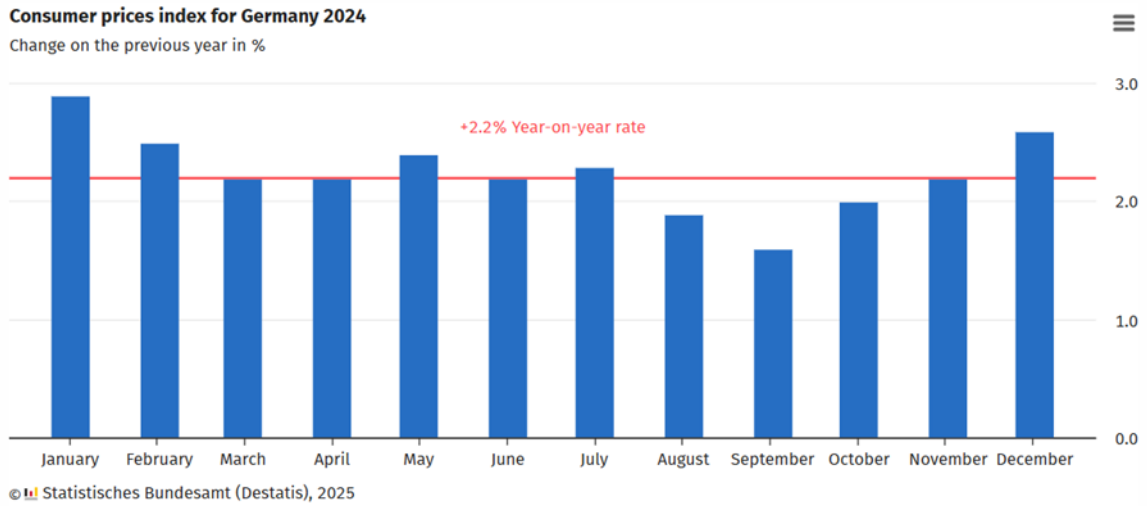


Frankfurt Notları 20: Tereyağı Fiyatlarına Baksınlar, Almanlar da (mı) ENAG Kursunlar?

Bu yazı bir polemik yazısından ziyade hissedilen ve açıklanan enflasyon ekseninde yaşanan tartışmaları anlamaya gayret eden bir yazı olacak.

Bilmeyenler için **ENAG** (Enflasyon Araştırma Grubu), Türkiye merkezli bir araştırma grubu. Grup, **enflasyon oranları** ile ilgili resmi verilerin dışında alternatif ve **teknik olarak tartışmalı** oranları kamuoyu ile paylaşıyor ve bu rakamlar her seferinde TÜİK ve İstanbul Ticaret Odası tarafından açıklanan verilerden yüksek oluyor.

Almanya'da 2024 yılında enflasyon yüzde 2,2 oranında gerçekleşti ve yüzde 2 olan hedef enflasyon oranına yaklaşıldı. Genel eğilimde düşüş olmakla birlikte gıda fiyatlarında özellikle de başta tereyağı olmak üzere aşağıdaki tabloda yer verilen belli gıda kalemlerinin fiyatlarında eğilim ise başka bir seyir izledi. Ayrıca bu ayrışma sadece gıda ürünlerinde değil çok farklı kalemlerde de ortaya çıktı. Örneğin sigorta fiyatları yüzde 13,2, restoran, kafe vb. yerlerdeki fiyatlar yüzde 6,8, araç bakım ve onarım ücretleri yüzde 6,1 oranında arttı.



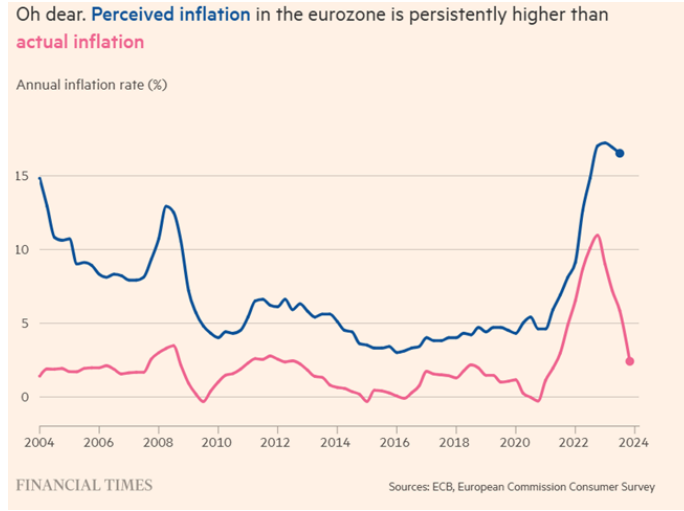
Alman kahvaltısı ve yemek kültüründe **tereyağı**, oldukça önemli bir yere sahip hem işlevsel hem de tat açısından vazgeçilmez bir parça olarak görülmekte; kahvaltıda ve de diğer öğünlerde sıklıkla kullanılan temel bir besin maddesi fakat son dönemde tereyağının lezzetini

Ürün	Son Bir Yılda Fiyat Artışı (%)
Butter (Tereyağı)	39,7 Prozent
Gurken (Salatalık)	34,5 Prozent
Olivenöl (Zeytinyağı)	28,1 Prozent
Kürbisse, Auberginen, Mais (Kabak, Patlıcan, Mısır)	27,1 Prozent
Orangensaft (Portakal Suyu)	19,0 Prozent
Weintrauben (Üzüm)	16,6 Prozent
Schmalz (Tierfett) (İç Yağı, Hayvansal Yağ)	14,6 Prozent

ve tadını bozan bazı gelişmeler yaşanıyor
Almanya'da, yazıyı uzatmamak adına sebeplerine girmiyorum.
Tablodaki rakamlar bu tat bozulmasını açıklıyor.

