIDA	184.603	1	378.802	11	5.361	0.041
GIYİM	5.040	1	36.073	11	1.537	0.241
EV EŞYASI	2.468	1	27.349	11	0.993	0.341
SAĞLIK	101.108	1	45.165	11	24.625	0.000
ULAŞTIRMA	2.712	1	109.385	11	0.273	0.612
KÜLTÜR	1.024	1	36.534	11	0.308	0.590
KONUT	63.655	1	377.301	11	1.856	0.200

CLUSTER NUMBER : 1

MEMBERS			STATISTICS				
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MINIMUM	MEAN	MAXIMUM	ST. DEV.	
ÜLKE							
Almanya	1	3.13	Gıda	25.00	33.14	43.02	3.62
Fransa	2	2.98	Giyim	6.58	10.24	13.29	1.73
İtalya	3	2.87	Ev Eşyası	7.58	9.94	13.30	1.51
Belçika	5	3.43	Sağlık	1.47	4.53	8.91	1.94
Lüksemburg	6	2.31	Ulaştırma	6.48	15.31	18.75	3.02
İngiltere	7	2.82	Kültür	5.01	8.35	10.34	1.74
İrlanda	8	4.18	Konut	11.32	18.50	28.28	5.61
Danimarka	9	4.61					
Yunanistan	10	2.70					
İspanya	11	0.90					
Portekiz	12	4.77					
Türkiye	13	4.77					

CLUSTER NUMBER : 2

MEMBERS			STATISTICS				
CASE	DISTANCE	VARIABLE	MINIMUM	MEAN	MAXIMUM	ST. DEV.	
Hollanda	4	0.00	Gıda	19.00	19.00	19.00	0.00
			Giyim	7.90	7.90	7.90	0.00
			Ev Eşyası	8.30	8.30	8.30	0.00
			Sağlık	15.00	15.00	15.00	0.00
			Ulaştırma	13.60	13.60	13.60	0.00
			Kültür	9.40	9.40	9.40	0.00
			Konut	26.80	26.80	26.80	0.00

Tabakalama analizleri sonucunda elde ettiğimiz bulguları ise şöyle özetleyebiliriz:

i) Her iki analiz şekline göre de Hollanda ağırlıkları açısından diğer ülkelerden farklıdır. Bunun nedeninin büyük ölçüde Hollanda'nın sağlık ve kişisel bakım ana grubuna verdiği tartıda yattığı söylenebilir.

ii) Şekil 1'de görüldüğü gibi Hollanda haricinde, Türkiye'nin şeklin altında görülen 11 üyelik grubun dışında kalması, ülkemizin henüz topluluk üyesi olmaması nedeniyle çok anlamlıdır.

iii) Grup ortalamalarına göre yapılan diğer analizde ise (Bkz. Tablo: III) Portekiz, Türkiye, İrlanda ve Danimarka ağırlıklar açısından benzer bulunmuşlardır. Burada özellikle Portekiz Türkiye benzerliği ilginçtir. 1989 cari fiyatları ile kişi başına GSMH Portekiz'de 4260 \$, Türkiye'de ise 1360 \$ dır ve bu değerler 12+1 ülke sıralanmasının en düşük değerleridir (Bkz. Ek Tablo: VI). Ayrıca topluluğun en yoksul ülkesi olan Portekiz'in topluluğa katılan son ülke, Türkiye'nin ise henüz beklemede olması ile de bu benzerlik ayrı bir anlam kazanmaktadır.

Ağırlıkların üye ülkeler arasında farklı olmasının yanında, piyasa sepetini etkileyen diğer faktörlerden olan aile bütçe anketlerinin yapılma sıklıkları da oldukça farklıdır. Bu açıdan yapılacak bir inceleme sonunda yalnız İngiltere, İtalya ve Hollanda'da yıllık aile bütçe anketlerinin yapıldığı, diğer ülkeler için bu konuda düzenli çalışmaların bulunmadığı görülecektir (Ek Tablo: V).

