

Uluslararası Tüketici Duyarlılık Endeksi

Uluslararası Tüketici Duyarlılık Endeksi, Michigan Üniversitesi'ndeki araştırmacıların elli yılı aşkın bir süredir Amerikan Tüketici Güven Endeksini oluşturmak için kullandıkları benzer sorular ve analiz yöntemiyle oluşturulmuştur. Endeks, tüketicilerin mevcut ekonomik durumu geçen yıla göre nasıl algıladıklarını, gelecek yıla ilişkin ekonomik beklentilerin ne olduğunu, önümüzdeki beş yılda beklenen ekonomik gelişmelerin neler olacağını ve çeşitli dayanıklı tüketim malları ile eve olan talebin yönünü ortaya çıkarmayı amaçlayan sorulara alınan cevapların belli bir algoritma ile analiz edilmesine dayanmaktadır.

GlobeScan yönetiminde, 22 ülkede 22.332 kişiyle görüşülerek gerçekleştirilen ve Türkiye halkasını Yöntem Araştırma Danışmanlık Ltd.'nin oluşturduğu araştırmacının saha çalışması Haziran/Temmuz 2009 döneminde tamamlanmıştır. **Endeks bundan böyle her yıl hazırlanacak ve kullanıcıların hizmetine sunulacaktır.**

Araştırma sonuçlarına göre ekonomik gidişattan en iyimser olanlar 113.5 ve 100.6'lık skorlarla Çinli ve Endonezyalı tüketiciler olmuştur. Bunları Avustralyalılar ve Kanadalılar izlemektedir. Amerikalılar 71.9 skorla geçmiş yıllara göre kötümser bir tablo çizmişlerdir. Amerikalıların en iyimser oldukları yıl, 111.3 skorla Şubat 2000, en kötümser oldukları yıl ise 51.7 skorla Mayıs 1980'dir.

Genel olarak söylemek gerekirse endeks tüketici güveninin ciddi olarak yaralandığını göstermekte olup ekonomik gidişattan en kötümser ülke tüketicileri Japonlar, Meksikalılar, Türkler ve Fransızlardır. Dünyanın en iyimser ülkeleri Japonya hariç Asya ülkeleridir. Endekste ülke sıralaması, ilginç biçimde, ülkelerin 2008-2009 dönemindeki büyüme oranlarına göre yapılan sıralamayla tutarlılık göstermektedir.

Ülkelerindeki iş koşulları düşünüldüğünde önümüzdeki 12 ayın ekonomik anlamda kötü geçeceğini öne sürenlerin oranı dünya ölçeğinde % 31, iyi geçeceğini öne sürenlerin oranı ise %25 olarak belirlenmiştir. Kalan kesim iyi ve kötü zamanlara eşit şans tanımıştır. Maalesef, Türk tüketicilerinin %52'si önümüzdeki 12 ayın kötü, %13'ü ise iyi geçeceğini öne sürmüştür, kalan kısmı da iyi ve kötü zamanlara eşit şans tanımıştır. 12 ayın daha çok, iyi geçeceğini ifade edenler Endonezyalılar (%59), Nijeryalılar (%59), Çinliler (%56) ve Hintliler (%39); daha çok, kötü geçeceğini ifade edenler ise İspanyollar (%57), Fransızlar (%55), Japonlar (%50), Meksikalılar (%48), Kenyalılar (%46) ve Britanyalılarıdır (%44).

Dünya genelinde, tüketicilerin %51 için bugünkü ekonomik durumları geçen yıla göre daha kötüdür. Daha iyi olduğunu söyleyenler sadece %21'dir. %26'lık bir kesim ise geçen yıl ile bu yıl arasında herhangi bir fark olmadığını ifade etmiştir. Çinlilerin %48'i bugünkü ekonomik durumlarının geçen yıla göre daha iyi olduğunu söylerken; Japonların %87'si daha kötü olduğunu ifade etmiştir. Türklerin de %77'si bugünkü ekonomik durumlarını geçen yıla göre kötü nitelmişlerdir. Gelecek bir yıl içinde ekonomik durumlarının iyi olacağını ifade edenler dünya genelinde %29, kötü olacağını ifade edenler ise %36'dır. Nijeryalıların %65'i, Çinlilerin %63'ü, Endonezyalıların %55'i, Amerikalıların ise %36'sı bu konuda iyimser; Türklerin %66'sı,

Japonların ise %54'ü bu konuda kötümser bir tablo çizmişlerdir. Fransızlar ve Almanlar ekonomik koşullarının gelecek yıl çok fazla değişmeyeceği konusunda birleşmişlerdir.

Önümüzdeki beş yılın nasıl geçeceği konusunda elde edilen bulgular, dünya genelinde tüketicilerin %33'ünün iyimser, %21'nin ise kötümser olduğunu göstermiştir. İyimserler Çinliler(%72), Nijeryalılar(%69), ilginç biçimde İspanyollar(%65) ve Endonezyalılar (%60); kötümserler ise Japonlar(%48), Kenyalılar(%43), Meksikalılar (%34), Pakistanlılar (%34), Fransızlar (%31) ve Türklere (%31).

Yaşadığımız bu günler dayanıklı ev eşyası ya da ev almak için uygun mudur, yoksa değil midir? Bu konuda dünya genelinde %27'lik bir kesim için doğru %33'lük bir kesim için ise yanlış zaman vurgusu yapılmıştır. %34'lük bir kesim kararsız kalmıştır. Çinliler(%51), Almanlar (%47), Britanyalılar (%44), Avustralyalılar (%43), Kanadalılar (%40) ve Nijeryalılar (%38) bu tür ürünleri almanın tam zamanı olduğunu ifade ederken, Fransızlar (%18), Ruslar (%15) ve Meksikalılar (%10) tam tersini ifade etmişlerdir. Türkler, zamanı ve zamanı değil diyenler (%28-%28) olarak eşit dağılmış şekilde görüş bildirmişler ve %36'lık kesimin kararsız kalmasıyla ikircikli bir tutum sergilemişlerdir.