Örneğin sabah kahvaltısında bol bol tereyağı yiyen, kruvasanının arasına tereyağını keyifle sürmeye çalışan bir Alman ile konuştuğunuzda, kendi enflasyonunun açıklanan yüzde 2,2 oranından uzak olduğunu düşünüyor ve tabloda yer alan ürünler ağırlıklı bir satın alma davranışı varsa enflasyonu yaklaşık yüzde 30 ila 40 arasında hissediyor, haksız da sayılmaz!

Bir alman vatandaşı mutfağındaki yangını görüyor lakin enflasyon hesaplamalarının genel bir trend olduğunu ve insanların her birinin hissettikleri enflasyonda farklılaşmaların olacağını biliyor. Aşağıda yer alan 2 haber de bu duruma birer örnek aslında.



Financial Times: İnsanlar enflasyonu abartıyor / Nereye bakarsanız bakın, insanlar enflasyonun resmi istatistiklerin açıklandığından daha yüksek olduğunu düşünme eğilimindedir. ABD'de tüketiciler genellikle enflasyonun resmi tahminlerden daha yüksek olduğunu düşünüyor.

Handelsblatt: Almanya'da enflasyon yüzde 18'i buluyor / Almanlar hissedilen enflasyonun yüzde 18 olduğunu düşünüyor.

Açıklanan enflasyon ile gerçeklik arasındaki fark, tüketicilerin farklı satın alma davranışları benimseme eğiliminde olduğu anlamına geliyor.



Tüm ülkelerde benzer bir durum olmasına rağmen hiçbir ülkede RESMİ İSTATİSTİK KURUMUNA BİR ALTERNATİF ÜRETME GAYRETİ ya da çabası içinde olunmuyor.

Enflasyon ataletine ya da insanların enflasyonun düşeceğine dair inanç ve beklentilerinin bozulmasına neden olacak işler yapılmıyor.

KANDIRMACA DEĞİL, ÖLÇÜMLEMENİN DOĞASI

Aslında tüm bu yazılanlar, dünyanın her yerinde kamu otoriteleri tarafından açıklanan ve kişiler tarafından algılanan enflasyonun farklılığına işaret ediyor; bireylerin günlük hayatta hissettiği enflasyon, resmi oranlardan farklı olabiliyor. Bu farkın teknik temelleri hem hesaplama yöntemlerinden hem de bireysel algılardan kaynaklanıyor ve bir "**kandırmaca**" değil ölçümlemenin doğasında bulunan bir durum olarak ortaya çıkıyor.

ALGILANAN ENFLASYON NEDEN AÇIKLANAN RESMİ ORANLARDAN FARKLIDIR?

Bireylerin hissettiği enflasyonun resmi oranlardan farklılaşmasının bazı temel nedenleri var. Bunlar;

Kişisel Tüketim Alışkanlıkları: Bireyler, resmi enflasyon sepetindeki ağırlıklandırmadan farklı bir tüketim profiline sahip olabiliyor. Örneğin, bir kişi harcamalarının büyük kısmını hızlı artış gösteren gıda ve enerji gibi kalemlere yönlendiriyorsa, hissettiği enflasyon daha yüksek olacaktır.

Dikkat Yanlılığı: Bireyler genellikle fiyatı hızla artan ürünlere daha fazla dikkat ederken, fiyatı sabit kalan ya da azalan ürünleri göz ardı edebilirler. Bu, algılanan enflasyonun abartılmasına yol açabilir.

Nominal Fiyat Hafızası: Bireyler, geçmiş fiyatları hatırlarken nominal değerlere odaklanır ve bu da göreceli artışların etkisini daha güçlü algılamalarına neden olur.

Resmi enflasyon oranları ile bireylerin hissettiği enflasyon arasındaki fark, birilerinin sürekli vurgulamaya çalıştığı gibi devletlerce başvurulmuş bir kandırmaca değil, teknik bir durumdur. Bu fark, kullanılan hesaplama yöntemlerinin sistematik doğasından ve bireylerin psikolojik, ekonomik ve sosyokültürel algılarından da kaynaklanabilmektedir.

Uzun yıllar yüksek enflasyonla yaşayan ülkelerde, daha yüksek açıklanan rakamlara inanma eğilimi, fiyat esnekliğine sahip ürün satan işdünyasının da işine gelebilmektedir. Zam yapma ve fiyat artırma eğiliminde bu rakamları referans alma baskın olmakta ve farkında olmadan enflasyon ataletine de neden olunarak bir kısır döngü oluşumuna sebebiyet vermektedir.

Almanların aklına gelmemiş midir; "resmi rakamlara güvenmeyelim, kendimiz ayrı bir istatistik paylaşım alanı oluşturalım" demek? Türkiye'de enflasyon sadece bu gerekçelerle beklenenden yavaş düşüyor demiyorum ancak beklentilerin yönetiminde bu konu bana sosyal medyada çok kullanılan bir sözü hatırlatıyor; gerçek ayakkabılarını giyene kadar, yalan maalesef dünyayı 3 kere dolaşılıyor.

Türkiye'de enflasyon ile ilgili yapılacak çok yorum var elbette. Tarihsel, psikolojik ve sosyolojik gerçekleri ele alan geniş kapsamlı analizler şart ancak enflasyonda katılık yaşanması ve insanların enflasyonun hızlı bir şekilde düşeceğine inanma(ma)sına bir de bu açıdan bakmanın yararlı olacağını düşünüyorum.