4. FİYAT ARAŞTIRMASI

Tüm AT ülkeleri ve Türkiye'de hem fiyatları derlenecek mal ve hizmetlerin, hem de fiyatların derleneceği perakende satış yerlerinin seçimi amaca yönelik olarak yapılmaktadır. Nitekim fiyat endeksi, belirli "tüketim harcaması" toplamaları ile ilişkili olmak durumunda olduğunda, genellikle malların bu toplama yönelik olarak seçilmesi kabul görmektedir. Öte yandan, perakende satış yerlerinin seçimi ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu konuda alan ve tür açısından tabakalanmış perakende satış yerlerinin olasılığa dayanılarak örneklenmesi önerilmektedir. Olasılık örneklemesinin bu konuda kullanılması durumunda endeksin hesaplanmasında hatanın kontrolü ve endekse ilişkin bir kesinlik ölçüsünün -tahmini olarak da olsa- hesaplanması mümkün olabilir. Balk ve Karsten tarafından belirtildiği gibi, "Bugünkü durumda en resmi fiyat endeksleri bile doğrulukları konusunda açık bir ifade olmaksızın yayınlanmaktadır"¹².

12 Balk ve Karsten (1986, s. 19-35)'den aktaran Teekens Rudolf (1989, s. 21).

Bundan öteye, uluslararası karşılaştırmalar açısından, fiyat araştırmalarının örneklemelerine dayandırılması önemlidir. Ancak şu an için topluluğa üye ülkelerin örneklem birimi seçme tekniklerinin ve örneklem büyüklüklerinin uygunluğunu değerlendirebilmek için elde yeterli veri bulunmamaktadır.

IV. SONUÇ

Temelde AT ülkeleri tüketici fiyat endekslerinin ne durumda olduğunu ve bu çerçevede Türkiye'nin yerinin belirlemeye yönelik basit, karşılaştırmalı bir çalışma yöntemi izleyen çalışmamızda yaptığımız analizler sonucunda şu sonuçlara varmış bulunuyoruz:

- i) Tüketici fiyat endeksleri açısından, AT ülkeleri arasında da farklılıklar bulunmakta ve ülkelerarası uyumun kısa dönemde sağlanması beklenmemelidir.
- ii) Türkiye ile AT ülkeleri arasında tüketici fiyat endeksleri açısından farklılıklar bulunmakla birlikte, ülkemizin farklılığı topluluk içi farklılıklardan çok ayrı değildir.

AT ülkeleri, tüketici fiyat endekslerini uyumlandırma çalışmaları çerçevesinde:

- i) Ortak bir endeks türü kullanmayı,
- ii) Mal ve hizmetlerin gözlem alanını tanımlamada ortak bir kriter belirlemeyi,
- iii) Endeks anakütlesini ortak bir tanıma kavuşturmayı,
- iv) Aile bütçesi anketlerinin sıklığı, baz yıl seçimi ve piyasa sepetinin değiştirilmesi gibi konularda benzerlik sağlamayı,
- v) Örneklem tekniklerinin ve fiyat araştırmalarının tek düzelikliğini sağlamayı ve
- vi) Piyasa dışı mal ve hizmetler için benzer değerlendirme yöntemleri geliştirmeyi amaçlayabilirler.

Ülkemiz de öncelikle AT üyesi olma talebini, ekonomik ve sosyal araştırmalarla desteklemelidir. Ayrıca yukarıda sıralanan noktalar çerçevesinde, ülkemiz endekslerinin de AT ülkeleri tüketici fiyat endekslerine uyumlandırılması, uzun dönemde gözönüne alınmalıdır. Tüm bunlara karşılık, tüketici fiyat endeksleri sözkonusu olduğunda, AT ülkeleri için bile yapılması gereken çok iş olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

EK : İLGİLİ TABLOLAR*

Tablo: I
12 + 1 Ülkenin Gözlem Alanları

ÜLKE	Tüketim Mal ve Hizmetlerinin Gözlem Alanı
Almanya	Tüketim kavramı; hanehalkının kendi tüketimleri için ürettiklerinin ve tahsisatlarının perakende fiyatlarla değerlendirilmesi.
Fransa	Endeks anakütlesi tarafından satın alınan tüm mal ve hizmetler, aynı zamanda ulusal hesaplardan veriler; kendi tüketimi için üretilenler, sahibi bulunulan konutların izafi kiralari, hastane masrafları, sigortalar, ev kadınlarının hizmetleri, finansal ve yasal danışmalar, hava ve deniz taşımaları.
İtalya	Bütünlük ulusal hesaplar kavramına dayandırılıyor; kendi tüketimi için üretilenler ve sahibi bulunulan konutların izafi kiralari dahil değil.
Hollanda	Özel tüketim kavramı ulusal hesaplar ile uyumlu ancak istisnalar var; ithal olmayan ikinci elden arabalar endekse dahil fakat ulusal hesaplarda yer almıyor; sahibi bulunulan konutların izafi kiralari ile kendi tüketimi için üretilenler dahil.
Belçika	Piyasa ve tüketici kavramlarının bileşimi; kendi tüketimi için üretilenler endekse dahil sahibi bulunulan konutların izafi kiralari hariç.
Lüksemburg	Harcama kavramı; kendi tüketimi için üretilenler ve sahibi bulunulan konutların izafi kiralari hariç.
İngiltere	Piyasa ve tüketici kavramlarının bileşimi; otel ve tatil harcamaları dışında hanehalkı tarafından satın alınan mal ve hizmetlerin tümü, hediyeler ve bahisler hariç.
İrlanda	Özel hanehalkının harcamada bulunduğu bütün tüketim mal ve hizmetleri; piyasa ve tüketici kavramlarının bileşimi; kendi tüketimi için üretilenler, sahibi bulunulan konutların izafi kiralari ve sosyal yardımlar dahil değil.
Danimarka	Danimarka ulusal hesaplarına dayandırılıyor.
Yunanistan	Genel ve özel dükkanlar, süper marketler ve benzerleri; yalnız kasa fiyatları göz-önüne alınıyor.
İspanya	Endeks anakütlesi tarafından satın alınan tüm tüketim mal ve hizmetleri; kendi tüketimi için üretilenler dahil.
Portekiz	İlgili anakütle tarafından tüketilen tüm mal ve hizmetler; kendi tüketimi için üretilenler ve serbest transferler dahil.

* 1, 2, 3, 4 ve 5 nolu Tablolar Teekens Rudolf (1989) ve DIE (Ağustos 1990) dan yararlanılarak Tablo VI ise Ana Britanica (1991) den yola çıkılarak düzenlenmiştir.

Türkiye Tüketim kavramından hareket edilmiştir. Ancak tüketimin tesbitinde "satılma" esas alınmıştır. Hanehalkı tarafından satın alınan tüm mal ve hizmetler ile kendi ürettiği mal ve hizmet üretimlerinden tükettiği maddeleri kapsar. Ancak kent kesiminde kendi üretiminden tüketimi tüketim harcamaları dışında tutulmuştur. Konutların izafi kiralari dahil edilmiştir.

Tablo: II

1987 Yılında 12 + 1 Ülkenin ve Tüketici Fiyat Endekslerinin Durumu

ÜLKE	Endeks Adı ve Gözlem Alanının Genişliği
Almanya	Hayat Standardı Endeksi - Yayınlanan Harcama Kalemi Sayısı (755)
Fransa	Kentlerdeki İşçi ve İşveren Hanehalkları için Tüketici Fiyat Endeksi (296)
İtalya	Ulusal Tüketici Fiyat Endeksi (878)
Hollanda	Tüm Nüfus için Tüketici Fiyat Endeksi (690)
Belçika	Tüketici Fiyat Endeksi (401)
Lüksemburg	Tüketici Fiyat Endeksi (255)
İngiltere	Perakende Fiyatlar Genel Endeksi (394)
İrlanda	Tüketici Fiyat Endeksi (722)
Danimarka	Tüketici Fiyat Endeksi (523)
Yunanistan	Tüketici Fiyat Endeksi (386)
İspanya	Tüketici Fiyat Endeksi (428)
Portekiz	Tüketici Fiyat Endeksi (500)
Türkiye	Tüketici Fiyat Endeksi (347)

Tablo: III

12 + 1 Ülkenin Ana Gruplarının Ağırlıkları

ÜLKE	Gıda	Giyim ve Ayakkabı	Ev Eşy. Harcam.	Sağlık Bakım	Ulaştırma ve Haber.	Kültür, Eğitim	Konut
Almanya	26,48	9,77	10,94	3,95	15,84	10,05	22,91
Fransa	28,47	9,24	13,30	8,91	16,09	8,35	15,59
İtalya	32,71	11,09	9,80	7,33	16,76	10,34	11,95
Hollanda	19,00	7,9	8,3	15,00	13,60	9,4	26,80
Belçika	25,00	9,92	11,14	5,69	17,14	9,86	21,27
Lüksemburg	37,49	10,52	10,54	4,90	14,26	7,21	15,06
İngiltere	29,57	8,87	9,47	1,47	18,17	9,17	23,27
İrlanda	41,40	9,24	7,58	3,2	18,75	6,97	12,84
Danimarka	27,68	6,58	8,28	2,88	15,98	10,28	28,28
Yunanistan	36,55	13,29	9,01	4,98	13,46	9,20	13,52
İspanya	34,25	9,96	8,63	3,61	15,60	8,18	19,79
Portekiz	43,02	11,56	9,29	4,05	15,24	5,54	11,32
Türkiye	34,68	12,80	11,24	3,44	6,48	5,01	26,15

Tablo: IV
12 + 1 Ülkenin Endekse Dahil Nüfusları

ÜLKE	Toplam Nüfusa Oranı Olarak Endekse Dahil Nüfus
Almanya	% 92 (yaklaşık)
Fransa	% 32
İtalya	
Hollanda	% 98 (Yaklaşık)
Belçika	Tüm mükim nüfus
Lüksemburg	% 3
İngiltere	% 89
İrlanda	% 97
Danimarka	Tüm mükim nüfus
Yunanistan	% 60
İspanya	% 86
Portekiz	% 100
Türkiye	T.C. Uyruklu tüm hanehalkları

Tablo: V
12 + 1 Ülkenin Aile Bütçesi Anketi Sıklıkları

ÜLKE	Aile Bütçesi Anketi Sıklığı
Almanya	1973, 1978, 1983 (Ayrıca kontrol amaçları için üç daha dar tanımlı hanehalkı grubunun yıllık taramaları)
Fransa	4 yıllık aralarla aile bütçesi anketleri; 2 yıllık aralarla giden maddeleri harcamaları anketleri
İtalya	1968'den beri yılda bir defa
Hollanda	Her yıl
Belçika	1978/79, 1987, 88 Aralıklarıyla
Lüksemburg	1963/64, 1977, 1986, 87
İngiltere	Sürekli aile harcamaları anketleri
İrlanda	Yedi yıllık aralıklarla: 1965/66, 1973, 1980, 1987
Danimarka	5-6 yıllık aralıklarla
Yunanistan	1957, 1966, 1974, 1982
İspanya	Düzenli aralıklarla
Portekiz	1973, 74, 1980/81
Türkiye	1933, 1935, 1938, 1953, 1954, 1964-70, 1973/74, 1978/79, 1987.

Tablo: VI
12 + 1 Ülkenin 1989* İtibariyle Kişi Başına GSMH'ları

ÜLKE ADI	KİŞİ BAŞINA GSMH (\$ OLARAK)
Almanya	18.170
Fransa	17.830
İtalya	15.150
Hollanda	16.010
Belçika	16.390
Lüksemburg	24.860
İngiltere	14.570
İrlanda	7.480
Danimarka	18.470
Yunanistan	5.340
İspanya	9.150
Portekiz	4.260
Türkiye	1.360

KAYNAKLAR

Ana Britanica; Ana Yıllık 1991.

Bialock, Jr. M. Hubort; Social Statistics, Mc Graw Hill, Ljubljana, 1960.

DİE; Toptan Eşya ve Tüketici Fiyatları Aylık Bülteni, DİE Matbaası-Ankara, Ağustos, 1990.

DİE; 1987 Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları (Tüketim Harcamaları), DİE Matbaası-Ankara, Ekim 1990.

İLO; Consumer Prices Indices Report II, Geneva, 1987.

Teekens, Rudolf; Consumer Price Indices in the European Community, Luxembourg, January 1989.

Yamane, Taro; Statistics; An Introductory Analysis, New York, 1973.

* Danimarka ve İrlanda'nın GSMH'ları 1988 itibariyle alınmıştır.